

ERNANE CORRÊA RABELO

COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

E EVOCAÇÃO DE NOTÍCIAS:

ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BELO HORIZONTE

ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO DA UFMG

SETEMBRO DE 2008

Ernane Corrêa Rabelo

**COMPORTAMENTO INFORMACIONAL
E EVOCAÇÃO DE NOTÍCIAS:
ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Ciência da Informação da Escola de Ciência da
Informação da Universidade Federal de Minas Gerais,
como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em
Ciência da Informação.

Área de concentração: Produção, Organização e
Utilização da Informação

Orientadora: prof^ª Dra. Maria Eugênia Albino Andrade
Universidade Federal de Minas Gerais

Coorientador: prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira
Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte

Programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação

Escola de Ciência da Informação da UFMG

2008

Rabelo, Ernane Corrêa.
R114c Comportamento informacional e evocação de notícias [manuscrito]:
estudo de caso com estudantes de comunicação social / Ernane Corrêa
Rabelo. – 2008.
274 f. : il.

Orientadora: Maria Eugênia Albino Andrade.
Co-orientador: Valdir de Castro Oliveira.
Anexos: f. 274.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais,
Escola de Ciência da Informação.
Referências: f. 236-244.

1. Ciência da informação – Teses. 2. Comunicação – Teses. 3. Comunicação – Metodologia – Teses. I. Título. II. Andrade, Maria Eugênia Albino. III. Oliveira, Valdir de Castro. IV. Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Ciência da informação.

CDD: 02:659.3



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

FOLHA DE APROVAÇÃO


"COMPORTAMENTO INFORMACIONAL E EVOCAÇÃO DE NOTÍCIAS: ESTUDO DE CASO COM ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL"

Ernane Corrêa Rabelo

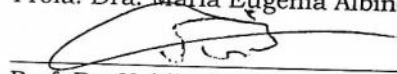
Tese submetida à Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, como parte dos requisitos à obtenção do título de "Doutor em Ciência da Informação", linha de pesquisa "Informação, Cultura e Sociedade (ICS)".

Tese aprovada em: 06 de outubro de 2008.

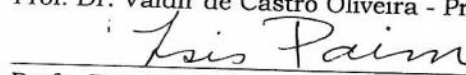
Por:



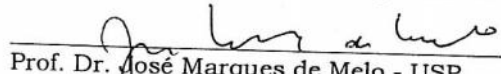
Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade - ECI/UFMG (Orientadora)



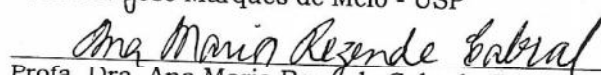
Prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira - Prof. Aposentado/UFMG (Co-Orientador)



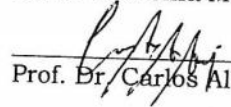
Profa. Dra. Isis Paim - Profa. Aposentada - ECI/UFMG



Prof. Dr. José Marques de Melo - USP

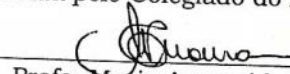


Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral - ECI/UFMG



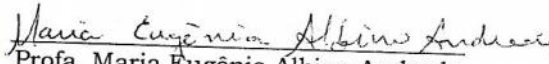
Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo - ECI/UFMG

Aprovada pelo Colegiado do PPGCI



Profa. Maria Aparecida Moura
Coordenadora

Versão final Aprovada por



Profa. Maria Eugênia Albino Andrade
Orientadora



UFMG

Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Ciência da Informação
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação

ATA DA DEFESA DE TESE DE **ERNANE CORRÊA RABELO**, matrícula: 2004206475

Às 9:00 horas do dia 06 de outubro de 2008, reuniu-se na Escola de Ciência da Informação da UFMG a Comissão Examinadora aprovada *ad referendum* pela Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação em 09/09/2008, para julgar, em exame final, o trabalho intitulado **Comportamento informacional e evocação de notícias: estudo de caso com estudantes de Comunicação Social**, requisito final para obtenção do Grau de DOUTOR em CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, área de concentração: Produção, Organização e Utilização da Informação, Linha de Pesquisa: Informação, Cultura e Sociedade (ICS). Abrindo a sessão, a Presidente da Comissão, Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra ao candidato para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade (Orientadora)	APROVADO
Prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira (Co-Orientador)	APROVADO
Profa. Dra. Isis Paim	APROVADO
Prof. Dr. José Marques de Melo	APROVADO
Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral	APROVADO
Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo	APROVADO

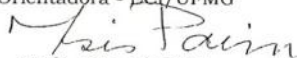
Pelas indicações, o candidato foi considerado APROVADO.

O resultado final foi comunicado publicamente ao candidato pela Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Presidente encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

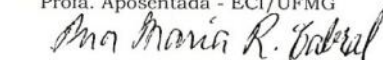
Belo Horizonte, 06 de outubro de 2008.

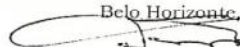


Profa. Dra. Maria Eugênia Albino Andrade
Orientadora - ECI/UFMG

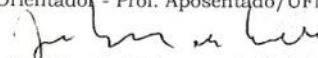


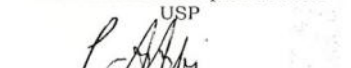
Profa. Dra. Isis Paim
Profa. Aposentada - ECI/UFMG


Profa. Dra. Ana Maria Rezende Cabral
ECI/UFMG



Prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira
Co-Orientador - Prof. Aposentado/UFMG


Prof. Dr. José Marques de Melo
USP


Prof. Dr. Carlos Alberto Ávila Araújo
ECI/UFMG

Obs: Este documento não terá validade sem a assinatura e carimbo da Coordenadora.

Dedico este trabalho a João Antônio Coury, um grande
homem e de quem sinto saudades.

Agradecimentos

Devo agradecer primeiramente à sociedade brasileira que me possibilitou cursar gratuitamente este programa de pós-graduação e à Universidade Federal de Minas Gerais, instrumento dessa concessão.

Sou grato à Escola da Ciência da Informação, uma escola aberta e democrática, que dignifica a UFMG e seu campo científico. Aqui sempre me senti acolhido, desde o primeiro contato no gabinete das professoras Maria Aparecida Moura e Alcenir Soares, a quem rendo aqui meus sinceros agradecimentos. Posteriormente, Helena Crivelari e Ana Cabral muito contribuíram para minha formação, além dos demais professores do programa. Lembro-me também com carinho dos alunos de graduação da disciplina Fundamentos Científicos da Comunicação, que me proporcionaram grande satisfação com a atividade docente e que foram responsáveis pelo meu interesse no campo da Ciência da Informação. Homenageio ainda os servidores desta unidade. Aos colegas do doutorado, a gratidão pelo compartilhar de bons momentos e pela descoberta de tantas coisas novas. Aos professores Carlos Alberto Ávila Araújo e Beatriz Cendón, pelas valiosas contribuições na banca de qualificação. Agradeço à orientadora, profa. Maria Eugênia Albino Andrade, pela disponibilidade, pelas correções, pela oportunidade e pelo que me ensinou. Ao prof. Valdir de Castro Oliveira, coorientador de grande valia para esta tese, um exemplo de cidadão, sempre solícito, professor comprometido com os mais altos valores cívicos e acadêmicos. E aos professores membros da banca pela contribuição ao aceitar o convite para participar desta defesa de tese.

À Universidade Federal de Viçosa pelos momentos em que facilitou a trajetória deste meu percurso. Aos servidores e colegas professores da Administração Superior, da representação em Belo Horizonte, do Centro de Ciências Humanas, do Departamento de Artes e Humanidades e do curso de Comunicação Social. Um agradecimento especial aos estudantes do curso que participaram desta pesquisa e principalmente à turma de 2007.

Neste último degrau de formação acadêmica, agradeço a Deus pelos lugares onde estive e aos colegas do Banco Real, Instituto Imaculada, Procolar, EUA, UFJF, Consórcio

Intermunicipal do Rio Piracicaba, Prefeitura Municipal de Americana, Folha de S. Paulo, Hoje em Dia, Sindicato dos Jornalistas, Jornal do Metrô, Univale, Umesp, Uni-BH, UFMG, PucMinas, Unipac e UFV.

Aos amigos, que me incentivaram, dando força, cobrando prazos, auxiliando com a informática, olhando nossas filhas, emprestando o ombro, e cedendo a própria casa para meus diversos retiros e imersões para que esta tese avançasse sobre os escombros que ultrapassamos ao longo destes anos. Foram muitos os apoiadores e não devo citá-los, sob o receio de ser injusto ao esquecer alguém.

Ao M. Gabriel, que ensina que sabe o valor do bem quem o recebe e com quem eu devo aprender melhor que a paciência é o primeiro degrau para a evolução. Aos irmãos da UDV, pela amizade.

Às famílias Corrêa Rabelo e Njaim Coury pelo carinho, pela torcida, pelo prático e imediato auxílio em inúmeros momentos e de diversas maneiras.

Aos meus amados pais, irmãos, cunhados (as) e sobrinhos (as).

Queridas Clara e Ana, agradeçamos juntos a Deus por ter nos iluminado para que esta tese não sacrificasse nossa deliciosa convivência. Agradeço a vocês também pela compreensão pelos momentos em que isso não foi possível.

Mudança. Essa palavra me acompanhou durante estes longos últimos anos. No meio do caminho, foi necessário mudar radicalmente o objeto da pesquisa, mudei de emprego, mudamos de cidade, de residência (algumas vezes), perdemos familiares, ganhamos outra filha e iniciamos empreendimentos. Mas não mudou o sentimento por você, Patrícia, que suportou comigo as vicissitudes destes tempos, acolhendo meus “ais”, entendendo meus sentidos, mudando nosso amor de degrau.

A Deus.

RESUMO

O objetivo geral que norteou este estudo foi a investigação do comportamento informacional do estudante de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa a fim de conhecer as características do consumo e utilização de informações a partir de referenciais teóricos do campo da Ciência da Informação e da Comunicação Social. Especificamente, buscou mapear o ambiente informacional a partir da situação e lacuna de informações, observar o comportamento de consumo de notícias e caracterizar padrões de evocação. A base teórica deste estudo é a do Sense-Making, abordagem centrada no usuário que busca caracterizar lacunas, necessidades e utilização de informação, e em teorias sociocognitivas de compreensão e formação de representação na memória a partir de consumo midiático. A tese discute o papel do usuário nos modelos tradicional e alternativo, localizando-se no campo dos estudos de usuários por meio de abordagem quanti-qualitativa, tendo como técnicas de coleta de dados questionários aberto e semi-abertos, entrevistas semi-estruturadas, Grupo Focal, observação e a técnica Message Questioning Interview no acompanhamento de leitura de notícias. O trabalho de campo foi realizado entre abril e dezembro de 2007 e em dois momentos, sendo o primeiro um estudo piloto com 40 moradores de Viçosa (MG) e 40 estudantes da Universidade Federal de Viçosa, quando se corrigiu o roteiro do trabalho, aferiu os questionários e confirmou a validade das técnicas. Na investigação posterior entrevistou-se 71% dos estudantes de Comunicação Social da mesma universidade. Utiliza nos dois universos como estratégia de verificação o estudo de caso para o mapeamento do ambiente informacional e, em uma segunda fase, promove um experimento de evocação de notícias. Em relação ao mapeamento do ambiente informacional, confirma a existência de características e constrangimentos de busca e uso de informação, revelando que a Internet é o principal e, muitas vezes, o único meio de informação jornalística; a mudança no perfil de engajamento social do estudante ao longo do curso, o padrão de qualidade dos produtos jornalísticos consumidos e a baixa quantidade e que 80% assistem a telejornais, 11% ouvem radiojornais, 93% consomem produtos webjornalísticos enquanto apenas 4% lêem jornais diariamente. O cruzamento do mapeamento informacional com o experimento de evocação permite confirmar ser melhor a qualidade de evocação do estudante com maior carga de leitura; que tem mais e diversificadas fontes de informação, com maior decodificação crítica e

envolvimento social. Confirma ainda o discutido na revisão de literatura de que as informações contidas no lide são melhor evocadas. O estudo conclui com recomendações visando a melhoria da qualidade de oferta e de formação do futuro profissional da informação.

Palavras-chave: Comportamento Informacional; Evocação de notícias, Sense-Making

ABSTRACT

The Universidade Federal de Viçosa's mass media student's informational behavior was the main reason that guided this research and monographic production, as well as pursuing knowledge identifying characteristics and use of the informational consumption from the theoretical reference within the information science and the social communication field of work. It produced the informational map from the location and absence of information, observed the behavior in the news consumption and characterizing its remembering mechanisms. The theoretical base of this study is the *Sense-Making* approach, placed in the users that search, location and useful of information and social-cognitive fields, of understanding and record remembering from media informational consumption. Discusses the user's role in traditional and alternative models, is placed in the field of users studies with an approach either quantitative and qualitative using as gathering information data techniques open and semi-open quizzes, semi-structured interviews, focal groups, observation and *Message Questioning Interview* techniques and the study of the news reading techniques. The field work was made from April until December of 2007 in two parts. The first part was done with a pilot study covering 40 habitants from Viçosa's city (Minas Gerais) and 40 students from the *Universidade Federal de Viçosa*. At the same time the structure of the study was overview, the data was attached and was verified the success of the techniques used. In the second part 71% of the student body in the same university was studied. In both cases was used as validation strategy the case study and the creation of an informational ambience map, then is done a news remembering experiment. With the informational ambience map is confirmed the existence of characteristics and limitations in the students search and use of information, revealing that the Internet is the main, and in many cases the only way of journalism information search; the changes within the profile of the student social involvement during the course, the quality control defaults of the informational journalistic products and its low quantity, and that 80% of the studied individuals see news television programs, 11% hears informational programs thru the radio and 93% use electronic journalistic products and only 4% reads imprinted journals on a daily basis. The informational ambience map cross-examination together with the remembering experiment confirms that the remembering quality is improved in the individuals with more reading habits; that these

students have more and better diversified information sources with better critical decoding and social involvement. It is also confirmed the hypothetical affirmation presented in the study that the remembering of the news is improved within the information presented in the lead. The monograph finally shows some aspects to improve the quality of the developing and formation of the future information professional.

Key-words: Informational behavior; News remembering , Sense-Making

LISTA DE TABELAS

1 -	Relação candidato por vaga em vestibular do curso de Comunicação Social da UFV	107
2 -	Amostragem do universo pesquisado por período	136
3 -	Local de moradia	137
4 -	Jornal preferido	138
5 -	Número de edições de jornal que lê segundo o período	139
6 -	Hábito de leitura (frequência) segundo avaliação da credibilidade dos grandes jornais	139
7 -	Hábito de leitura (frequência) segundo avaliação quanto à qualidade dos jornais	140
8 -	Hábito de leitura (frequência) segundo assuntos de preferência	141
9 -	Hábito de leitura (frequência) segundo autodefinição socioeconômica	142
10	Motivo pelo qual não lê jornais e revistas segundo o período	143
11	Motivo pelo qual não lê jornais segundo assuntos de interesse	144
12	Motivo de não assistir Televisão segundo o período	145
13	Justificativa para não ouvir Rádio segundo o período	146
14	Justificativa para não acessar Internet segundo o período	146
15	Credibilidade dos grandes jornais impressos segundo o período	147
16	Credibilidade do webjornalismo segundo o período	148
17	Credibilidade do jornal Estado de Minas segundo o período	148
18	Autodefinição socioeconômica segundo o período	149
19	Assuntos de preferência segundo auto-avaliação socioeconômica	150
20	Participação em entidades segundo o agrupamento (%)	151
21	Credibilidade dos impressos segundo a qualidade do noticiário	154
22	Credibilidade do webjornalismo segundo avaliação da qualidade do noticiário	154
23	Credibilidade dos impressos segundo autodefinição socioeconômica	155
24	Credibilidade do webjornalismo segundo autodefinição socioeconômica	155
25	Qualidade dos jornais segundo os assuntos de preferência	159
26	Qualidade do jornal Estado de Minas segundo assuntos preferidos	160
27	Credibilidade dos jornais impressos segundo assuntos de preferência	161
28	Credibilidade do webjornalismo segundo assuntos de preferência	161
29	Consumo de telejornal e participação em temas "áridos"	164
30	Jornal impresso segundo assuntos de preferência	169
31	Jornal preferido segundo autodefinição socioeconômica	170
32	Jornal preferido segundo avaliação de qualidade (impressos em geral)	171

33	Jornal impresso preferido segundo motivo para não assistir Televisão	172
34	Jornal impresso preferido segundo motivo pelo qual não ouve Rádio	173
35	Jornal preferido segundo motivo pelo qual não us a Internet	173
36	Número de revistas citadas por período	173
37	Jornal preferido segundo o período	174
38	Programas de Televisão preferidos segundo o período	175
39	Programas de radiojornalismo preferidos segundo período	176
40	Sítios de webjornalismo preferidos segundo o período	177
41	Consumo de Televisão (lazer) segundo o período	178
42	Consumo de telejornal segundo o período	179
43	Consumo de Rádio (lazer) segundo o período	179
44	Consumo de radiojornal segundo o período	180
45	Consumo semanal de Internet segundo o período	180
46	Consumo semanal de webjornalismo segundo o período	181
47	Evocações da N1 por período	183
48	Utilidade da informação da N1	184
49	Relação entre evocações e marcações por MQI	186
50	Escala crítica da N1	188
51	Evocação segundo escala de importância	188
52	Maiores expectativas antes da leitura	189
53	Quantidade de evocação da N1 por hábito de leitura	190
54	Evocação da N1 segundo total em minutos do consumo de TV e Rádio	191
55	Evocação da N1 segundo média por aluno de consumo de TV e Rádio	191
56	Evocação da N1 segundo a variedade de fontes	192
57	Evocação da N1 segundo credibilidade em impressos e webjornalismo	193
58	Evocação da N1 segundo a qualidade dos jornais em geral e do jornal Estado de Minas	194
59	Evocação da N1 segundo autodefinição socioeconômica	194
60	Evocação da N1 segundo escala de participação em entidades	195
61	Evocação da N1 segundo assuntos preferidos	195
62	Evocação da N2 por período	197
63	Evocação da N2 segundo escala de importância	200
64	Evocação da N2 segundo expectativa antes da leitura	200
65	Evocação da N2 por hábito de leitura impresso	202
66	Evocação da N2 segundo consumo de mídia eletrônica	203
67	Evocação da N2 segundo consumo de Internet	203
68	Evocação da N2 segundo variedade de fontes	204

69	Evocação da N2 segundo credibilidade em jornais impressos e no webjornalismo	204
70	Evocação da N2 segundo a qualidade dos jornais brasileiros em geral e do jornal EM	205
71	Evocação da N2 segundo autodefinição socioeconômica	205
72	Evocação da N2 por nível de participação em entidades	206
73	Evocações da N3 por período	207
74	Evocação N3 por hábito de leitura	209
75	Evocação N3 segundo média de consumo de mídias eletrônicas	209
76	Evocação N3 segundo consumo de Internet	210
77	Evocação N3 segundo variedade de fontes	210
78	Evocação N3 segundo credibilidade em jornais impressos e no webjornalismo	210
79	Evocação N3 segundo a qualidade dos jornais brasileiros em geral e do jornal EM	211
80	Evocação N3 segundo autodefinição socioeconômica	211
81	Evocação N3 por nível de participação em entidades	211
82	Evocações da N4 por período	212
83	Evocação N4 por hábito de leitura	213
84	Evocação N4 segundo média de consumo de mídias eletrônicas	214
85	Evocação N4 segundo variedade de fontes	214
86	Evocação N4 segundo credibilidade em jornais impressos e no webjornalismo	214
87	Evocação N4 segundo a qualidade dos jornais brasileiros em geral e do jornal EM	215
88	Evocação N4 segundo autodefinição socioeconômica	215
89	Evocação N4 por nível de participação em entidades	216
90	Hábito de leitura (frequência) segundo participação em entidades	242
91	Participação em entidades segundo o período - em números relativos e absolutos	242
92	Credibilidade do jornal Estado de Minas segundo participação em entidades	242
93	Credibilidade do webjornalismo segundo participação em entidades	242
94	Credibilidade em jornalismo impresso segundo participação em entidades	242
95	Qualidade dos jornais segundo a participação em entidades	242
96	Qualidade do jornal Estado de Minas segundo a participação em entidades	242
97	Consumo de Rádio para lazer segundo participação em entidades	242
98	Consumo de radiojornalismo segundo participação em entidades	242
99	Consumo de Televisão (lazer) segundo participação em entidades	242
100	Consumo de telejornalismo segundo participação em entidades	242
101	Consumo de Internet segundo participação em entidades	242
102	Revista preferida segundo o período	242
103	Consumo de webjornalismo segundo participação em entidades	242
104	Jornais preferidos segundo participação em entidades	242

105	Auto-avaliação socioeconômica segundo participação em entidades	242
106	Participação entidades segundo assuntos de preferência	242
107	Consumo de radiojornal segundo o motivo pelo qual não lê jornais ou revistas	242
108	Evocação da N1 segundo assuntos preferidos	242
109	Evocação da N2 segundo assuntos preferidos	242
110	Evocação da N3 segundo assuntos preferidos	242
111 -	Evocação da N4 segundo assuntos preferidos	242

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Elementos do gênero noticioso	42
Figura 2 - Esquema de interpretação de etapas do tratamento da informação durante a leitura	50
Figura 3 - Triângulo do Sense-Making	79
Quadro 1 - Hábito de leitura de jornalistas	54
Quadro 2 - Relação entre professores, estudantes e servidores de universidades públicas brasileiras em 2004	104
Quadro 3 - Qualificação do docente por áreas da UFV e relação aluno/professor em 2007	106
Quadro 4 - Item de maior marcação da N1	187
Quadro 5 - Item maior marcação N2	199
Quadro 6 - Maiores expectativas antes da leitura da N2	201
Quadro 7 - Dúvidas após ler a N2	201
Quadro 8 - Erros evocativos da N3	208

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCH	- Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
CMI	- Centro de Mídia Independente
DAH	- Departamento de Artes e Humanidades
EM	- Estado de Minas
ESAV	- Escola Superior de Agricultura e Veterinária
EUA	- Estados Unidos da América
FM	- Folha da Mata
FSP	- Folha de São Paulo
FUNARBE	- Fundação Arthur Bernardes
IQ	- Índice de Qualidade
IVC	- Instituto Verificador de Circulação
MCP	- Memória de Curto Prazo
ME	- Memória episódica
MEC	- Ministério da Educação
MLP	- Memória de Longo Prazo
MQI	- Message Questioning Interview
MS	- Modelos situacionais
OAB	- Ordem dos Advogados do Brasil
ONG	- Organização não governamental
OP	- O Popular
REUNI	- Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais
RT	- Representação do Texto
TL	- Tribuna Livre
UFV	- Universidade Federal de Viçosa
UREM	- Universidade Rural do Estado de Minas Gerais
USAID	- Agência para o Desenvolvimento Internacional do Governo Norte- Americano

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	18
1.1	Escolha e justificativa do tema	23
1.2	Métodos e procedimentos	26
2.	NOTÍCIA E INFORMAÇÃO	28
2.1	O contexto do jornalismo	28
2.2	A mídia jornalística	32
2.3	Conceito de notícia	34
2.3.1	Acontecimento e notícia	36
2.3.2	Estrutura do texto	40
2.3.3	Epistemologia do lide na mídia impressa	44
2.4	Consumo e uso da informação jornalística	49
2.4.1	Necessidade de informação	53
2.4.2	Hábito de leitura	55
2.4.3	Decodificação de mensagens	57
2.4.4	Uso e evocação de informação	59
2.5	Perfil do (novo) jornalista	61
3.	O LEITOR É ATIVO	72
3.1	Modelos tradicional e alternativo	72
3.2	Abordagem Sense-Making	74
3.2.1	Conceitos e variáveis	79
3.2.2	Algumas técnicas	81
3.2.2.1	Micro-moment Time-Line Interview	82
3.2.2.2	Message Questioning Interview	82
3.3	Pesquisas de recepção (problemas e soluções)	84
3.4	Pesquisas sobre uso da informação	88
3.5	Evocação de notícias através da leitura	89
3.5.1	Notícias, envolvimento social e Sense-Making	89
3.5.2	Compreensão e evocação de notícia	91
4.	METODOLOGIA	94
4.1	Abordagem qualitativa	97
5.	CONTEXTO DA PESQUISA	100
5.1	A Zona da Mata e Viçosa	100

5.2	A Universidade Federal de Viçosa.....	102
5.3	O curso de Comunicação Social	105
5.4	Jornal Estado de Minas.....	108
6.	MORADORES E ESTUDANTES EM GERAL	112
6.1	Metodologia.....	113
6.2	Perfil dos jornais.....	117
6.3	Ambiente informacional.....	118
6.4	Comportamento informacional e evocação de notícias	119
6.5	Resultados	120
7.	ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	126
7.1	Variáveis.....	126
7.2	Primeira etapa.....	128
7.3	Segunda etapa.....	130
7.4	Terceira etapa.....	132
7.5	Instrumentos de análise.....	134
7.6	Ambiente informacional dos estudantes de Comunicação Social	135
7.6.1	Local de moradia	136
7.6.2	Jornal impresso preferido	137
7.6.3	Hábito de leitura segundo período, credibilidade, qualidade, participação em entidades, assuntos de preferência e auto-avaliação socioeconômica.....	138
7.6.4	Motivo pelo qual não lê jornais segundo o período e assuntos de interesse.	142
7.6.5	Motivo pelo qual não consome Televisão, Rádio e Internet segundo o período.....	144
7.6.6	Credibilidade nos impressos, no webjornalismo e no EM segundo o período.	147
7.6.7	Autodefinição socioeconômica segundo o período e assuntos de preferência	149
7.6.8	Grau de participação em entidades segundo o período	150
7.6.9	Qualidade segundo a credibilidade dos impressos e do webjornalismo	153
7.6.10	Autodefinição socioeconômica e credibilidade nos impressos e no webjornalismo.....	154
7.6.11	Credibilidade no jornal EM, no webjornalismo e nos impressos segundo participação em entidades.	156
7.6.12	Qualidade dos impressos e do EM segundo participação em entidades	157
7.6.13	Qualidade dos jornais impressos e do EM segundo assuntos de preferência	158
7.6.14	Credibilidade dos impressos e do webjornalismo segundo assuntos de preferência.....	160
7.6.15	Consumo de Rádio, Televisão e Internet segundo participação em entidades	161
7.6.16	Jornais impressos preferidos segundo participação em entidades	166
7.6.17	Autodefinição socioeconômica e assuntos de preferência segundo participação em entidades.....	167
7.6.18	Jornal impresso preferido segundo assuntos de preferência, autodefinição socioeconômica e qualidade dos jornais	168

7.6.19	Jornal preferido e motivo de não consumir Televisão, Rádio e Internet	171
7.6.20	Revistas, jornais, programas de Televisão, de Rádio e sítios de Internet preferidos segundo o período	173
7.6.21	Tempo de consumo de TV, Rádio e Internet segundo o período	177
7.7	Comportamento informacional e evocação de notícias	181
7.7.1	Primeira notícia	181
7.7.2	Segunda notícia.....	196
7.7.3	Terceira notícia.....	206
7.7.4	Quarta notícia	212
8	CONCLUSÃO	217
8.1	Fundamentos de Pesquisa.	218
8.2	Ambiente informacional.....	219
8.3	Evocação de informações.....	223
8.4	Recomendações.....	225
	REFERÊNCIAS	228
	APÊNDICES	237
	APÊNDICE A – Questionário Pesquisa Piloto	238
	APÊNDICE B – Questionário estudantes Comunicação Social	239
	APÊNDICE C – Notícias do experimento com estudantes de Comunicação Social.....	240
	APÊNDICE D – Questionário evocação estudantes Comunicação Social.....	241
	APÊNDICE E - Tabelas estudantes de Comunicação Social	242
	APÊNDICE F - Tabelas moradores e estudantes em geral	243
	ANEXO A – Notícias do experimento piloto.....	244

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em um mundo que parece transformar-se velozmente, em que grandes acontecimentos se sucedem quotidianamente, com processo de internacionalização de cultura e comércio que levam fatos longínquos a repercutirem em cadeia global. Impulsionada por permanentes avanços tecnológicos, a mídia consegue apenas reproduzir freneticamente tais sucessões de acontecimentos, contribuindo para a explosão informacional.

Nesse contexto, torna-se de especial relevância o papel do cientista da informação que trabalha com produção, acesso, tratamento e uso de informação. Na área da Comunicação Social, cujo objeto de trabalho também é a informação, os jornalistas já não são convocados apenas para “contar as coisas deste mundo” mas para “explicar este mundo”. Um mundo fácil de ser observado em função das novas tecnologias, mas de complexo entendimento e de difícil explicação.

Mas qual seria o efeito da mensagem sobre os leitores? Antes de se chegar à formulação dessa pergunta, a trajetória de estudos a respeito da transmissão de mensagens iniciou-se com o modelo da teoria da informação que tentava esquematizar as estruturas envolvidas na comunicação como o emissor, canal, mensagem e o receptor. O segundo paradigma se refere ao conteúdo da mensagem e o terceiro se fixou em como a informação atuou junto ao receptor. Perguntando-se o que os usuários fazem com a informação recebida, consolidam-se os estudos centrados nos usuários, que passam a ser questionados sobre o que fazem da mídia e quais são suas necessidades.

Da mídia, especialmente da imprensa¹, se esperam informações úteis que sirvam para seus leitores tomarem decisões consistentes e racionais, embora se saiba que os cidadãos nem sempre seguem a racionalidade mas intuições, reflexos e suposições condicionadas e acionadas por seu acervo social e sua memória. E o que dizer quando os usuários são também produtores de informação? Vários autores (MAGALHÃES, 2005; CHAVES, 2005) apontaram que a principal característica de bom jornalista é “ser” ou “estar” bem informado e a tradição jornalística escrita, não verbal, ainda é o principal instrumento para que o estudante venha a adquirir tal “status”.

¹ Algumas pesquisas ressaltam a importância da mídia impressa à eletrônica. Rennó (2003) descobriu, por exemplo, que pessoas com hábito de leitura de jornais impressos estariam mais propensas à participação em associações do que aqueles que apenas assistem a telejornais.

O Jornalismo estabeleceu suas bases conceituais sobre a palavra impressa no suporte papel e mesmo com o surgimento de outras mídias permanece como o principal formato de propagação de notícias no que diz respeito à contextualização, à interpretação, à análise e ao aprofundamento na cobertura de grandes questões que afetam a humanidade. Se o surgimento dos meios orais e visuais de Jornalismo, Rádio e Televisão, os levou a ganhar dos impressos a primazia da agilidade e repercussão das notícias, os jornais e suas versões eletrônicas ainda reservam para si o papel de investigação, análise e debate de idéias.

Ao se referir à palavra escrita, não oral, Lima avalia que a imprensa “possui um poder de permanência e com isso de convicção mais profundo do que as palavras que as ondas levam, no mesmo instante de pronunciadas ou as imagens transmitidas sem demora, aos recantos mais remotos do mundo inteiro” (1969, p.9). Mas a tradicional forma das palavras impressas migra rapidamente para a leitura em telas digitalizadas² e a Internet parece significar mais uma etapa do longo processo trilhado pelo Jornalismo, que começou antes mesmo da tipografia, em manuscritos, pergaminho, papiros, placas e papel, e agora se consolida também no ambiente digital, possibilitando agilidade na propagação e interatividade, sons e imagens em movimento – assim como em determinado momento no início do século XX incorporou fotografia e cores.

Ao lado do estudo das teorias da Comunicação, do aprendizado de técnicas e da deontologia do Jornalismo, a metodologia da notícia é objeto central para o estudante durante seus quatro anos de graduação. Além disso, ele deve debater os conceitos de notícia, investigar suas dimensões, recuperar e reescrever sua história, estudar e revolver a estrutura textual, aprender técnicas de apuração, redação e edição, aproximar-se e conhecer com intimidade seus formatos derivantes, enfim, cercar-se de todas as nuances do fenômeno. A investigação teórica, a produção técnica e a leitura de jornais formam um triângulo basilar para a formação e é dentro dessa área que ele deve penetrar, perscrutando as entranhas de seu principal objeto de trabalho: a notícia.

Assim, é imprescindível ao estudante de Jornalismo³ – cuja área legítima, com sua autoridade, o produto informativo - tomar contato desde o início da graduação com alta carga

² O impacto da Internet como novo suporte de informação ainda não foi suficientemente estudado, mas pode ser dimensionado pela queda da circulação de impressos, tendo como contrapartida o aumento vertiginoso do número de acessos à versão *on line* desses jornais, que buscam novas possibilidades para permanecer no negócio. Arthur Sulzberger, presidente do grupo empresarial que edita o New York Times, um dos jornais mais influentes do mundo, presume que até 2012 o jornal não seja mais impresso e acrescenta que o fundamental “é se concentrar no melhor modo de operar a transição da folha impressa à Internet” (O Estado de S. Paulo, 8 de fevereiro de 2007).

³ O Jornalismo é uma das habilitações do campo da Comunicação Social, que oferece ainda a Publicidade e Propaganda, Rádio e Televisão, Cinema, Teatro, Editoração e Relações Públicas. Em nosso estudo, muitas vezes trataremos como sinônimos estudante de Jornalismo e de Comunicação Social.

diária de consumo midiático. Dois objetivos se esperam de tal prática: aquisição de conhecimentos gerais e aprendizado das práticas jornalísticas com sua inserção no universo da produção.

No entanto, pouco se sabe a respeito de seu ambiente e de seu comportamento informacional, da acessibilidade às mídias, do nível de decodificação e da utilização de tais mensagens jornalísticas. Do mesmo modo, desconhece-se como o fenômeno ocorre em um universo de estudantes de Comunicação Social abrigados em uma universidade pública situada no interior do país e cuja clientela é formada por egressos de cidades de pequeno e médio porte da Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e, majoritariamente, de Minas Gerais.

A análise do comportamento informacional dos estudantes de Comunicação Social tem dupla relevância por ser esse usuário também um produtor de informação, podendo significar grande avanço para a ampliação do conhecimento a respeito do perfil dos futuros jornalistas, de seu ambiente informacional e de seus comportamentos comunicacionais, aperfeiçoando a graduação e inaugurando áreas de pesquisa voltadas para a própria prática de ensino. Partindo do pressuposto de que esse tipo de público possa ser considerado um usuário especializado (deste universo é exigida uma leitura diferenciada, especialmente no que se refere às características de decodificação e ao uso das mensagens), investigamos em que medida o comportamento informacional interfere na evocação de notícias.

Nesse contexto, surgiram indagações iniciais a respeito de que situações e lacunas levariam o aluno de Jornalismo a buscar informações, qual é seu comportamento e hábito de consumo de notícias, quais são as características de evocação de notícias desse usuário especializado e de que maneira a decodificação de notícias influencia em sua posterior evocação. Outras questões se apresentavam a todo momento: como os estudantes se informam sobre as “coisas do mundo”? Quais são as características de busca de informação? Com que frequência e intensidade se expõem aos meios de comunicação? O aluno com maior carga de consumo também tem maior nível de decodificação crítica? Como caracterizar “envolvimento social” a fim de observar se tal variável influencia na decodificação crítica? Qual é o efeito da credibilidade do jornal para a decodificação de sua mensagem? Os assuntos preferidos pelos leitores seriam melhor evocados? É possível estabelecer padrões de barreiras e lacunas enfrentadas pelos usuários durante o ato de leitura? Quais os elementos do lide são melhor evocados? Em que circunstâncias o usuário se recorda de mensagens jornalísticas?

A teoria sociocognitiva considera que o processamento de notícias passa por sua representação através de atualização do conhecimento por parte dos leitores (VAN DIJK,

1990). Assim, é através da constante alimentação e reformulação da superestrutura textual (esquema cognitivo que contempla os elementos principais para processamento da linguagem e organização da memória) que o estudante de Jornalismo, enquanto também produtor de informação, torna-se capaz de observar os fatos do cotidiano, selecionar aqueles que a seu juízo teriam interesse público, organizar, tratar e disseminar tais informações. Em outras palavras, é fundamental para o jornalista não apenas o consumo mas o uso da informação adquirida e uma das dimensões que mais intrigam os pesquisadores das áreas da Ciência da Informação e da Comunicação Social é exatamente a questão da forma de registro desta informação na memória para posterior evocação.

Algumas pesquisas (VAN DIJK, 1990), que discutimos na revisão de literatura, indicam que o lide (do inglês *lead*)⁴ e os títulos são melhores evocados que o restante das informações dispostas ao longo do texto e que a evocação estaria, em alguma medida, relacionada aos processos de decodificação e compreensão da mensagem. Os mesmos estudos demonstram que tal lógica tenha duplo sentido, pois facilitaria tanto o esquema de entendimento macroestrutural do usuário quanto ao fazer jornalístico. Outras investigações (DWORKIN et al., 1999) comprovaram que o envolvimento do usuário com organizações sociais e comunitárias também favoreceria maior nível de decodificação crítica e, portanto, da evocação.

O comportamento informacional, aqui definido como a atitude do estudante de Comunicação Social em face do ambiente midiático, é o problema central desta pesquisa. Ancorados em premissas teóricas do campo da Ciência da Informação e da Comunicação Social, e nesse contexto geral de substituição da busca de informação da mídia impressa pela eletrônica, afirmamos provisoriamente que o comportamento informacional seja motivado por situação (contexto) e lacuna (necessidade de informação) sentida pelo estudante de Comunicação Social em seu ambiente informacional, sendo nessa perspectiva que trabalhamos tais conceitos⁵. A produção de sentido é constituída durante o movimento (quotidianamente fragmentado e descontínuo) do ser humano, em busca de informação para romper barreiras e suprir lacunas. É também uma construção individual, mas há padrões comuns de leitura e de evocação de fragmentos dos fatos noticiados, especialmente por

⁴ Fórmula de construção da abertura do texto jornalístico, em que se resume o acontecimento, contendo resposta às seguintes questões: quem? quando? onde? como? porquê? e o quê?

⁵ Baseados em trabalhos de Dervin (1983), trabalharemos com a seguinte conceituação: “Situação” é o contexto, espaço e tempo em que surge a necessidade de informação e onde o sentido é construído; “lacunas” é a necessidade de construir pontes, a necessidade de informação, as questões colocadas ou pontos que o indivíduo não compreende e “uso” é o emprego dado ao conhecimento recém-construído.

leitores especializados e circunscritos em dado ambiente informacional, como é o caso do graduando em Jornalismo. Assim, estabelecemos as seguintes hipóteses:

H1 - O comportamento informacional e o uso das informações são motivados por situação (ambiente informacional) e lacuna (necessidade de informação) para a formação profissional dos estudantes de Comunicação Social.

H2 – O comportamento informacional é uma construção individual, mas há padrões comuns de consumo e de evocação de notícias no universo de usuários especializados em informação, como o dos estudantes de Comunicação Social.

H3 - O lide é melhor evocado que o restante das informações contidas ao longo do texto.

H4 - As variáveis envolvimento social (participação em entidades e interesse em assuntos), autodefinição socioeconômica, hábito de leitura e decodificação das mensagens (credibilidade e qualidade) interferem no comportamento informacional e na qualidade de evocação.

Nos respaldamos teoricamente na Metodologia Sense-Making⁶, um dos paradigmas de estudos do usuário na perspectiva do modelo alternativo e em ambientes informacionais especializados, e em teorias sociocognitivas (VAN DIJK, 1990; 2002). A abordagem Sense-Making foi desenvolvida pela pesquisadora estadunidense Brenda Dervin (1983) tendo tido desde então vasta aplicabilidade no campo da Comunicação Social e da Ciência da Informação (DERVIN, 1983, 1996; DERVIN & NILAN, 1986; DERVIN & HUESCA, 2003; DWORKIN et al., 1999) enquanto Van Dijk é um dos principais estudiosos sob a perspectiva sociocognitiva da notícia.

A dimensão “uso de informação” abrange um amplo escopo de possibilidades, mas utilizamos a questão da evocação como uma de suas principais características, com base na premissa de que sem a memória da mensagem jornalística, ainda que esparsa, a notícia perderia seu potencial de utilização. Três questões nos chamam a atenção nessa evocação: a) situação específica do usuário; b) ambiente informacional; c) qualidade evocativa.

O termo “evocação” de informação nos pareceu mais adequado para este trabalho de pesquisa no sentido em que se trata de uma ação deliberada, um esforço do usuário em subtrair do acervo de memória extratos de notícias lidas em um passado recente. E não uma lembrança fortuita e ocasional de uma mensagem. É preciso aqui diferenciá-lo de “recuperação da informação”, *information retrieval*, um dos termos mais importantes no

⁶Podemos entender por “produção de sentido”, mas optamos por utilizar o termo em inglês por não haver correspondente em português.

campo da Ciência da Informação. Saracevic (1996, p. 44) credita ao estadunidense Calvin Mooers a autoria do termo, que “engloba os aspectos intelectuais da descrição de informações e suas especificidades para a busca, além de quaisquer sistemas, técnicas ou máquinas empregados para o desempenho da operação”.

Partindo do mapeamento do ambiente informacional, do hábito de leitura, da credibilidade conferida aos jornais e do envolvimento social dos estudantes, que conformariam a decodificação crítica do usuário, seguida de interpretação dessas variáveis, foi desenvolvida pesquisa de campo utilizando como objeto de experimentação jornais de Viçosa e o jornal Estado de Minas.

1.1 Escolha e justificativa do tema

Os meios de comunicação exercem forte influência sobre a formação cultural de uma sociedade e os jornais são fundamentais como fontes de informação para especialistas da área ; por isso aceitamos o desafio de tentar decifrar o ambiente e o comportamento informacional de futuros profissionais da comunicação.

A preocupação com a temática da produção de sentido por intermédio da leitura de jornais se estende desde os anos em que trabalhei em jornais diários e percebi a incerta e enviesada compreensão por parte dos consumidores das notícias que publicávamos. No ápice de disputas eleitorais chamava a atenção a maneira pela qual os leitores resgatavam (ou simplesmente esqueciam) reportagens que seriam necessárias para fornecer melhor sentido do contexto, orientando o voto do eleitor. Posteriormente, atuando na atividade docente , tais preocupações se ampliaram com o impacto do consumo de notícias para a formação dos futuros produtores de informação e tornou-se clara a necessidade de estudar o comportamento de busca e uso da informação dos estudantes de Comunicação Social. Compartilhamos estas preocupações com colegas em diversos momentos e ambientes acadêmicos e passamos a procurar bibliografia que respondesse a essas questões.

No Brasil, é escassa a literatura de pesquisas que estabeleçam relação entre decodificação crítica e evocação de notícias e raros foram os estudos que tangenciassem nossas preocupações mesmo porque vivenciamos um fenômeno inteiramente novo com a inserção das novas tecnologias na área midiática e, por extensão, no ensino do Jornalismo. Os estudos de recepção têm concentrado seus esforços na tentativa de descortinar a influência das mensagens e negligenciam certas características que condicionam o posterior uso da informação veiculada. As pesquisas da área avançaram a partir de estudos sobre recepção de

produtos midiáticos e atualmente têm privilegiado as práticas televisivas mas principalmente de grandes grupos midiáticos de radiodifusão, havendo carência de reflexões a respeito da mídia impressa e, especialmente, de usuários de jornais em ambiente regional.

Algumas das investigações mais consistentes na área da recepção midiática foram desenvolvidas com maior vigor e criatividade metodológica por cientistas sociais (FAUSTO NETO, 2002) e há questões emergentes, como a aqui proposta, que demandam abordagem interdisciplinar pois “o foco unilateral em Informação ou Comunicação é muito estreito, enfraquecendo a pesquisa em ambos” (SARACEVIC, 1996)⁷.

Nas conclusões finais de extenso levantamento e reflexão teórica a respeito da compreensão, da estrutura e da produção de notícia, Van Dijk afirma que, apesar de todos os esforços, “seguimos sem saber quase nada sobre o que os usuários dos meios de comunicação realmente fazem com a informação que obtêm das notícias” (1990, p. 248) e supõe qual seria a utilidade de se entender como funciona a prática de leitura de jornais:

Se sabemos o tipo de informações que as pessoas percebem e representam melhor e mais efetivamente, e aquela que inclusive é capaz de recuperar depois de muito tempo, também saberemos qual informação se utiliza para construir o conhecimento mais geral e os modelos de atitudes (p. 258)

É nesse sentido que Chaves sugere a investigação de como a universidade colabora “na formação crítica e consciente dos estudantes para que estes lidem com a informação como um bem público ao ingressarem no mercado de trabalho, sejam como produtores, fontes ou disseminadores da informação” (2005, p. 261-262).

Cabe também justificar o porquê de se investigar em as características do comportamento informacional em um ambiente constituído por estudantes de Comunicação Social em uma cidade do interior. Como o município dispõe de precário sistema de radiodifusão e nenhum jornal com veiculação diária, podemos parcialmente isolar de maneira mais controlada a influência do Jornalismo televisivo e radiofônico na interpretação e na recuperação de notícias de âmbito estadual. Colocar à prova a mesma hipótese em uma cidade como Belo Horizonte, por exemplo, significaria maior possibilidade de, durante o experimento de leitura e posterior evocação de notícias, o usuário ser “contaminado” por centenas de mensagens jornalísticas veiculadas nos vários programas locais de telejornal,

⁷O autor relaciona quatro dimensões do desenvolvimento da relação entre a Ciência da Informação e a Comunicação Social: interesse compartilhado na comunicação humana, juntamente com a crescente compreensão de que a informação como fenômeno e a comunicação como processo devam ser estudadas em conjunto; a confluência de certas correntes de pesquisa; permutas entre professores; o potencial de cooperação na área da prática profissional e dos interesses comerciais/empíricos.

radiojornal, webjornal⁸ e nos sete diários da capital.

Para o estudo piloto, trabalhamos com uma amostra não probabilística de 40 moradores e 40 estudantes de diversos cursos de graduação (exceto Comunicação Social) com o objetivo de verificar a eficiência das técnicas e coleta de dados em face dos dois universos distintos. Do mesmo modo, escolhemos três jornais locais e o jornal Estado de Minas no sentido de comparar divergências de leitura de acordo com o objeto de análise, além de averiguar se o EM seria o mais adequado para o experimento de leitura e evocação de notícias de estudantes de Comunicação Social, na fase posterior.

Além das motivações expostas anteriormente, o grupo de estudantes de Comunicação Social foi selecionado por outros motivos: (a) nosso conhecimento do perfil de alunos de Comunicação Social adquirido pela experiência de lecionar em escolas de Minas Gerais; (b) a disponibilidade dos alunos da Universidade Federal de Viçosa para o estudo de caso e o para o grupo experimental; (c) a possibilidade de aplicação de testes piloto e de averiguação da questão do uso da informação algumas semanas após a leitura dos jornais.

Em comparação com outras mídias, optamos por trabalhar com mídia impressa por conter, presumivelmente, maior aprofundamento e análise editorial, por estimular o raciocínio e a memória, ser mais factível a instrumentalização para a coleta de dados e por haver maior volume de estudos. A escolha sobre o jornal Estado de Minas deu-se pelas seguintes razões: (a) é o periódico mais antigo, de maior influência política e de melhor estrutura empresarial em Minas Gerais; (b) foi apontado em sala de aula como o jornal mineiro mais conhecido entre os estudantes, o que foi comprovado posteriormente em pesquisa de campo; (c) veicula informações sobre fatos ocorridos no Estado, que poderão servir de objeto para análise de leitura e (d) é o órgão informativo mineiro com maior volume de estudos realizados pela academia.

Nesse contexto, esta pesquisa pretendeu contribuir com reflexões e análises do comportamento desses estudantes frente à informação jornalística, investigando como o ambiente informacional interfere no comportamento e na evocação de notícias. Definimos como objeto de pesquisa o comportamento informacional e o uso de informações pelos estudantes de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Como buscamos compreender essa realidade, o grupo estudado e suas relações com a mídia, as pretensões deste estudo foram teóricas e, portanto, não pretendemos deduzir soluções práticas, embora esse escopo pudesse também ser alcançado no final desta investigação.

⁸ Trabalhamos nesta tese com o termo “webjornalismo” como sinônimo de jornalismo *on line* ou digital, embora alguns autores façam distinção entre os termos.

Desse modo, explicitamos que o objetivo geral desta pesquisa foi investigar características do comportamento de consumo de notícias por estudantes de Comunicação Social da UFV e apresentamos como objetivos específicos (a) identificar situação e lacuna de informações dos estudantes, (b) mapear o ambiente informacional, (c) observar leitura de notícias e (d) caracterizar padrões de evocação de notícias.

1.2 Métodos e procedimentos

Realizamos a revisão de literatura com o objetivo de compreender características de consumo e evocação de informações por usuários especializados e nos deparamos com escassa bibliografia, remetendo-nos com frequência a estudos que envolvessem outros perfis de usuários e veículos de comunicação, mas que subsidiassem nossos objetos de investigação.

Dessa forma, desenvolvemos o estudo de comportamento de usuários de modo a evidenciar as relações entre as variáveis estabelecidas e evocação de notícias. Para o estudo de caso, selecionamos nossa amostragem entre os estudantes do curso de Comunicação Social da UFV e como objeto empírico do experimento de evocação foi selecionado o jornal Estado de Minas, observando o comportamento e buscando descortinar padrões de comportamento.

Investigar a relação entre características de evocação e as variáveis hábito de leitura, decodificação, autodefinição socioeconômica e envolvimento social configurou-se como o tema central desta tese. Com o objetivo de responder a essa questão, buscamos na literatura subsídios para estruturar o estudo do comportamento de consumo e uso de informação da comunidade estudantil. Optamos por um recorte de caráter qualitativo e quantitativo compreendendo o fenômeno individualmente, mas observando características gerais na tentativa de estabelecer padrões gerais de comportamento.

Metodologicamente, a escolha da abordagem Sense-Making se configurou pelas seguintes razões: (a) nascida no campo da Comunicação Social, rapidamente se expandiu para outras áreas e encontrou na Ciência da Informação o maior volume de pesquisas; (b) oferece um método abrangente e eficaz para o mapeamento de comportamentos de uso de informação dentro da abordagem centrada no usuário; (c) apresenta vasta aplicabilidade em estudos com usuários de serviços de informação e (d) a existência de estudos utilizando tal metodologia comprovam a influência entre hábito de leitura, envolvimento social e credibilidade no nível de decodificação crítica da assimilação de mensagens jornalísticas.

A presente pesquisa se insere na linha “Informação, Cultura e Sociedade”, compreendendo que a investigação sobre as inter-relações entre o comportamento de usuários

e o ambiente informacional contribui para o fortalecimento teórico dos campos da Ciência da Informação e da Comunicação Social, para o intercâmbio de conhecimentos entre a comunidade, para o fazer jornalístico e para a melhoria da utilização da mídia por parte des se novo sujeito, profissional em produção de informação.

O trabalho foi estruturado em oito capítulos, sendo o primeiro a Introdução, em que apresentamos o tema e o problema de pesquisa, apontando hipóteses e objetivos, e justificando nossas escolhas. No segundo capítulo resgatamos a trajetória da atividade jornalística; discutimos a fundamentação teórica especificamente em relação a aspectos do Jornalismo que interessem a esta pesquisa, a epistemologia da notícia e da narrativa jornalística, colocando especial ênfase nas dimensões do lide, que é o principal elemento evocado, segundo pesquisas que apresentamos na revisão de literatura. Contextualizamos consumo e uso da informação a partir das variáveis necessidade de informação, hábito de leitura, decodificação de mensagens e evocação de informação . No final do segundo capítulo discorremos a respeito do papel histórico-político do profissional da informação .

No terceiro capítulo discutimos teorias da Ciência da Informação e da Comunicação Social sobre recepção de notícias e compreensão de leitura. Do mesmo modo, debatemos estudos de usuários em seus modelos tradicional e alternativo e promovemos uma exposição pormenorizada da abordagem Sense-Making, que nos fornece o embasamento teórico que utilizamos na concepção deste estudo.

O capítulo quatro foi dedicado à metodologia; revelamos os passos e as técnicas de coleta de dados que adotamos para atingir aos objetivos desta pesquisa . A contextualização do objeto da pesquisa foi realizado no capítulo cinco, em que apresentamos a região da Zona da Mata e a cidade de Viçosa, a história da UFV e do curso de Comunicação Social, e o jornal Estado de Minas. Os capítulos seis e sete foram dedicados à descrição e à interpretação de dados obtidos no estudo de caso e no experimento com os estudantes e moradores de Viçosa. Ainda nesses capítulos discutimos as variáveis originalmente apresentadas, como estado de envolvimento social (participação em entidades e interesse em assuntos), hábito de leitura, autodefinição socioeconômica, e decodificação das mensagens (credibilidade e qualidade), retomando a teoria e o problema de pesquisa. No oitavo capítulo fizemos as conclusões em relação ao problema proposto, lacunas detectadas e recomendações para futuros trabalhos.

2 NOTÍCIA E INFORMAÇÃO

Neste capítulo discutimos a fundamentação teórica especificamente em relação a aspectos do Jornalismo que interessem a esta pesquisa e a conceitos e atributos das notícias. Conceituamos informação e algumas de suas características, especialmente a informação midiática. Apresentamos uma breve trajetória do início do Jornalismo como atividade revolucionária, política e pedagógica ao atual modelo capitalista de imprensa comercial, com o conseqüente caráter mercantil das notícias. Mostramos como a informação e a notícia em meios eletrônicos e impressos perderam o valor de registro e se transformaram em instrumentos para o esquecimento, levando a uma nova relação entre o leitor e o jornal e, portanto, moldando o comportamento do usuário. Detivemo-nos com especial ênfase no debate sobre a epistemologia da notícia, presente em todas as formas de difusão coletiva diária e comercial no Rádio, Televisão, Internet e nos veículos impressos, que configura o ambiente informacional do estudante de Comunicação Social. Iniciamos aproximação de uma “teoria do lide”, pois sua função ultrapassa a simples instrumentalização por produtores e usuários de informação: está presente em todas as mídias noticiosas, mesmo no relato oral de notícias, e seu efeito propagador favorece não apenas a evocação mas, paradoxalmente, o esquecimento, segundo pesquisas que apresentamos no capítulo 3. No final, discutimos a trajetória do profissional da informação, que assume novo papel na sociedade mediatizada.

2.1 O contexto do Jornalismo

A informação, aqui entendida como o sêmen da notícia, pode ser considerada como o cimento que auxilia na edificação de sentido social da realidade e que permeia sua própria identidade subjetiva e de instituições por ele criadas. Sendo objeto do olhar do homem, esta construção é sempre subjetiva, volúvel, sujeita às contingências do tempo e do espaço, da experiência e do interesse pessoal, do contexto socioeconômico, da cultura dos povos, do passado e do presente, das teias por onde se conduzem as informações, enfim, de tudo o que seja humano ou não. Em quaisquer perspectivas teóricas, da Ciência da Informação ou da Comunicação Social, a informação sempre carregará em si o germe do conhecimento e potencial de transformação, individual e coletiva. Ou seja, a informação sozinha, como dado,

não age, mas permite a mudança através de sua relação com o sujeito.

A simplicidade da definição etimológica traduzindo “informe” + “ação” nos remete à expressão verbal do termo informação, com seu significado instrumental “meio de”, “instrumento para”. Assim, toda informação traria consigo o potencial do verbo, capaz de produzir sentido, de alterar estruturas e pessoas ainda que inconscientemente, de transformar não apenas o sujeito acionado, o receptor, mas também o emissor, na medida que este se movimenta em determinado contexto histórico por intermédio de uma “ação” anterior ao “informe”. E não uma informação estéril, sem potencial, apenas um dado, como uma seqüência de símbolos, puramente sintático, ininteligível.

Araújo (2001) salienta que a informação sempre comporta um “elemento de sentido”, seja como “processo de atribuição de sentido” ou como “processo de representação para a comunicação” e que “a informação é uma prática social que envolve ações de atribuição e comunicação de sentido que, por sua vez, pode provocar transformações nas estruturas pois gera novos estados de conhecimentos”(2001, p.1-2). Uma pessoa emite uma informação, através de códigos conhecidos, a um receptor, que a interpreta e assim produz sentido, utilizando tal informação para resolver determinado problema ou produzindo conhecimento. Desse modo, existiria sempre uma relação entre informação e conhecimento. Cabral (2002, p.8) resgata a conceituação de pesquisa Sense-Making e a entende como “aquilo que informa, algo que o indivíduo pode compreender, construir a realidade de forma criativa, e, por fim, usá-la com inteligência e ganho social”. O dado ausente, a falta no percurso humano para a compreensão, o fazer sentido, são exatamente para o Sense-Making a informação. Segundo Dervin (1992, p.3) “a partir da premissa da descontinuidade, informação é conceitualizada como o sentido criado em um específico momento em algum lugar e tempo por uma ou mais pessoas”(tradução nossa)⁹. Wersig (1992) amplia o conceito de informação para conhecimento para ação pois o conhecimento ancora ações específicas em contextos também específicos. Assim, a informação é capacitação para ação. Utilizaremos nesta investigação essas orientações conceituais para informação, como gerador de conhecimento, uma abstração subjetiva interior que requer vivência do objeto, a ser interpretado para favorecer a diminuição de incertezas, que supre lacunas, informes capazes de levar à ação.

A atividade jornalística se caracteriza pela disseminação de informações recentes, socialmente relevantes e tecnicamente agrupadas em modelos esquemáticos dos quais o

⁹ Information is conceptualized as that sense created at a specific moment in time -space by one or more humans.

principal formato é a notícia. Assim, a imprensa¹⁰, como veículo reprodutor de símbolos e valores, torna-se então um dos principais objetos de fenômeno de tipificação social, de reforço na construção de personalidade. Como estrutura de poder, a mídia reitera e conforma o sentido geral da compreensão social de mundo, trabalhando no sentido de evitar mudanças sociais.

O Jornalismo pode também criar necessidade de informação, fazendo o leitor interessar-se por mensagens distantes de sua realidade e sem perspectiva do valor de uso para seu cotidiano daquela determinada informação. Por outro lado, também deforma ao selecionar apenas alguns aspectos mais relevantes (segundo seus critérios de noticiabilidade) entre facetas do mundo real que lhe chega por intermédio dos filtros (*gatekeepers*¹¹) do comércio capitalista de informação.

A cultura das mídias cria e alimenta símbolos e mitos, formando uma visão fragmentada e reforçando estereótipos do que se entende por “nós” e por “eles”: o mundo publicado pelos jornalistas (além da ação do repórter) e estampado nas folhas diárias, os artistas, os políticos, os desportistas, a realidade do “mundo das mídias” e a vida aqui e agora, real e “mundana”. Tais imagens estereotipadas e generalizações “ocultam e mascaram as subjetividades” reforçadas com insistência pelas mídias (REIS, 2004, p.1). Neste sentido, a mídia exerce papel importante no processamento dessas informações auxiliando os contínuos processos de resistência e negociação entre as culturas. Em outras palavras, “as matérias jornalísticas precisam caber em concepções culturais prévias relacionadas com a notícia” (DARNTON, 1990, p.96).

No mundo contemporâneo, a explosão informacional e o crescente poder das mídias vêm causando profundas alterações nas outras áreas de conhecimento humano. Isso ocorre porque ocupa uma posição central na sociedade, é a instância em que os demais campos sociais ganham visibilidade e se legitimam. A globalização, o surgimento de novas mídias e o avanço tecnológico, que reduzem os custos de produção e de veiculação de bens jornalísticos, tornam mais céleres e acessíveis produtos midiáticos, barateando os custos de produção e veiculação, ao mesmo tempo em que passa a existir maior competitividade pela venda (e até distribuição gratuita) de notícias. Ressaltamos que tal conceituação se situa dentro da

10 É importante realçar os termos que utilizaremos neste trabalho: Imprensa é qualquer meio de Jornalismo impresso; veículos ou meios de comunicação são empresas fornecedoras públicas de informação; mídia é o amplo sistema de comunicação, seja para difusão pública ou privada, para grandes ou pequenos grupos (RABAÇA et BARBOSA, 1995).

¹¹ *Gatekeeping*, conceito desenvolvido por Kurt Lewin, é o processo pelos quais as informações têm de ultrapassar até se tomarem notícia; *gatekeeper* (selecionador) refere-se à pessoa (jornalista ou não) que interrompe ou deixa a informação prosseguir (WOLF, 2005, p.186); segundo Traquina (2001, p. 69) o “processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos gates”, áreas sobre as quais o jornalista decidirá para aquela notícia chegar ao destinatário.

comunicação de massa, e não *one-by-one*, ponto a ponto, e neste aspecto não há difusão de notícia em caráter privado, reservado. É um produto público, para grandes e previstas, mas não determináveis, audiências.

Ainda que se ressalte a rápida transformação da imprensa, de espaço público de debate de idéias em direção à empresa de venda de conteúdo informativo, os veículos de comunicação de massa exercem forte influência na formação da opinião pública, moldando, orientando a discussão, alertando para aspectos ocultos, interpretando os fatos, elegendo as informações e oferecendo aos receptores o cardápio noticioso de acordo com a seleção feita pelo próprio veículo. Mas a informação recebida através de notícias não atende apenas ao desejo de atualização de conhecimento a respeito do mundo, mas conforme mostra Van Dijk, também porque esse conhecimento pode ser relevante na interação social posterior ou “apenas para as conversas cotidianas acerca dos temas da atualidade” (1990, p.201), como foi discutido na teoria de usos e gratificações¹².

Marcondes Filho (1989) enumera as fases que a atividade jornalística atravessou ao longo dos séculos até transformar-se numa grande empresa capitalista. A primeira fase do Jornalismo é chamada imprensa artesanal ou meramente informativa: eram os vendedores de notícia, as produções tipográficas dos avisos. Os jornais funcionavam como grandes anúncios para circularem informações sobre transações comerciais de uma burguesia emergente. Havia poucas notícias tais como são entendidas hoje e referiam-se a desastres, mortes, nascimentos, entre outros acontecimentos factuais.

Nos séculos XVIII e XIX tem-se a emergência de um novo tipo de imprensa, que Habermas (1984) classifica de imprensa político-literária. Nessa época, prevalecia uma disputa entre a burguesia e a aristocracia, que lutava para manter o poder. Os cidadãos passaram a se reunir em espaços de debate, como os cafés, e a utilizar a imprensa como instrumento de ação política. Os fins econômicos das empresas vão para o segundo plano e os jornais adotam fins pedagógicos e ideológicos para difundir as idéias da classe emergente.

No final do século XIX e início do século XX, o capitalismo entra em nova fase e o jornal se transforma em um negócio, deixando de lado eventuais objetivos pedagógicos e políticos, uma vez que agora a burguesia está no poder, e passam a prevalecer os fins lucrativos. Há a supressão da liberdade individual do redator, do jornalista, uma vez que quem dita as regras é o proprietário. Emerge, em certo sentido, a ditadura do capital. O jornal nesta

¹²“O efeito da comunicação de massa é compreendido como consequência das gratificações às necessidades experimentadas pelo receptor: os meios de comunicação de massa são eficazes se o receptor lhes atribui essa eficácia e em que medida, com base justamente na gratificação das necessidades” (WOLF, 2005 p.60)

terceira fase assume característica de produto, de mercadoria a ser vendida. A busca da notícia, do “furo” jornalístico, a aparência de neutralidade e de imparcialidade são estratégias mercadológicas importantes para a venda desse novo produto. As técnicas de aprimoramento também são essenciais, já que o jornal vai mudando de acordo com as exigências do mercado. De maneira gradativa, as grandes diretrizes do “negócio da mídia” e sua lógica da ampliação horizontal da audiência obedecem aos padrões de “gosto médio”, segundo os ditames da “indústria cultural”, que não cabe aqui discutir, com o consumo ditando assim a produção.

Nos países de economia livre, onde a atividade jornalística não seja controlada pelo Estado, a liberdade editorial dos órgãos de comunicação dependem da audiência, principal condição para o crescimento dos veículos. A base de sustentação, como se sabe, é a financeira que, por sua vez, é mantida pela publicidade. E o investimento privado em publicidade obedece à lógica de quanto maior o número de pessoas consumindo determinado programa midiático maior será o retorno em vendas para o empresário -anunciante. Assim, o jornal é vendido para o leitor e para o anunciante. Primeiro para o leitor, que forma uma audiência daquele jornal. Herscovici ironiza: “o papel dos meios de comunicação é vender audiências aos anunciantes” (2000, p. 90).

2.2 A mídia jornalística

Com o surgimento do Rádio e da Televisão, a imprensa perdeu o monopólio da atividade jornalística e passou a concorrer com a mídia eletrônica (os usuários pagam com seu tempo e atenção a “gratuidade” financiada pelos anunciantes) e com velocidade quase instantânea, tendo durado pouco tempo a tentativa inicial de se cobrar pelo sinal radi ofônico. Nessas primeiras batalhas concorrenciais, naturalmente a imprensa descobriu que sua vocação seria investir em aprofundamento, análise, investigação e contextualização dos acontecimentos. Essa mesma estratégia pareceu repetir-se quando da massificação da Televisão por assinatura e posteriormente com o advento da Internet. Ainda que a imprensa tenha perdido a primazia da veiculação do fato bruto e vivencie uma crise de identidade (ou de reposicionamento no mercado de informação)¹³, a palavra escrita ainda é o instrumento mais valorizado para a análise, a veiculação de novas idéias, a contextualização, o debate público e a preservação da memória cotidiana.

¹³ Atualmente duas tendências mercadológicas da tradicional mídia impressa se cruzam: por um lado a disseminação de jornais menos analíticos e mais superficiais, com pouco texto e muitas fotos, imitando o padrão visual das tevês; por outro, a migração do texto impresso nas folhas para teles digitalizadas.

Em comparação com a mídia eletrônica, o impresso requer a acentuação de habilidades cognitivas, como a leitura e o raciocínio. E capital, ou seja, recursos financeiros para adquirir o exemplar ou a manutenção de terminal de computador e assinatura de provedor. Assim, seu público é reduzido, principalmente em países pobres com altas taxas de analfabetismo, levando os usuários a se constituírem como um grupo de elite. Es se segmento constitui 6% da população brasileira, tem outras fontes de informação, e é mais exigente que o usuário que tenha acesso a informações apenas por intermédio da Televisão e do Rádio¹⁴. É nesta faixa socioeconômica que se encontra a maior parcela dos formadores de opinião e origem da maioria dos aprovados nos concorridos vestibulares das universidades públicas que oferecem o curso de Jornalismo.

A forma e a velocidade como são dispostas as notícias na Televisão e no Rádio também favorecem a fragmentação de idéias e da história. É o que ressalta Martin-Barbero (2001, p.1) ao discutir o papel do telejornalismo para a memória e o esquecimento. Ele afirma que este final de século tem contribuído para a “debilidade do passado, da consciência histórica” pois o tratamento do pretérito é sempre descontextualizado, “reduzindo o passado a uma data, não sendo mais que um adorno para colorir o presente”. Como o negócio dos veículos de massa é “fabricar o presente”, os eventos são apresentados sucessivamente sem nenhuma relação entre eles ou com o passado e o futuro, modelo que Martin-Barbero classifica de “autista”, no sentido de bastar-se a si mesmo.

O tempo é acelerado, o novo fato ocorrido há dois dias ainda não foi digerido e já se tornou história:

Pense na exaustão de notícias midiáticas. Fica-se tentado a dizer que sua função principal é relegar experiências históricas tão rápidas quanto possível para o passado. A função informativa da mídia seria ajudar-nos a esquecer, servir como agente mecanismo principal para nossa história amnésia (JAMESON, 2006, p. 20).

Assim, o telejornal dedica o mesmo tempo para o flagrante de um acidente de automóvel como para um projeto de lei que altera a estrutura curricular do ensino superior. O ritmo frenético da propagação de notícias, que devem ser cada vez mais espetaculares para “segurar” a audiência eletrônica, rompe com a hierarquia de sua importância para a coletividade, enquanto os impressos ao menos possibilitam ao usuário montar seu próprio roteiro de leitura. Lê-se a narrativa impressa como se fazia há 200 anos enquanto a linguagem

14 Associação Nacional de Jornais. Disponível em: <<http://jornalanj.digitalpages.com.br>>. Acesso em: 15 mai 2006.

do telejornal modifica-se com maior constância e velocidade. A imagem passa a se sobrepor à importância dos fatos para a sociedade, ao interesse público, algo basilar para o Jornalismo. E telejornais se colocam efetivamente mais como protagonistas que testemunhas, principalmente em contextos em que a empresa midiática apresenta interesses comerciais. No entanto, o modelo de telejornal tem influenciado tradicionais veículos impressos.

Enquanto a imprensa, alguns veículos, tentam enlaçar os fatos, ligá-los, colocá-los em contexto, o Rádio e principalmente a Televisão trabalham sobre a simultaneidade de tempos e a instantaneidade da informação que, possibilitadas pelas tecnologias audiovisuais e telemáticas, se converteram em perspectiva no modo de ver e de narrar (MARTIN-BARBERO, 2001)

Segundo Martin-Barbero, o apagar (*borramiento*) da memória leva à desinformação. E os meios de comunicação parecem ter se convertido em “máquinas produtoras de espectros”. Mesmo nas raras vezes em que os telejornais rememorizam alguns fatos, nos revivem cenas de arquivos, estas imagens nos parecem tão distantes quanto inverossímeis e não obedecem ao nosso desejo ou necessidade de evocá-las mas segundo seus editores julgam ser nosso interesse. Também pessimista, Kurz (2002) lamenta que a mídia auxilie a sociedade da informação a não se conhecer e nada tem a produzir senão sua própria ruína: “sua notória fraqueza de memória é ao mesmo tempo seu único consolo”.

Na mesma linha, discutindo a relação da memória com a informação, Fernandes lembra que no Ocidente a noção do tempo sempre esteve entrelaçada com a da realidade e que o ser humano tem no tempo um constitutivo de seu modo de ser: “não há como esquecer totalmente o passado que atua no presente nem deixar de ter expectativas acerca do futuro”. No mundo contemporâneo, as mídias e o aparato informacional contribuem para o fim das distâncias e o esmaecimento do tempo. A autora conclui “aquilo que determina o tempo também determinaria ou é a própria realidade, enquanto as ilusões sobre o tempo derivariam ou seriam baseadas em algo não real ou que não dá origem a nenhuma realidade” (2004, p.46-162).

2.3 Conceito de notícia

O acontecimento é matéria-prima da notícia (OLIVEIRA, 1996), por sua vez força motriz do Jornalismo. Mas se alguns (poucos) acontecimentos vão parar nas páginas dos jornais porque outros fatos presumivelmente de grande interesse não foram noticiados? A explicação de que a notícia não seja mera retratação da realidade mas “uma forma de

construção dessa realidade” (OLIVEIRA, 1996) é um bom ponto de partida para a discussão sobre a constituição desse fenômeno. Mas o que é exatamente uma notícia?

A notícia é uma forma de discurso que carrega em si o germe da informação que interessaria a um público mais heterogêneo, para as massas, e se configura contemporaneamente dentro da lógica capitalista do Jornalismo como negócio, que se desenvolveu com maior vigor no seio de sociedades liberais. Como produto, traz a narração de fatos ou acontecimentos que devem ter alguns atributos que tornariam a notícia mais “competitiva”, como interesse público, nível de desvio das normas sociais, atualidade, novidade, relevância, grau de desvio das normas sociais, repercussão, proximidade (geográfica, afetiva, social), oportunidade, descobertas e invenções, originalidade, entre outros que formam o que se conhece como valores ou “critérios de noticiabilidade”¹⁵.

A história do Jornalismo registra inúmeras definições do que vem a ser notícia, das rudimentares às mais convenientes a determinados órgãos ou veículos de comunicação¹⁶. Para além dessas definições, traremos aqui duas mais abrangentes que interessam ao nosso trabalho por ser composta de termos e afirmações extremamente condicionantes.

[as notícias são] como artefatos lingüísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (SOUSA, 2002, p. 13).

A notícia é um fato verdadeiro, inédito ou atual, de interesse geral que se comunica a um público e que é captado pelo sistema informativo, interpretado e valorado pelos seus profissionais. É notícia aquilo que os jornalistas acreditam interessar ao público. (OLIVEIRA, 1996, p. 4)

¹⁵ Erbolato (1984, p.55) tentou decifrar os critérios que levariam as notícias a despertar maior interesse dos leitores: proximidade, marco geográfico, impacto, celebridade, aventura e conflito, conseqüências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal e humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão e confidências. Devido à multiplicidade de forças conformativas esses critérios são extremamente flexíveis e particulares.

¹⁶ Mário Erbolato (1984): “A notícia deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público”; Leão Serva (2001): “O procedimento jornalístico é o de destacar e noticiar o raro, o paradoxo, o imprevisto – o caos, aparente ou verdadeiro. É isto o que caracteriza a notícia, sua matéria-prima”; Muniz Sodré, Maria Helena Ferrari (1986): “Notícia será todo fato social destacado em função de sua atualidade, interesse e comunicabilidade”.

2.3.1 Acontecimento e notícia

Um dos elementos mais marcantes para o acontecimento¹⁷ se tornar notícia é o desvio, a negatividade, problemas, conflitos, desastres e crimes. Embora comumente se critique a predileção dos jornais por más notícias, esse é um dos *valores notícia*¹⁸ em que parece haver uma das mais perfeitas simbioses entre consumidores e produtores de notícia. Wolf (2005) enumera-os em critérios relativos ao conteúdo (intrínseco às notícias), ao produto (disponibilidade e característica da informação), à própria mídia, ao público e aos critérios relativos à concorrência.

Há teorias sociológicas, psicológicas e cognitivas a explicarem o fenômeno de atração pelo grotesco e pelo mórbido, que remontam à Idade Média, quando membros da nobreza, do clero, e mesmo cidadãos de boa formação e gosto apurado pagavam ingressos para assistir ao “circo dos horrores”. Segundo Sousa, para a psicanálise

a atenção ao crime, aos acidentes, à violência, etc, funcionaria como um sistema emocional de autodefesa: ao contemplarem-se expressões dos nossos próprios temores, o fato de serem outros a sofrer com as situações proporcionar -nos-ia tanto alívio como tensão(2002, p. 97).

É dinâmico, fluído, maleável, contraditório e pouco compreensível ao grande público o uso de tais atributos. Uma razoável descoberta científica, por exemplo, teria menos espaço em um jornal popular do que em um *quality paper*¹⁹, que, por sua vez, dará destaque àquele assunto embora saiba, por pesquisas internas, que o material será menos lido do que outra matéria de apelo mais popular. Neste caso, entraria outro elemento, agora já no limiar entre as demandas da Redação e do Marketing: jornal não vende apenas notícias, mas também credibilidade e prestígio.

Oliveira explica que “o acontecimento que irrompe na superfície lisa do sistema social é diferente do acontecimento jornalístico (a produção da notícia), porque é da natureza deste promover a seleção e classificação do primeiro, a partir de uma ordem infinita de ocorrências no mundo” (1996, p.35).

Invariavelmente, o modelo de consumo rápido requer abordagem mais conservadora, reforço de clichês e estereótipos, limita-se o número de enquadramentos e sua repetição vai ao

¹⁷ Sousa (2002, p. 23) classifica os acontecimentos que podem transformar-se em notícia em pseudo-acontecimentos, acontecimentos midiáticos, não categorizados, não acontecimentos e imprevistos - o “verdadeiro” acontecimento pois os demais ou seriam impostos aos media ou impostos pelos media.

¹⁸ Erbolato (1984) enumera os seguintes valores: atualidade, ineditismo, verdade, objetiva e de interesse público

¹⁹ Jornais tradicionais, de informação geral ou especializada, com especial ênfase em política e economia, que primam por rigor, exatidão, sobriedade, análise, influência junto à elite, independência, enfim, reconhecidamente de prestígio junto a formadores de opinião.

encontro das expectativas dos usuários das classes médias da população. A sucessão de “fatos novos” é encaixada em clichês permanentemente atualizados que dão à maioria dos usuários a impressão de que estejam consumindo informações inteiramente novas, quando, muitas vezes, assiste-se a capítulos de um grande e interminável folhetim “baseado em fatos reais”, mas vendidos como retratação fiel da realidade. Invariavelmente a mídia, por exemplo, reforça o enquadramento de que os políticos somente se preocupam com eleições e poder, que os deputados não trabalhem, os governos sejam ineficientes e burocráticos e o judiciário lento, confuso e inacessível.

De acordo com Fausto Neto (2002, p. 205), trata-se de uma das leis segundo as quais são estruturados o contrato de recepção: “tem por componente a recorrência, em nível da produção discursiva propriamente dita, ao conjunto de elementos e referências do próprio estoque simbólico e cultural do receptor”. O discurso a respeito do acontecimento é moldado ao modelo de referência do usuário que, por sua vez, terá uma reação convencional. Pressionados pelo fator tempo e limitados pela pequena capacidade de processamento de informações a cada momento, os jornalistas “farão uso adaptado de rotinas cognitivas que lhes sejam familiares para organizar as informações e produzir sentido” assim como tenderão a buscar e tratar informações que lhes sejam familiares e confirmem suas convicções.

Além disso, ao destacar os desvios das normas sociais, as notícias contribuem ainda para manutenção do *status quo*, dos valores da sociedade. Sousa afirma (2002) que “as mensagens recebidas são raramente vistas ou recebidas como originais” mas “categorizadas em função de estruturas mentais pré-existentes” (p. 43) e ressalta que a construção de categorias ultrapassa o jornalista particularmente, sucedendo -se geralmente no coletivo da categoria profissional. Da mesma forma, o produtor de informação também seleciona mensagens que se encaixem em categorias pré-existentes de como tratar a informação.

Como testemunhou Darnton após alguns anos como repórter do New York Times e do The Times: “a nova informação que ele (repórter) adquire precisa se adequar a categorias herdadas de seus predecessores”; daí o lugar comum, o clichê, esperado de familiares de vítimas de tragédias pois “sabíamos” o que a “mãe consternada” diria a respeito da morte do filho (1990, p.91).

No entanto, não se pode negar a existência de alguma similaridade entre as aspirações cognitivas dos acontecimentos sociais cotidianos que acometem o grupo médio da coletividade e os modelos de produção da notícia, o que explicaria efetivamente o inegável sucesso da notícia e de seus critérios de noticiabilidade para a expansão comercial do Jornalismo. Esse contrato informal firmado entre o potencial usuário e os editores se reforça a

cada consumo de notícia.

Há uma espécie de conhecimento tácito de editores e repórteres que os levam a uma quase automática seleção de notícias por intermédio de uma categorização de ranqueamento entre esses valores-notícia. A produção e a disseminação de notícias em veículos de comunicação de massa estão limitadas por interesses empresariais, por condições industriais e ideológicas de produção, pelos critérios de seleção e exclusão de fatos a serem apurados, pela percepção do repórter e pela definição do público-alvo a ser atingido. Mas, predominantemente, o discurso das mídias está circunscrito às dinâmicas sociais que se constroem quotidianamente, conformando a cultura e o gosto médio de seu público, dos quais não se pode distanciar aquele determinado periódico sob pena de se inviabilizar empresarialmente. Ao priorizar determinados fatos, idéias e enfoques, os jornais dotam suas mensagens de significação, embora a produção de sentido dependa do usuário, e contribuem para a criação de hábitos e rituais de consumo de informação.

Em determinada circunstância histórica, por exemplo, pequenos acidentes com aeronaves podem ser ignorados pela mídia enquanto em outros momentos ocupam espaços desproporcionais ao fato em si. É o que ocorreu nas semanas que se seguiram ao choque ocorrido em setembro de 2006 entre o boeing da GOL Linhas Aéreas e um jato da empresa Legacy: quaisquer incidentes aéreos passaram a ser destaque nos jornais. Nesse caso, é o que chamamos de “efeito onda”, em que a repercussão de um fato de grande proporção acaba por “puxar” para a pauta outros menores, secundários. É pelo mesmo motivo que a grande mídia praticamente tenha ignorado pequenos acidentes de automóveis que mataram cerca de três mil brasileiros ao longo daquele mesmo ano. Como assinala Oliveira (1996, p. 44), “um grande *affaire* puxa os pequenos, que são pinçados dos relatórios de rotina das agências de notícias. Dessa maneira, o assunto passa a ser tematizado e focalizado, intensivamente, pelo sistema informativo”.

Há uma profunda crítica entre os pesquisadores do tema a respeito da substituição do valor da notícia como um bem social ou público para o perfil da notícia como mercadoria. De alguma forma tais críticas são compartilhadas entre profissionais da informação e leitores. E o campo da Comunicação tem se debruçado na tentativa de apreender teoricamente e refletir sobre esses valores que perpassam a pauta, a produção e a narrativa jornalística. Para Van Dijk, tais valores “proporcionam a base cognitiva para as decisões sobre a seleção, atenção, compreensão, representação, evocação e os usos da informação jornalística em geral” (1990, p.174).

Em dissertação em que tenta responder “porque as notícias são como são”, Sousa

(2002, p. 37-38) distingue: a) a ação pessoal: as notícias são um produto de pessoas e de suas intenções; b) ação social: o papel das organizações e de seus limites na conformação da notícia; c) ação cultural: notícia como produto de uma cultura situada em determinado tempo e lugar; d) ação do meio físico e tecnológico: influência da convergência das telecomunicações e da informática e grandes oligopólios que revolucionaram o acesso, tratamento e disseminação de informações e e) ação do meio não organizacional: influência de fatores externos às organizações, como as fontes e o mercado em que a empresa se insere, no conteúdo das notícias.

Desde o surgimento da imprensa no Brasil, recebemos maior influência da tradicional escola européia, de gênero mais opinativo, jornais elitistas, linguagem culta e os editores brasileiros praticavam um texto “rebuscado, impreciso, incorreto, incoerente, desarticulado, sem substância, parcial” (LINS E SILVA, 1991, p. 117). É a partir dos anos 1950 que as empresas passam a sofrer influência do modelo estadunidense, cuja redação, sempre coloquial, era destinado às camadas populares. E uma das primeiras concessões dos editores foi quanto ao estilo e à linguagem. No primeiro caso, a linha editorial passou a privilegiar notícias locais, de apelo popular e quanto à estrutura dos textos noticiosos. No segundo momento, o discurso passa a ser o mais coloquial possível reproduzindo, em alguma medida, o que acontece nas práticas comunicacionais cotidianas da comunidade. A mudança brasileira coincide com a urbanização das cidades, a diminuição do analfabetismo, a industrialização do país, o aumento da classe média e o início do processo de transformação do negócio da mídia em indústria da mídia.

Segundo Patterson (2003), a extrema competitividade entre as mídias as levou a apostar na presença crescente de notícias “leves” e no Jornalismo crítico (matérias negativas). O autor define notícias “sérias”, (acontecimentos envolvendo líderes políticos, questões públicas substantivas ou perturbações significativas na rotina da vida diária), de alto grau de interesse público e leves, as de baixo interesse ou de interesse do público, no sentido de atender pontualmente aos reclames da audiência média. As notícias leves são tipicamente mais sensacionalistas, mais centradas numa personalidade, menos localizadas no tempo, mais práticas e baseadas em incidentes, privilegiam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e são selecionadas pela sua capacidade de chocar ou de entreter. A opção pelo Jornalismo crítico deve ser seguida de forte conteúdo investigativo a fim de não se apoiar apenas no denunciamento ou no “fontismo”, em que comodamente se registram as denúncias das fontes (carreadas com seus interesses).

A segunda aposta foi o investimento no componente de entretenimento das notícias e a

terceira em matérias que atendam exatamente ao que demanda o mercado de leitores - consumidores, ignorando-se o conceito clássico de Jornalismo que preconiza fornecer à audiência não apenas o que lhe *interessa*, mas o que ela *necessita* saber. Mas tais apostas não estancaram o declínio da audiência, atraídas pela Televisão a cabo e pela Internet. A longo prazo, o investimento em notícias leves e na cobertura predominantemente negativa, crítica, “aborrece” a audiência, afastando-a do meio, tornando-a cética em relação à credibilidade e à utilidade daquelas informações. Chaves (2005, p. 231) revelou, por exemplo, que 56,2% dos jornalistas somente acreditavam “às vezes” no que liam. Patterson (2003) destaca algumas pesquisas de opinião que apontam para grande insatisfação do público consumidor de notícias e afirma que a opção é amparada no departamento de marketing das grandes corporações que estariam adotando uma estratégia míope, de curto prazo.

Nos anos de 1980 e 1990, a ampliação do conteúdo de notícias “leves” em jornais, revistas e telejornais estaria causando alterações também no vocabulário noticioso, tendo-se o discurso se tornado mais pessoal e menos institucional, mais auto-referente e menos coletivo. A estratégia de conferir maior espaço a questões superficiais e banais vai ao encontro do que Bourdieu (1997) denuncia como um exagero na prática midiática de entretenimento, principalmente da Televisão, fugindo dos grandes temas que realmente importam para a sociedade, e o autor reivindica à mídia o estímulo ao diálogo e à conscientização popular. Chaparro (1994) chama a atenção para outro componente das mensagens jornalísticas, o que classifica de “publijornalismo”, uma prática que contaminaria o Jornalismo “sério” com característica de superficialidade, entretenimento, sensacionalismo e denunciismo, sempre amparado por técnicas publicitárias e objetivando o marketing. Pejorativamente, Marshall (2003) denomina “jornalismo cor de rosa” o noticiário alegre, efêmero, feito para agradar aos anunciantes e ao gosto médio dos consumidores.

2.3.2 Estrutura do texto

A forma contemporânea de estruturação do texto noticioso selou o domínio da visão do Jornalismo como atividade de retratação da realidade em contraponto ao viés da profissão como arena de disputa ideológica, que remonta aos primeiros jornais do século 17. Um dos instrumentos responsáveis por consolidar esse novo paradigma foi a implantação dos mitos da objetividade, imparcialidade e neutralidade como os mais altos valores do Jornalismo moderno. A imparcialidade e a neutralidade se configuram com maior vigor no campo das volições do repórter e do editor enquanto a objetividade se expressaria no texto jornalístico.

Objetividade é ir direto ao ponto, à questão central do fato, sem interferência da opinião e da subjetividade, evitando adjetivos ou advérbio. O discurso é feito em terceira pessoa, como um observador distante, que não se envolve pois relata com frieza e neutralidade, remete o real para fora, distante, mas ao alcance das mãos e das vistas do vigilante repórter, e seu ponto de vista sobre aquele fato é indecifrável para a maioria dos leitores apressados.

Um dos principais instrumentos descritivos para atingir tal objetividade foi a criação das técnicas do lide e da “pirâmide invertida”: a organização de discurso do Jornalismo que se caracteriza por uma introdução reunindo as informações mais importantes. A seguir os temas se distribuem em blocos de texto, geralmente em parágrafos, em ordem de relevância. Tal estrutura convencionou-se chamar “pirâmide invertida” (em alusão ao triângulo equilátero cuja base seria invertida pois conteriam os elementos mais importantes) e pressupõe a localização do lide no primeiro e/ou segundo parágrafo (neste caso, sublide) com o resumo do fato. A partir daí viriam o relato propriamente dito, dividindo-se o esquema na descrição da situação e dos comentários. A situação englobaria o episódio em si, a consequência, os antecedentes e o contexto. Os comentários se desdobravam em reações verbais, conclusões, expectativas e avaliações.

Como o texto é distribuído verticalmente em colunas na página impressa, a leitura se dá de cima para baixo, do geral para o particular, facultando ao leitor interromper o exercício a qualquer momento sem perder as informações principais. O jornal Folha de São Paulo justifica economicamente a consolidação do modelo da Pirâmide:

Técnica de redação jornalística através da qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as menos importantes, em hierarquização decrescente, em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no pé do texto. Essa técnica foi formulada para servir às exigências das notícias. Assim, as notícias podiam ser transmitidas a diversos jornais diferentes, que as utilizavam segundo suas necessidades, cortando pelo pé na altura que desejassem, sem que as informações essenciais deixassem de ser publicadas. Acabou por servir ao leitor, que também pode realizar a mesma operação de corte. Lido o primeiro parágrafo, o leitor já está informado do que há de mais importante e pode dispensar o resto, se desejar. É a técnica de redação jornalística mais disseminada no mundo ocidental (LEITE, 1987, p. 157).

O estudo de Van Dijk (1990, p.69) sobre a produção da notícia em seu aspecto cognitivo desmembra o gênero noticioso em nove elementos, embora nem todos estejam, em conjunto, presentes em toda notícia: manchete, lide, fato principal, contexto, eventos anteriores, história, consequências, expectativa e avaliação (FIG. 1).

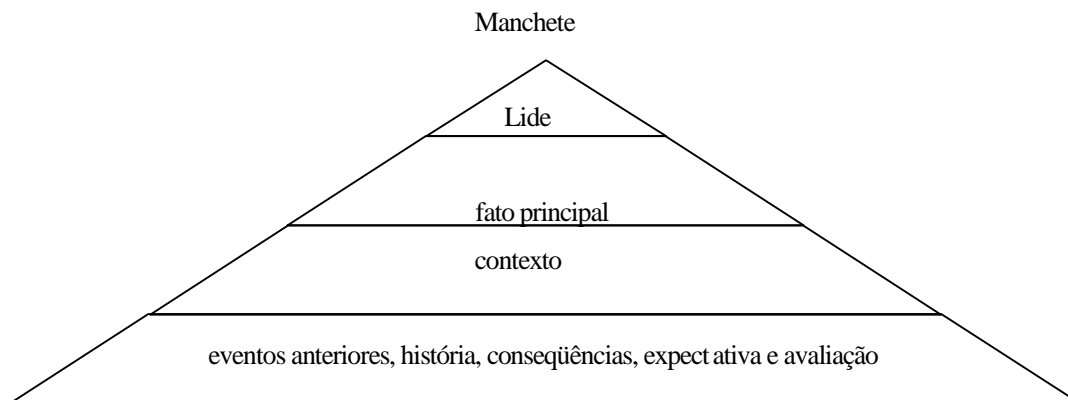


FIGURA 1 - Elementos do gênero noticioso

Nota: adaptação de esquema proposta por VAN DIJK, T., 1990, p.69.

Juarez Bahia (1990) acrescenta a opção de estruturação do texto por cronologia do fato a partir de uma introdução (primeiro parágrafo) em forma de Pirâmide Invertida e outra mista, uma combinação entre a narração a partir de importância decrescente e de importância cronológica, privilegiando o aspecto de maior impacto e mais atual. A técnica da Pirâmide Invertida agiliza as rotinas de produção, pois possibilita ao editor localizar facilmente o fato principal e elaborar a manchete da reportagem. Durante os aflitivos minutos finais do que no jargão jornalístico chama-se *dead line* (horário de fechamento da edição), essa técnica permite recortar rapidamente o “pé do texto” (últimas informações ou parágrafos) sem se afligir com perdas que poderiam ser importantes para a compreensão do fato narrado.

Assim, a economia interna da narrativa, de fácil assimilação, a objetividade e a repetição de esquemas informativos não reduzem apenas o esforço de processamento autônomo e compreensão do usuário mas também do próprio jornalista e das rotinas produtivas. Darnton (1990) atesta que narrativas do Jornalismo popular se assemelham às características da tradição oral e da literatura infantil, “daí o caráter sentimental, moralista, com ares de superioridade, do Jornalismo popular” (1990, p.94).

Em uma pesquisa incluindo os editores dos jornais *O Tempo*, de Belo Horizonte, destinado a classes A, B e C, e *Extra*, do Rio de Janeiro, dedicado a classes populares, Lemos (2001) confirma a reiterada preocupação dos jornais em não “chatear” o leitor, entendido como “sinônimo de tudo que exige algum trabalho, que apresenta dificuldade ou problema, ao invés de prestar serviços ou entreter” (p. 32-33). Outra pesquisa, realizada com leitores dos três principais periódicos de Minas Gerais, detectou que 95,8% dos entrevistados consideraram fácil a leitura dos jornais (CHAVES, 2005, p.226).

Os jornais populares, de grandes tiragens, não priorizam a conscientização ou educar o público, mas deseja ser útil, entreter e reproduzir a ideologia do veículo. O editor do *Extra*,

que em 2000 chegou a ser o mais vendido no Rio de Janeiro, afirmou que “[o jornal] não briga com o leitor, não tem ideologia. A gente também não briga com o sucesso, vai na linha do que o leitor vê (LEMOS, 2001, p.52)”. A preocupação é expressa também no manual de redação de outro jornal de prestígio:

A Folha deve poupar o trabalho do leitor. Deve relatar todas as hipóteses em torno do fato em vez de esperar que o leitor as imagine. Deve explicar cada aspecto da notícia em vez de julgar o leitor está familiarizado com ele. Deve organizar os temas de modo que o leitor não se surpreenda com assuntos correlatos em lugares distintos do jornal (...) Cada texto do jornal deve ser redigido a partir do pressuposto de que o leitor não está familiarizado com o assunto (LEITE, 1987, p.31)

O lide aliou a objetividade ao estatuto da veracidade -de certa forma arranhada pelas acusações de fabricação de notícias e manipulação da imprensa durante e após a Primeira Guerra Mundial. Lage (1979) produz um panorama histórico no qual justifica as técnicas do lide e da Pirâmide Invertida como necessidade a partir dos paradigmas de objetividade, imparcialidade e verdade (defendidos com a trajetória do Jornalismo em busca da ampliação necessária do número de consumidores para a sobrevivência do meio). Embora seu uso seja amplamente disseminado, o esquema da pirâmide é crítica do por “pasteurizar” as notícias, “desideologizando” as mensagens, cerceando a criatividade do redator, descontextualizando o fato, colocando como secundárias as causas e conseqüências dos acontecimentos.

Todos esses fatores que colocam em dúvida a notícia como representação do real contribuem para o que chamamos de Jornalismo “fast food”: muita massa, pouca substância protéica, tornando obesos o corpo e o intelecto do usuário. Desse modo, sua transação massiva requer empacotamento e venda de uma mercadoria reluzente, mas sem tempero nem cheiro, de forma que atenda ao gosto médio do segmento de público que pretende atingir e que o sustente apenas momentaneamente, a fim de levar o usuário a consumir mais adiante. Os textos são curtos, os parágrafos telegráficos²⁰.

Além das redes de “comida rápida”, a prática comunicativa lembra os *shopping centers*, intensamente iluminados na tentativa de fazer paralisar o tempo, levando o consumidor a esquecer o passado ou o futuro. Trata-se de consumidor moderno, consome tudo, rápido, esquece tudo, quer mais. Consome-se mesmo em pé, dirigindo automóvel, ouvindo música, sendo maior o consumo, quando solto no espaço, se possível apenas quando trata do aqui e agora. É um produto descartável que requer reposição imediata. O modelo

²⁰O Manual de Redação da Folha de São Paulo recomenda: “Convém que os parágrafos e frase sejam curtos e que cada frase contenha uma só idéia” (p. 47); “tente evitar parágrafos muito longos, com mais de cinco linhas de terminal de computador” (p. 99).

atenderia também aos desejos mais prementes do irrequieto usuário moderno: por um lado permanentemente excitado por centenas de mensagens disparadas das mais diversas mídias e por outro premido pela escassez do tempo nos dias atuais. Aos editores, a máxima deste novo contrato de leitura é não aborrecer o apressado leitor.

Segundo Pacheco (1995), essa “velocidade desenfreada faz com que as pessoas tenham cada vez menos tempo e possibilidade de pensar, julgar e interpretar a informação que recebeu” (p.22). Para a autora, algumas conseqüências seriam o usuário estar mais dependente da informação do outro para agir e daí a fragilização das construções individuais, particularidades regionais e de determinados grupos sociais e, finalmente, o enfraquecimento da memória: “o que importa não é mais conhecer, mas sim ter meios e instrumentos rápidos para acessar o conhecimento” (1995, p.22).

Bauman (1999) afirma ser uma das principais conseqüências da globalização a ampliação do consumo, cujo aumento requer redução do tempo. Conseguir-se isso se o usuário não prestar atenção nem se concentrar prolongadamente em qualquer objeto: “a cultura da sociedade de consumo envolve sobretudo o esquecimento, não o aprendizado” (p.90). Como produto de massa, altamente perecível e por isto periodicamente renovável, as notícias são reflexos e acentuam os efeitos culturais da globalização. Os sistemas de radiodifusão *all news* (Jornalismo 24 horas), com suas breves e espetaculares notícias, caleidoscópicas, que invariavelmente se repetem, são a expressão mais bem acabada desse modelo. Tal fato corrobora a afirmação de Bauman, (1999, p.91), segundo o qual “para aumentar sua capacidade de consumo, os consumidores não devem nunca ter descanso. Precisam ser mantidos acordados e em alerta sempre, continuamente expostos a novas tentações, num estado de excitação incessante”.

2.3.3 Epistemologia do lide na mídia impressa

Os últimos 50 anos do século passado comprovaram a eficácia do lide e consolidaram sua prática na organização e na transmissão de notícias para o jornalismo ocidental. Como uma espécie de gênero discursivo, o lide organiza a distribuição das informações, ressaltando as macroproposições e preserva a coerência textual, agilizando o processo de redação e de processamento da leitura.

Uma das principais influências estadunidenses foi a disseminação do lide, cuja propagação sepultou na grande imprensa brasileira o velho “nariz de cera”, prática de se iniciar um relato com elementos secundários, frases de efeito, postulados morais e comentários que introduziriam o leitor levemente ao fato em si, sem chocá-lo. O lide pode

compor-se nos dois primeiros parágrafos de uma notícia e os demais trazem os antecedentes do fato, repercussões, comentários, circunstâncias, etc.

Na prática profissional o lide é largamente utilizado, sendo basilar para um bom texto jornalístico, segundo manuais de redação de grandes jornais brasileiros.

Quando se tratar de um texto noticioso, a Folha recomenda com relação ao lide que: a) contenha as informações essenciais do fato noticioso, de preferência as respostas às perguntas básicas (quem, o que, quando, onde, como e por que); b) seja tão completo que o leitor possa se sentir informado sobre o assunto apenas com a sua leitura; c) tenha, de preferência, até cinco linhas e jamais ultrapasse oito linhas de setenta toques datilográficos; d) seja rígido na ordem direta (sujeito, predicado, objetos e complementos); e) não comece com verbo ou advérbio; f) não utilize, sem explicar, nomes, palavras ou expressões pouco familiares para a média dos leitores (LEITE, 1987, p.85-86).

O lead é a abertura da matéria. Nos textos noticiosos, deve incluir, em duas ou três frases, as informações essenciais que transmitam ao leitor um resumo completo do fato. Precisa sempre responder às questões fundamentais do Jornalismo: O quê, quem, quando, onde, como e porquê. Uma ou outra dessas perguntas pode ser esclarecida no sublead, se as demais exigirem praticamente todo o espaço da abertura. Gráficamente, recomenda-se que o lead tenha de quatro a sete linhas da lauda padrão do Estado. Nada impede, porém, que ocupe uma ou duas linhas, apenas, em casos excepcionais ou quando se tratar de informações de impacto. Mais que nas demais partes do texto, o lead deve ser objetivo, completo e simples e, de preferência, redigido na ordem direta. Todas as demais recomendações feitas a respeito do texto jornalístico valem especificamente para o lead (as palavras estranhas ou desconhecidas deverão ser sempre explicadas; rebuscamentos não têm vez na abertura; o fato de que constitui o lead deve ser novo; use frases curtas; procure dar um ritmo adequado à frase e, principalmente, jamais construa leads de um único período) (MARTINS, 1990, p. 42).

Em relação ao estilo, os lides, ainda em um modelo clássico, podem apresentar variadas formas de estruturas. Em uma tentativa de classificação com fins didático-pedagógicos, Erbolato (1984) os enumera em 12 tipos: clássico, integral (dá noção completa do fato, contém todos os 6 itens); simples (refere-se apenas a um fato principal); composto (anuncia vários fatos importantes logo na abertura); suspense ou dramático (provoca mais emoção em quem o lê); flash (nota breve ou informação relâmpago sobre um fato); resumo (é quase o mesmo que o clássico, resume os principais fatos no lide); citação (transcreve um pronunciamento); contraste (revela fatos antagônicos); chavão (cita um slogan ou chavão); documentário (narra utilizando elementos que podem servir de documento histórico); pessoal (fala diretamente ao leitor, na segunda pessoa); não noticioso (não é uma notícia, a narração de um fato mas precisa levar ao leitor o ponto central da história; mais utilizado em reportagem)

Após a exposição do lide clássico, o manual de O Globo apregoa (GARCIA, 1994,

p.230): “O bom lead é aquele que faz o leitor ler o texto”. Assim, saber “abrir” uma matéria chega a ser determinante na carreira de um bom redator. Lage (1979) assegura que as mudanças objetivas, objeto de notícias, correspondem a três campos semânticos, pois a notícia é o relato de deslocamentos, transformações ou enunciações observáveis no mundo e consideradas de interesse para o público. O autor (1979, p. 78) exemplifica o que seria um lide clássico: “O taifeiro Joaquim da Rocha matou, ontem à tarde, com dois tiros, num barraco da favela da Rocinha, sua mulher, Marlene, ao encontrá-la em casa com outro homem”. Fragmentando este exemplo de lide, teríamos os seguintes enunciados:

O quê: taifeiro assassina esposa
 Quem: taifeiro Joaquim da Rocha
 Quando: ontem à tarde
 Como: com dois tiros
 Porquê: ela estava com outro homem
 Onde: em casa, na favela da Rocinha

Há outra vertente que fundamenta a origem e a consolidação do lide como estratégia narrativa racional baseada na retórica clássica. Embora creditado aos estadunidenses, a estratégia de retórica do lide e da pirâmide remonta à Antigüidade, sendo coerente mesmo com nossa tradição oral e cotidiana de transmissão de fatos. Karam (2000) e Sousa (2002), por exemplo, afirmam sê-la não mais que derivações e atualização da retórica desenvolvida na Grécia antiga, que utilizava estruturas semelhantes a atuais modelos da imprensa mundial como a Pirâmide Invertida e a normal, o relato cronológico e a introdução de um início e um final de impacto: “com freqüência, contamos histórias de maneira semelhante à forma como os nossos antepassados as contavam”. Sousa afirma que a tese do primeiro doutor em Comunicação (Tobias Peucer, Leipzig, Alemanha, 1690), intitulada *De Relationibus Novellis*, propunha que o relato noticioso observasse a indicação do sujeito, objeto, causa, maneira, lugar e tempo: “estes *elementa narrationis* acabam por corresponder às seis questões a que tradicionalmente se dá resposta na notícia: quem?, o quê? quando? onde? como? e por quê?” (1994, p.91).

Van Dijk (1990, p.99) afirma que no discurso cotidiano, ao contrário do relato noticioso, as pessoas geralmente narram os acontecimentos em ordem cronológica. Embora tal forma realmente ocorra para assuntos triviais, banais, o mesmo não pode ser dito em relação àqueles fatos impactantes que sucedam aos homens comuns e que carreguem em si genes também característicos dos critérios de noticiabilidade, tais como surpresa, impacto, proximidade das pessoas, soma envolvida, etc. Nestes casos, o relato geralmente se

hierarquiza e se inicia a partir do que o emissor avalia como mais importante ou mais recente. Em outras palavras, ao narrar a um colega de repartição que tenha acabado de abalroar seu automóvel no estacionamento da empresa, o funcionário não começará seu relato pelo momento em que se despertou naquela manhã mas pelo ápice do acontecimento. Algo do tipo: “poxa, acabei de bater no carro do chefe!”, e na sequência fornecerá outras informações como horário, gravidade do acidente, testemunhas, culpabilidade, etc. O costume e o bom senso mostraram a este motorista que iniciar a narrativa em ordem cronológica ou do menos importante para o mais importante tornaria o discurso extremamente maçante e dispersaria a atenção do interlocutor.

A utilização do lide como produto semi-acabado de uma indústria de notícias favorece o consumo e persuade o leitor, estigmatizando-o como mero depositário de informações ordeiramente empacotadas e levemente digeríveis. O instrumento do lide sobrevive à crítica do leitor como receptor passivo de informações das teorias de efeitos ilimitados, passando pela abordagem funcionalista, Teoria Crítica e estudos culturais (*Cultural Studies*). A construção da notícia, especificamente do lide, sucumbiu ao figurino de se fornecer contexto, antecedentes e perspectivas de um fato somente para reportagens e para os últimos parágrafos de um relato noticioso. E muitas vezes esses dados são omitidos em substituição a outros de maior impacto, sensacionais, de apelo mais consumista. Com todas as reflexões críticas, a principal razão para o sucesso e a sobrevivência do lide é sua extrema praticidade para usuários e produtores de notícia nos atuais tempos de consumo rápido e massivo.

A discussão (rara) a respeito da pragmática do lide quase o compara a um projétil de arma de fogo. Significativamente, a fórmula clássica do lide (em que todos os elementos aparecem no primeiro parágrafo) subsiste a todas as discussões teóricas ao longo do século 20 e assemelha-se à concepção teórica da Bala Mágica ou Agulha Hipodérmica, na crença da possibilidade de se atingir certamente o leitor. Nessa ótica dos efeitos ilimitados, o usuário seria um sujeito passivo e presumivelmente assimilaria as intenções do emissor, depositário final das intenções do emissor. Os estudos dos efeitos acompanham os diversos paradigmas inseridos no âmbito das teorias da comunicação, mas pouca atenção tem sido dada à característica de principal evocação e fundamental para a estrutura das notícias. Sua prática seria sempre certa, funciona, e perpassa todos os estudos de recepção, mesmo que seus efeitos tenham transitado entre limitados e ilimitados. Estando o comportamento do usuário reduzido à relação estímulo-resposta, o estímulo e a eficácia são colocados em cheque, quando não há resposta, ou seja, se não ocorreu o problema teria sido na formulação do lide.

A mesma abordagem têm os estudos da teoria crítica, que discute a indústria cultural, e

constituída basicamente pelos meios de comunicação de massa, a partir da renúncia da autonomia da razão, sendo tal indústria um dos principais instrumentos para a funcionalidade de uma sociedade que tudo pode. Tal postulado afirma que os usuários consomem sem resistência, contestação ou crítica.

A simplificação da fórmula do lide ao reportar um acontecimento de destaque, e a repetição do modelo de relato em todas as mídias e em eventuais repercussões nos dias seguintes geradas por este fato inicial reforçam e ampliam os efeitos da *agenda setting* e da espiral do silêncio. A agenda setting trabalha sob a égide da imposição dos meios de comunicação de massa sobre os indivíduos, pautando os assuntos a serem debatidos cotidianamente a partir da tematização definida e hierarquizada pelos próprios meios. Não define exatamente “como”, mas sobre “o quê” pensar. Os temas ignorados ou com pouco destaque nos jornais teriam igual equivalência pública. Ainda na perspectiva dos efeitos ilimitados dos meios de comunicação de massa, na abordagem da espiral do silêncio determinados temas atingem os indivíduos, levando os portadores de opiniões diferentes a se silenciarem. O princípio é que os usuários não querem o isolamento, buscam associar-se a opiniões dominantes, evitando o choque com opiniões de grupos sociais influentes (WOLF, 2005).

A discussão sobre a estrutura do lide escapa também aos paradigmas da comunicação que refutam a onipotência dos meios de comunicação de massa. Aqui a certeza dos efeitos da mensagem é limitada a certas condições, introduzindo-se o conceito social, a influência de líderes e de grupos sociais sobre o leitor. Três tipos de efeitos seriam previstos: criação, transformação ou conservação de idéias já preestabelecidas. Outros estudos apontaram para o binômio uso e gratificação (*uses and gratifications*) em que se procurava privilegiar o que os usuários esperavam daquilo que consumiam, ou seja, ao invés de se perguntar a influência dos meios, questiona-se o que os usuários fazem com os meios. Em um ambiente concorrencial, os meios necessitam submeter-se aos ditames do “mercado”. Nos anos 1960, os estudos culturais (*cultural studies*) discutem a problemática da codificação/decodificação assentada sobre a dominação simbólica, em obediência a critérios sociais e culturais como sinalizadores da interpretação de uma mensagem por parte do usuário.

Ferreira (2003) ressalta terem surgido outras abordagens pelo viés da hermenêutica, da fenomenologia e da semiótica, mas os exclui da discussão de estudos de recepção, pois demonstraram interesse pela recepção, mas não “no” receptor, em trabalhos próximos a estudos de produtos midiáticos, “como estes da semiologia, que numa *démarche* de conhecimento, entre outros, de mitologias contemporâneas fazem alusão a um receptor, como

pretexto para uma análise interna ou imanentista do texto” (p. 7). O autor aponta vertentes recentes em estudos de recepção midiática: construção social da realidade, a contribuição dos meios de comunicação na formação e na mudança das identidades individuais e coletivas e a contribuição dos meios de comunicação no elo social.

Ao longo de toda esta trajetória houve raros e breves hiatos da visão certa do poder da mensagem, limitado ou ilimitado, como a proposta teórica de Freire (1978) que aborda a comunicação como instrumento de conscientização, dialógica, e que consolidou-se principalmente no campo de pesquisas midiáticas do Terceiro Mundo a visão da recepção como de efeito limitado, como *locus* de produção de sentido. Tal modelo se aplica fundamentalmente em propostas de comunicação alternativa, não massivas, e ressurgiram nos anos 1990 com as novas mídias, principalmente o webjornalismo, ambiente em que o modelo discursivo de notícias, ainda em construção, propõe como adequado ao meio eletrônico a publicação de textos curtos, aprofundando o uso do lide.

Freire propõe o compromisso da teoria com a transformação social e nessa perspectiva ele insere a questão da prática jornalística. Os estudos de Freire estimularam novas indagações sobre o discurso, a prática e a teoria do jornalismo como forma de conhecimento, estimulando investigações profissionais e acadêmicas na área, no que Meditsch chamou de “método Paulo Freire de jornalismo”:

“O desenvolvimento de tal método certamente se apoiaria na filosofia de Freire sobre a educação, em sua teoria do conhecimento e em sua experiência pedagógica, confrontando os conceitos e as técnicas às necessidades da prática jornalística e as suas particularidades. Requer, portanto, não apenas conhecimento da obra de Freire, mas também domínio da atividade profissional. Tal método se aplicaria tanto à produção do jornalismo, enquanto prática cognitiva dos jornalistas, quanto a sua recepção pelo público, onde a atividade cognitiva se refaz. E, certamente, teria conseqüências importantes também no ensino do jornalismo” (MEDITSCH, 2003, p.14).

A teoria freiriana foi ainda uma das fontes para o desenvolvimento da abordagem Sense-Making, que veremos no Capítulo 3 desta tese.

2.4 Consumo e uso da informação jornalística

A mente humana é a sede de nossa consciência mental, física e da personalidade, é a interface entre os mundos espiritual e físico. Evoca memórias do passado e planeja o futuro. Objeto de estudos sistemáticos desde a Grécia antiga, muitos dos modelos explicativos sobre

o funcionamento cerebral baseavam-se em observações universais da natureza e na volição divina. Mas ainda não há maior mistério no universo conhecido (DE DUVE, 2004, p.321).

Nas últimas décadas o crescente interesse pelos estudos relacionados com as ciências do sistema nervoso levou a um “enorme progresso no desenvolvimento de técnicas que permitem conhecer melhor a função normal deste que parece ser o mais complexo sistema do organismo humano” (CASTRO CALDAS, 1992, p. 75).

Ressalvando não ser objetivo desta tese investigar as teorias cognitivas, psicolingüísticas e sociocognitivas, é nelas que se baseiam os principais estudos que envolvem a leitura e o uso da informação no campo do Jornalismo e por isso vale a pena rever alguns aspectos relevantes sobre a temática.

Castro Caldas (1992) defendeu a estrutura biológica como determinante fundament al para a atividade cognitiva. Após uma extensa revisão da literatura sobre a neurofisiologia humana, as correlações entre o cérebro e o comportamento, mais precisamente a linguagem oral, o processo fisiológico da leitura e da escrita (FIG. 2), bem como os quadros de afasia e alexia, o autor apontou limitações e etapas do processamento cognitivo humano .

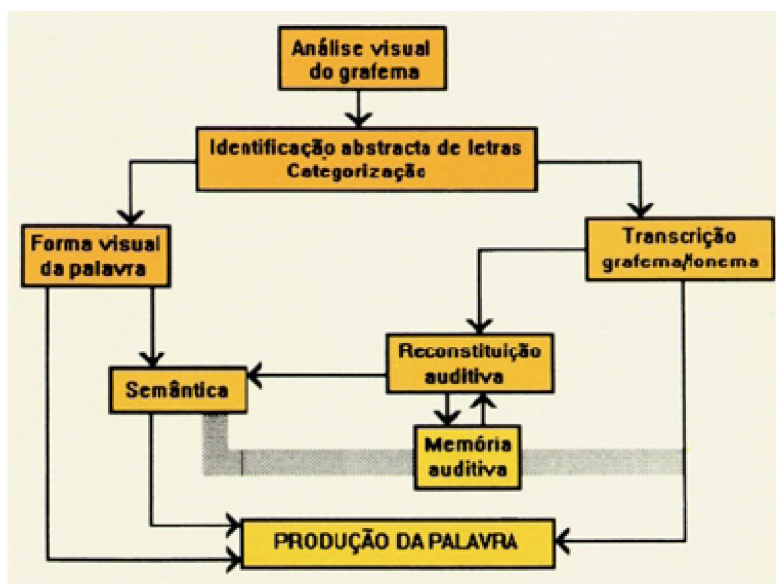


FIGURA 2 - Esquema de interpretação de etapas do tratamento da informação durante a leitura
Fonte: Castro Caldas, 1992, p.89

O autor relaciona mecanismos biológicos com o conceito de memória: “memória sensorial” (retenção de informação por breve fração de tempo); “memória imediata” ou “de curto prazo” (retém a informação por um período um pouco mais longo do que o sensorial, o suficiente para ouvir e entender uma questão) e a “memória de longo prazo” (armazena por

mais tempo a informação, responsável pelo diálogo com novas experiências).

Além de uma boa função do córtex sensorial de associação, a memória de longo prazo pressupõe ainda a atenção ou capacidade de concentração, indispensáveis para a organização da atividade cognitiva. Caldas afirma que o sistema límbico, “muito provavelmente por mecanismos de repetição”, permite fixar a memória de curto prazo em memória de longo termo e que as memórias são armazenadas e evocadas por categorias (1992, p. 96).

Van Dijk (1990) trabalha com modelo de processamento do discurso que extrapola o texto, incluindo o contexto e a cognição social, ampliando algumas etapas do processamento cognitivo do discurso descritas por Castro Caldas. A construção e a compreensão da notícia foram desenvolvidas a partir da teoria que Van Dijk denomina “sociocognitiva”. Ele considera que os processos da memória sejam essenciais não apenas para o estudo sobre a produção e a representação de notícias como também para o conhecimento e a atualização desse conhecimento por parte dos leitores. Seus estudos sobre gênero textual e cognição são fundamentais para pesquisas da área e o conceito de superestrutura foi a principal contribuição da abordagem cognitivista, enquanto seu conceito de macroestrutura relaciona o lide à lógica das interações comunicacionais cotidianas. O autor sintetizou as principais teorias psicológicas e cognitivas a respeito de compreensão de discurso e as aplicou ao texto jornalístico (1990, p.150-154) da seguinte forma:

Decodificação: todas as informações são objeto de decodificação inicial em nossa memória através de categorização de formas e estruturas mentais, como a percepção de um idioma e o reconhecimento de uma página de jornal.

Interpretação: Simultaneamente, o processo de interpretação começa a operar e continua a decodificação, assinalando os significados das palavras, construindo a estrutura de significados em relação a “fenômenos estruturais de superfície, como a ordem das palavras e as categorias sintáticas”. É o início da interpretação do texto.

Estruturação: Ainda na Memória de Curto Prazo (MCP), a estruturação é o momento em que as interpretações anteriores são estruturadas, contextualizando, estabelecendo conexões entre as palavras, seus significados e referências que lhe darão sentido.

Processamento cíclico: Nem todas as palavras e orações podem ser armazenadas pois a memória de curto prazo tem capacidade limitada; é feita uma espécie de seção das informações que serão descartadas e aquelas que, interpretadas, farão parte da Memória de Longo Prazo (MLP) ²¹.

²¹Outro estudo identificou o que se chamou de “lei” da memorização seletiva: as pessoas não só se expunham aos conteúdos dos meios de maneira seletiva, como também os percebiam de maneira seletiva e –aquí estava a novidade– tendiam a

Formação da macroestrutura: até aqui tais passos abarcam apenas a metade do processamento que se produz na MCP. Os textos são entendidos a partir das seqüências de proposições e as macrooperações estratégicas se dão entre o texto e o contexto.

Formação da superestrutura: as estruturas globais determinam na MCP os textos ou as partes. O conceito de superestrutura textual seria o esquema cognitivo que contempla os elementos principais para processamento da linguagem e organização da memória, aplicando-se tanto ao emissor em seu ato de fala e representação quanto ao usuário em dado contexto cultural²². Segundo Van Dijk, “a superestrutura é uma espécie de esquema ao qual o texto se adapta. Como esquema de produção, isto significa que o falante sabe: ‘agora contarei um conto’, enquanto que, como esquema de interpretação, o leitor não só sabe do que trata o texto, mas, sobretudo, que o texto é uma narração” (1990, p.143).

Representação na memória episódica: as diferentes operações anteriores se constituem hierarquicamente na memória episódica. A Representação do Texto (RT) permite a relação entre a informação nova com a antiga. Em geral, os grandes temas “se recordam melhor e formam basicamente a informação utilizada para resumir um texto”. Em circunstâncias especiais, a microinformação detalhada também pode evocar-se, “por exemplo em funções específicas com outras representações cognitivas ou afetivas”.

Modelos situacionais: os acontecimentos (reais ou imaginários) se representam cognitivamente formando os MS, que agrupam nossas experiências acumuladas de fatos anteriores. Para interpretação de uma notícia, por exemplo, leitores usam e atualizam um Modelo Situacional determinado sobre um fato anterior semelhante. Estruturalmente, são organizados mediante esquema de categorias fixas, como exposição, circunstâncias, participantes da ação e “cada um deles com possível modificador”.

Aprendizagem: formação do conhecimento e da crença. A partir de representações de texto (ou imagens) e de modelos da ME, as informações podem ser absorvidas das estruturas, dos argumentos ou de algum tipo de conhecimento convencional da MLP.

Subjetividade: os processos de interpretação também têm dimensão subjetiva, podendo ser aplicadas diversas estratégias, a depender das características dos usuários. A compreensão do discurso se assenta, por um lado, em modelos e objetivos pessoais e, por outro, a “objetivos, estruturas, argumentos, atitudes ou ideologias socialmente compartilhadas”.

memorizar essencialmente a informação que mais se adequava às suas idéias. Pesquisas sobre persuasão demonstraram que em muitos casos a maioria dos entrevistados desconhecia grandes questões da política nacional ou “tinha adulterado a informação recebida para esta se ajustar ao seu modelo de crenças e às suas atitudes anteriores”(Sousa 2002, p.135 -136).

²²Bonini demonstrou que o gênero escolhido para a representação de determinados fatos estaria ligado a esquemas cognitivos prévios. Assim, por exemplo, o repórter já teria um esquema cognitivo para uma reportagem sobre volta às aulas e a escolha do gênero textual, a apuração e redação seriam “depositárias deste conteúdo” (2002, p. 144).

Estas teorias cognitivas reforçam o caráter subjetivo e abrangente da compreensão de notícias. Van Dijk as aplicou ao campo específico da produção de sentido de noticiário e descreveu as principais etapas, que considera “constituir apenas uma parte da teoria”: 1) percepção e atenção; 2) leitura; 3) decodificação e interpretação; 4) representação na memória episódica; 5) formação, uso e atualização de modelos situacionais e 6) usos e mudanças do conhecimento social geral e das crenças (estruturas, argumentos, atitudes, ideologias) (1990, p.201-202).

Nossa investigação trabalha o conceito de “compreensão” como a produção coerente de sentido de determinada informação que, mesmo não tendo aplicação prática imediata, já foi “usada”, incorporada à memória de longo prazo, perseguindo a conceituação de Van Dijk:

A compreensão é, pois, um processo integrado complexo de seleção estratégica, recuperação e aplicação de diferentes fontes de informação na construção de modelos. Uma vez que tenhamos construído um modelo da situação que resulte aceitável, ou seja, relativamente completo e coerente, decidimos que o item foi compreendido. Este modelo pode ser utilizado para posterior generalização, abstração e descontextualização... ..e para planificação cognitiva e execução da ação e conversação futuras (1990, p.211-212)

2.4.1 Necessidade de informação

As principais características e atributos que influenciam a necessidade de informação são a profissão, principalmente, e experiência, idade, nível educacional, estilos cognitivos, orientação individual, comportamento e preferências pessoais como *hobbies* e atividades de lazer (FERREIRA, 1995). Dentro de “estilos cognitivos” talvez esteja o campo de variáveis mais complexas a se investigar, como o papel do gênero em pesquisas de uso da informação. A Ciência da Informação questiona se haveria aspectos cognitivos diferenciados de sexo e de gênero no trabalho de indexação de textos e recuperação de informação (BORGES, 2003) mas, ao colocar a questão, admite-se a possibilidade de sua existência. Bretas (2000), por sua vez, diagnostica diferentes formas de apropriação e aponta padrões de direcionamento na rede virtual (a autora cita a falta de interesse de meninas por configurações de hardware ou estruturas de programas). Assim como os demais leitores de um jornal, os estudantes de Comunicação Social buscam no noticiário informação sobre assuntos públicos que lhes interessariam de maneira direta ou mais próxima. Embora façam parte de um segmento com perfil sociocultural menos heterogêneo do que o amplo público de um veículo de comunicação de massa, por exemplo, persistem variadas camadas de interesse de leitura no seio desse grupo de usuários especializados.

Pesquisas com jovens leitores de jornais e com estudantes de Jornalismo apontam serem preferidas as mídias eletrônicas às impressas e que sejam baixos os índices de leitura (ERBOLATO, 1986; PINHO, 1983; POLESEL, 2003). Mesmo a Televisão já perdeu espaço para as salas de bate-papo e para o ambiente Internet entre os estudantes de ensino médio e fundamental (BRETAS, 2000). Outras pesquisas indicam que o jornal impresso seja a principal fonte de informação para os próprios jornalistas (QUADRO 1) e que as editoriais mais lidas pelos leitores²³ são, nesta ordem: “política”, “locais”, “esportes”, “cultura”, “economia”, “editoriais” e “opinião”, “veículos”, “fim de semana”, “anúncios”, “cartas” e “ciência” (CHAVES 2000, p.126).

QUADRO 1
HÁBITO DE LEITURA DE JORNALISTAS

Tipo de leitura	% citado
jornais e periódicos nacionais	97%
jornais locais	88%
literatura de ficção	80%
biografias	44%
Livros sobre Jornalismo	29%
literatura científica	23%
literatura especializada	17%
outros	8%

Base: 75 jornalistas dos jornais O Tempo, Hoje em Dia e Estado de Minas

Fonte: CHAVES, 2000.

Ao refletir sobre os estudos de recepção, Martin-Barbero (1994) desmistifica o bordão publicitário de que o usuário “é quem tem a palavra”, pois haveria limites a esse suposto poder do consumidor, não sendo possível “de um lixo” fazer uma leitura “profunda e proveitosa” (p. 54) e aponta duas linhas de ação: estudar o que as pessoas fazem com a leitura dos meios de comunicação (e não o inverso) e vincular estudos da recepção ao da economia da produção. Martin-Barbero utiliza os argumentos de Wolf, segundo o qual seria “impossível entender o funcionamento do gênero na recepção, sem compreender como são interpretados os gêneros pelos produtores, tanto em termos de economia como de narrativa: o diretor, o ator, o jornalista, o roteirista, etc” (1994, p. 56). Desse modo, é necessário ampliar a investigação sobre o próprio campo do consumo, pesquisando aspectos da ponte que vincula as duas pontas, emissor e receptor de notícias, o que propomos neste estudo, que se dispôs a

²³ Base: 169 leitores regulares dos jornais Estado de Minas, Hoje em Dia e O Tempo.

compreender como se comportam e o que fazem com a hipotética pouca leitura de jornais.

O ambiente informacional do estudante de Comunicação Social sugere que tenham um olhar diferenciado sobre estrutura da mensagem noticiosa e qualidade e do discurso jornalístico e sua atenção deva ser voltada tanto para um diálogo mais efetivo com a mensagem mas também com sua forma, perpassando essas duas dimensões da leitura especializada. O mesmo ambiente o convida a consumir notícias e a invocação aqui é atender aos objetivos de aquisição de carga de conhecimentos gerais e das técnicas de relato, ampliando uma necessidade de informação já anteriormente detectada pela própria opção profissional. A necessidade levaria à percepção e à atenção do jornal e estaria condicionada à intenção, ao desejo de saber algo.

Há esquemas predominantes de foco de atenção, como visualização inicial dos títulos, leitura de cima para baixo, da esquerda para a direita, leitura prévia do lide, e tais estudos precisam ser ampliados, como se propõe a abordagem Sense-Making, na qual o contexto, o espaço e o tempo em que surge a necessidade de informação seriam determinantes para a construção de sentido.

Van Dijk acrescenta que outras fontes de informação interferem no processamento do texto. O micro-momento da leitura é o instante em que a lacuna e a necessidade de informação podem ser abalizadas por instrumentos de coletas de dados que detectem ao menos parte da intensa movimentação cognitiva que se dá no confronto entre o intelecto e o código lingüístico. Ou ainda na relação dialógica entre o usuário e a mensagem, “entre o mundo do texto e o mundo do leitor”, que deve possuir competência técnica para a leitura e “capacidade de saber integrar esses dois universos” (BORGES, 2003, p.12). A frequência do hábito de leitura é que propiciará diálogo mais produtivo entre estas duas dimensões do ato discursivo.

2.4.2 Hábito de leitura

Van Dijk (2002) define leitura como ato voluntário e específico de decodificar e interpretar um texto, de folhear as páginas, ler as manchetes, continuar ou interromper a leitura da reportagem. A familiaridade com o texto jornalístico reduz as dificuldades de interpretação e o ritmo de leitura, contribuindo assim para receber maior carga de informações. O hábito de leitura seria uma extensão da necessidade de informação e estaria vinculada à expectativa de uso da informação a ser obtida. É uma variável importante que interfere no comportamento e no uso que o usuário faz da mídia. Além de significar uma compreensão mais abalizada dos acontecimentos retratados, com origens, contextualizações e

prognósticos, o gosto pela leitura de jornais, marcada pela relação de frequência, regularidade e hábito, traz consigo a predisposição para melhor interpretação e de codificação da mensagem.

Ao abordar a questão da leitura e da comunicação de massa, Marques de Melo acentua que o conceito de leitura ultrapasse a simples decodificação da mensagem alfabética, mas pressupõe a “compreensão do mundo” por intermédio de todos os suportes de difusão cultural. O autor ressalta a importância da educação e da leitura da palavra impressa como base para tal “leitura contextual”. O autor reforça a importância do hábito de leitura ao afirmar “não basta a prontidão para decifrar o que está escrito. É indispensável o exercício permanente dessa habilidade lingüística” (1993, p.4).

Após uma pesquisa com 75 jornalistas mineiros, Chaves (2000) revelou que, segundo os profissionais, os três principais pré-requisitos para ser um “bom jornalista” seriam “ser atualizado”, “ter agilidade para escrever” e “possuir capacidade analítica e sistêmica”, características que remetem obrigatoriamente à necessidade de hábito regular de leitura de jornais²⁴. Em outra questão, quais seriam os facilitadores para a produção da notícia, vê-se novamente a importância de conhecimento prévio, do acervo e do arquivo, e do investimento no profissional, quando os três elementos mais citados foram (1) “suporte para pesquisa com profissional qualificado”, (2) “planejamento” e (3) melhorar qualificação do profissional. Quando perguntados quais seriam os hábitos de leitura, a resposta confirmou que os jornais são a principal fonte de leitura.

Uma pesquisa com repórteres da mídia impressa levada a cabo por Bonini (2002, p. 139-140) comprovou que as técnicas de redação da Pirâmide Invertida e do lide, além de serem majoritariamente adotadas pelos profissionais, estejam associadas a outras tarefas: a de organização das informações após a apuração e mesmo como técnica para planejamento da apuração. Além disso, a familiaridade com os códigos escritos jornalísticos pode melhorar o nível e a qualidade da evocação exatamente pelo domínio das ferramentas, reforço e ampliação do acervo de conhecimentos gerais. Conforme demonstrou Bonini (2002, p. 95), “as características microestruturais do texto são tão importantes quanto o esquema textual no reconhecimento do gênero e, portanto, com uma grande possibilidade de que o mesmo ocorra na organização cognitiva do gênero (superestrutura)”. No mesmo sentido, Fausto Neto acrescenta que “a recepção é constituída já no interior do próprio processo discursivo por

²⁴ As outras características citadas foram, nesta ordem: saber ouvir, ser objetivo, possuir fluência verbal e escrita, relacionar-se bem com as fontes para conseguir informações tempestivas, ter iniciativa, ser resistente a frustrações, saber lidar com novas tecnologias de informação e demonstrar habilidade emocional (Chaves, 2000).

meio das múltiplas operações articuladas pelos processos da própria linguagem” (2002, p. 195).

Quanto à criação do hábito de leitura, alguns estudos que deram sustentação à teoria do uso e da gratificação indicam que se daria, entre outras razões, pela expectativa de satisfação das funções da mídia: informar e interpretar os acontecimentos, constituir -se instrumento essencial da vida contemporânea, fonte de relaxamento e entretenimento, prestígio, meio de contato social, parte importante dos rituais sociais, expressão dos valores culturais e identitários e da preservação cultural (WOLF, 2005, p.62). A manutenção do hábito de leitura entre estudantes especializados seria da mesma forma determinada pelas formas de consumo, expectativas, preferências e necessidades.

Há um decréscimo importante do interesse em notícias “sérias”, encontradas majoritariamente na mídia paga, e principalmente em jornais e revistas. Para Patterson (2003), como os leitores já não se interessam pela política, também não acompanham as notícias, e as duas variáveis estariam intimamente relacionadas. E porque os jovens não se interessam pela política? A conclusão de Patterson para o perfil dos jovens estadunidenses pode ser válida também para a classe média brasileira, extrato de onde sai a grande maioria dos estudantes de Comunicação Social: “cresceram numa era em que as questões políticas eram de pouca relevância e a Televisão por cabo e a sua programação de entretenimento dominavam a vida doméstica” (p.23).

2.4.3 Decodificação de mensagens

A decodificação é a transformação do código jornalístico em informação e pode -se dar, por parte do leitor, em vários níveis de interpretação, variando desde o aceite total da visão do autor do texto até sua completa discordância. Mas qualquer que seja o grau de assimilação, a literatura da área revela ser ativo o comportamento do usuário, pois, ainda que haja concordância com a versão pretendida pelo autor, sua aceitação será uma opção do usuário. Outro ponto a destacar é que o processo de decodificação se limita não apenas às informações que constam do texto mas também ao contexto (necessidade de informação, cultura, conhecimento de mundo, experiências pessoais), que inclui a ativação da memória, especialmente a enciclopédica ou superestrutura, segundo Van Dijk (1990).

A interpretação constitui um complexo processo de reconstrução que envolve ainda as lacunas informacionais, as motivações e objetivos do usuário, a credibilidade do noticiário e em relação ao emissor, expectativas de uso daquela informação e, obviamente, nível de reconhecimento do código lingüístico e do contrato de leitura. Es se complexo sistema

cognitivo, adormecido e algumas vezes inconsciente, é acionado para interpretar um texto, resgatar a memória, estabelecer vínculos entre acontecimentos e idéias, realizar conexões e presumir cenários, incorporando ou descartando novas e antigas informações e opiniões, inferir sobre falas ocultas, enfim, decodificar uma mensagem. Uma de nossas questões neste trabalho foi verificar a relação entre o nível de decodificação, composto por variáveis que a definem, e o uso da informação, aqui representada pela evocação.

A teoria dos esquemas ou das associações cognitivas foi desenvolvida originalmente por Bartlett (1995), ao afirmar que para entender o mundo o indivíduo precisa ter dentro de si uma representação do mundo. O esquema seria uma estrutura cognitiva que interage com o mundo, alterando-o e sendo alterada segundo as experiências do sujeito. Segundo o autor, as respostas são prioritariamente articuladas em função de atitudes, orientação, tendências e interesses em um ordenamento individual e em experiências subjetivas.

Leffa (1996) acrescentou, também na perspectiva psicolinguística, que “sem o acionamento de um esquema, a compreensão não é possível” pois “ao iniciar a leitura de um texto, a primeira coisa que o leitor normalmente faz é vasculhar a memória em busca de um esquema onde ele possa fixar as informações do texto” (1996, p. 38). O esquema funcionaria na recepção e na produção, conseqüentemente, também na evocação da informação. Segundo a teoria de esquemas, “a informação proveniente do meio não é acrescida à memória. O dado novo não é acrescentado num espaço vazio da mente mas incorporado ao que já existe” (LEFFA, 1996, p.43).

Uma das etapas da teoria da produção de sentido de noticiário desenvolvida por Van Dijk (1990) considera que a primeira decodificação e interpretação é sempre dos títulos. O movimento ativa conceitos relevantes e estruturas de conhecimento, como a avaliação a respeito do jornal, ao contexto, a decisão de ler totalmente ou apenas o início. Após a leitura do lide, a estratégia de leitura transcorre sentença por sentença “através da formação de estruturas propositivas, conectadas por relações condicionais e funcionais que definem a coerência”. Exemplificando, o título “Lula é reeleito com 61% dos votos” permite ao usuário inferir que:

- 1 – Lula é o atual presidente
- 2 - Houve uma disputa eleitoral com outros candidatos
- 3 – Lula foi reeleito com ampla margem de votos
- 4 – Demais inferências.

Além disso, nesse exemplo hipotético de um esquema, insinuar-se-ão avaliações sobre o desempenho administrativo do presidente e de seu partido, a expectativa em relação ao novo

governo, avaliação política sobre o opositor, identificação ideológica do leitor, crenças e opiniões diversas, entre várias outras. Além das características internas do texto, outra situação que interfere é o ambiente informacional: ou seja, se a notícia lida na Internet logo quando da apuração dos votos confirmando a vitória acionará esquemas que talvez não o sejam se a leitura for realizada em uma revista de circulação semanal, quando o resultado já tiver sido assimilado por todo o Brasil. Esses fatores determinarão o nível de decodificação do texto.

Posteriormente à etapa da decodificação, mas ainda pertinente à interpretação e à formação de sentido, é representado na memória episódica o conteúdo que resulta relevante para o processamento, alterando e incorporando informações do Modelo Situacional (MS). Segundo Van Dijk, a formação, o uso e a atualização de modelos situacionais acontecem através da representação do texto e assemelham-se a categorias esquemáticas gerais, como tempo, situação, circunstâncias, participantes, ações e os sucessos, cada um dos seis elementos com seus possíveis modificadores.

A compreensão de um relato noticioso é a principal contribuição para a formação de modelos situacionais e, segundo Van Dijk, “proporcionam a informação concreta perdida que o usuário deve recuperar durante a interpretação de acontecimentos, fatos ou discurso. Representam o que imaginamos quando lemos ou escrevemos um texto” (1990, p.153). Ao discutir a memória do radioouvinte, Meditsch (2003) acrescenta que a memória retém muito pouco do discurso, mas conserva melhor as suposições factuais, algo similar aos modelos situacionais, construídas a partir do discurso.

Uma informação nova pode provocar certas reavaliações. Em primeiro lugar, de opiniões particulares, depois, de idéias mais gerais (se houver coerência de opiniões). Mudanças do conhecimento social geral, de atitudes, ideologias e de crenças seria algo mais difícil de ocorrer, segundo Van Dijk (2002), pois estão filiadas a classes sociais ou culturas, que constituem marco cognitivo fundamental que organiza nossos esquemas, argumentos e atitudes.

2.4.4 Uso e evocação de informação

“Uso” é a possibilidade de emprego da informação adquirida, traduzido na maioria dos estudos da Ciência da Informação como informação facilitadora ou bloqueadora. Neste estudo, exploramos a evocação como uma das dimensões possíveis da utilização da informação. Como vimos no item anterior, são reduzidas as chances de mudanças de conhecimento geral ou atitudes imediatas através da leitura de jornal, mas, após sua

interpretação, alguns elementos das notícias considerados relevantes permanecem registrados na memória episódica, alterando e incorporando informações no Modelo Situacional.

Van Dijk comprovou que, juntamente com o título de cada reportagem, o lide carrega os maiores graus de evocação exatamente por concentrar as informações consideradas principais daquele fato e por estar localizado em posição privilegiada. Dentre os seis elementos do lide, recorda-se melhor os lugares (onde) e as pessoas envolvidas (quem) em acontecimentos jornalísticos do que aquilo (o quê) realmente ocorrido (VAN DIJK, 1990, p.219).

Além disso, seus estudos mostraram que outras variáveis favorecem a evocação: imagens, formação cultural do leitor, fatos locais, negatividade, surpresa e importância (1990, p.219). Morley também detectou que o panorama local, com suas notícias de interesse próximo, deve receber maior atenção dos pesquisadores por ser o local onde ocorre o maior consumo midiático (1992).

Meditich (2003) estudou a compreensão da mensagem no radiojornalismo e afirma ser “unânime a constatação de que o público geralmente recorda melhor os temas das notícias (as macroestruturas) do que os seus detalhes”. Ele avalia que ao identificar as primeiras palavras da transmissão, “tudo o que a mente vai compreender depois, acompanhando ou não o locutor até o seu ponto final, é condicionado pelas imagens mentais disparadas neste primeiro instante” (2003, p. 14).

A recepção já estaria circunscrita pelo gênero e formatos utilizados, com o conhecimento geral do ouvinte sobre as notícias no Rádio, emissora, programa, jornalista e o entrevistado. Do mesmo modo, o *encabeçamento* (título e resumo), segundo Van Dijk, também seria condicionador do restante da leitura dos jornais, embora cada leitor absorva singularmente esta introdução da mesma forma como que “dialoga” com o restante do texto.

Thorndyke (apud Van Dijk, 1990, p.216) promoveu um experimento de leitura de notícia com um jornal convencional e posteriormente forneceu outra versão ao mesmo grupo pesquisado, porém mais condensada que a notícia original. O resultado foi que as versões condensadas produziram evocação mais perfeita que o relato completo, levando vários estudiosos a refletirem sobre a importância de longas reportagens para a ampliação do conhecimento. Esses estudos sustentam as técnicas de discurso jornalístico desenvolvidas e aprimoradas pelos veículos de comunicação de massa. De acordo com tais estudos, reafirmamos nossa hipótese de que a estrutura do relato noticioso e o comportamento informacional estejam diretamente vinculados à estratégia de consumo e às características de evocação de notícias.

2.5 Perfil do (novo) jornalista

Nunca a humanidade teve tanta informação disponível e, ao mesmo tempo, o estatuto da qualidade dessa informação tenha sido tão questionada. Antigas máximas, como “informação é poder” e “informação é tudo”, continuam a ter validade e agora se atualizaram com “estar bem informado”, conferindo ao sujeito um status, uma posição de valor no mundo. Aos produtores de notícias e seus aprendizes, tal qualidade torna a antiga (e inalcançável) meta uma cobrança não apenas de seu ambiente informacional mas também da própria sociedade. Além da antiga cultura geral requerida aos estudantes de Comunicação Social, exige-se agora (o mercado profissional e a comunidade de consumidores) que eles estejam (ou sejam) bem informados e permanentemente “conectados” a noticiários midiáticos. A estes e aos que “sabem buscar informação” são depositadas as melhores expectativas e oferecidas as melhores oportunidades. Ao mesmo tempo, deve ainda construir conhecimentos por si próprio, refletir e produzir a partir de novos paradigmas.

No primeiro caso, no campo da leitura desse mesmo profissional, o problema torna-se mais complexo com a explosão informacional, que lhe confere o desafio de escolher uma entre variadas interpretações de algo (o que pode deixá-lo confuso, inseguro) e o desafio de recolher a informação relevante entre o lixo informacional. Serra (1999, p.7) percebe que o “mar de informação” pode levar ao abstencionismo, pois torna-se cada vez mais difícil para o usuário “distinguir aquilo entre o essencial (o relevante) e o acessório (o irrelevante)” e o “absenteísmo – político e cívico – seria, assim, uma resposta (ou, pelo menos, uma das respostas possíveis) a este excesso de informação, a esta iluminação que ofusca”.

E no segundo momento, especificamente ao alcance do futuro repórter, desconsiderando limitações do meio e da infra-estrutura operacional, a captura requer: (1) conhecimento do que seja notícia; (2) discernimento entre a “boa notícia” e a “má notícia”; (3) seleção da “boa notícia”; (4) competência (agilidade, precisão, etc) na apuração.

O ambiente informacional se diversificou bastante nas últimas décadas, não apenas com o surgimento da Internet mas também pela difusão de novas tecnologias, como a Televisão por assinatura, a telefonia móvel, a ampliação da radiodifusão e a expansão do mercado editorial com o lançamento de inúmeras publicações especializadas. A revolução tecnológica ocorrida nas últimas décadas possibilita uma reprodução que parece sem limites do número de órgãos de divulgação, ao mesmo tempo em que minimiza os custos e multiplica a circulação de informações. Por outro lado, o consumo de mídia impressa diária vem diminuindo gradativamente e os motivos podem ser creditados não apenas à concorrência da

mídia eletrônica, mas também à própria qualidade do meio²⁵.

Esse é o ambiente midiático no qual se insere atualmente o profissional de informação, o que nos chama a atenção para a participação do produtor e do ambiente na configuração da notícia. Os estudos sobre a produção de informação (newsmaking²⁶) levaram Sousa a afirmar que a ação pessoal tem sido o “fator crítico” na configuração da notícia e conseqüentemente para “a dissonância não pretendida entre as representações da realidade que as notícias são e a realidade em si”. Em outras palavras, para a distorção da realidade. Sousa acrescenta ser a culpa não tanto dos jornalistas quanto de fatores que compõem o ambiente informacional, ou seja, “as organizações, o meio social e comunitário e as culturas e ideologias em que os jornalistas trabalham”. Esse é um dos motivos que levam o autor a reivindicar que a comunidade acadêmica se debruce mais sobre “o que vai na mente dos jornalistas” pois a forma como a mente auxilia na construção da notícia seria tão importante “como o campo das intenções, crenças, valores e expectativas individuais de cada jornalista” (2002, p. 40).

Chaves (2000) pesquisou, junto a um grupo de jornalistas mineiros, quais seriam os principais fatores intervenientes na noticiabilidade e na produção e os resultados foram (nesta ordem): preparo e experiência do jornalista, acontecimento, infra-estrutura, tempo, concorrência, interação com o público, linha editorial, tecnologia, subjetividade do editor, relações internas de poder no órgão de imprensa, subjetividade do repórter, gestão, fontes, agências de notícia, layout e anunciantes (p. 216).

Tanto na perspectiva da Comunicação Social quanto na da Ciência da Informação, o ambiente informacional contempla duas faces quanto à questão da produção e do uso da informação. Darnton avalia que o ambiente e a forma de trabalho dos jornalistas têm sido subdimencionados pelas pesquisas que se dedicam à epistemologia da notícia, ao mesmo tempo em que as relações profissionais se tornam cada vez mais complexas. Para ele, o contexto do trabalho modela o conteúdo da notícia e a formação profissional: “à medida que passa por essa fase de formação, ele se familiariza com a notícia, tanto como uma mercadoria que é produzida na sala de redação quanto como uma maneira de ver o mundo que chegou (pela imprensa)” (1990, p.96-97).

Por outro lado, o consumidor de notícias também é influenciado pela ambiência. Ao discorrer sobre valor agregado da informação, Taylor (1986) confirma ser o ambiente

²⁵ Entre 1996 e 2000 a tiragem decresceu em 9 dos 15 países europeus, 1,8% nos Estados Unidos, e 0,4% no Japão (Tendências da Imprensa Mundial, edição 2001, Associação Mundial de Jornais).

²⁶ A abordagem newsmaking analisa os critérios de noticiabilidade e “se articula principalmente em dois binários: a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção. As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central desse tipo de pesquisa” (WOLF, 2005, p. 193 -194)

informacional importante para a determinação das condições de transferência e valoração das mensagens consumidas. Wilson (1999) discute sistemas de informação orientados aos usuários e sustenta a existência de uma espécie de engrenagem entre as diversas partes do sistema que, no conjunto, constituem o ambiente informacional. Os aspectos fisiológico, emocional e cognitivo se relacionariam, da mesma forma, com os comportamentos de busca e uso da informação dentro dos ambientes de trabalho, sociocultural, o político econômico, a ambiência física e a função do usuário nesse ambiente (WILSON, 2000).

Webster (1995, p 101-134) critica o aumento dos meios de persuasão nos campos da política e do consumo e a “contaminação” da esfera pública. O autor chama a atenção para três questões: os novos sistemas de comunicação com ênfase em princípios comerciais, promovendo fugaz entretenimento; a propagação da informação interessada (patrocínio, publicidade e relações públicas); e o aumento do uso do gerenciamento da informação por grupos políticos, corporações de negócios e outros grupos de interesse que inflam a função da propaganda política no ambiente informacional contemporâneo.

Chomsky e Herman (1976) investigaram a manipulação da mídia por governos norte-americanos em ambientes de guerra e enumeram algumas características que, segundo eles, fizeram o Jornalismo estadunidense se converter em um modelo de propaganda: formação de oligopólios e orientação lucrativa das empresas; publicidade como primeira fonte de rendimento, oficialismo e dependência de fontes institucionais, subserviência à audiência e a críticas do público e postura ideológica sempre vinculada à do Estado, o que ocorreria igualmente em muitos países ocidentais e do Terceiro Mundo.

Ao problematizar a euforia do discurso da sociedade da informação, Kurz (2002) denomina como “ignorância da sociedade do conhecimento” o grande volume de informações que nada acrescentariam ao verdadeiro conhecimento, pois não levam à crítica, à reflexão ou à produção de sentido. Embora sua preocupação seja a filosofia das mídias, ele tange o Jornalismo ao colocar no mesmo rol de conhecimento muito “trivial” mensagens sobre horário de trens no metrô, notícias sobre a Bolsa de Valores, previsão do tempo e o noticiário da Televisão. “É o tipo de conhecimento com o qual crescem os adolescentes de hoje”. Kurz chama a atenção para a dificuldade de se interpretar e refletir sobre a crescente “montanha de dados”: “quanto mais informações, mais equivocados os prognósticos”.

Nesse cenário, é quase unânime entre os pesquisadores da área a opinião que o futuro (e em alguns casos já o presente) acene ao aspirante a jornalista a mudança do antigo paradigma de gestor do fluxo das notícias para exercer a função de analista, intérprete, mediador e seletor de informação. O “novo jornalista” será o responsável pela triagem da

infindável massa de informações disponíveis e daí torna-se ainda mais importante refletir sobre seu papel também como consumidor de informação e de notícias.

Porto (1998, p.22) classifica o jornalista como “cidadão construtor de significados”, em que o cidadão extrapola a esfera da informação mas incorpora a capacidade de interpretar e construir sentido, desempenhando assim um papel “importante e legítimo no diálogo normativo”. O autor alerta para a necessidade de esse jornalista estar conectado com “as instituições de debate político de onde as interpretações se originam” (1998, p. 23). No campo da Ciência da Informação, os estudiosos propõem o mesmo desafio. Fernandes (2004, p.270-273) discute a “transferência da construção de critérios (de busca e relevante e “verdadeira” informação) dos campos específicos para o campo informacional” a partir da constatação de que o “excesso” informacional tornará cada vez mais importante a figura de mediadores, pessoas ou mecanismos, que “encontrem a informação por nós, no nosso lugar”.

Ser profissional da informação, dentro desta demanda, deixa de ser uma profissão para ser uma missão, ‘missão impossível. Dito de outro modo, se o conhecimento colocava filósofos e cientistas como aqueles responsáveis e capazes de fornecer critérios de validação de método e de acesso ao conhecimento verdadeiro, a informação coloca os profissionais da informação como aqueles responsáveis e capazes de fornecer os critérios de validação de método e de acesso à informação relevante” (2004, p. 273).

No mesmo sentido, Sousa aposta na boa formação no campo da ética e da deontologia da profissão para a seleção e a hierarquização de informações comprometidas com a realidade e algum conceito de verdade como antídoto de mergulho “numa overdose informacional que depressa nos afogaria” (2002, p.20). Fernandes recomenda que, dado o cenário argumentativo exposto, deve-se garantir a esses profissionais “competência técnica e princípios éticos, e que a soma destes dois fatores garanta informação relevante para todos” (2004, p.274).

Há diferença importante no campo da prática entre o especialista em Comunicação Social e o profissional da Ciência da informação. Enquanto se incentiva a incredulidade ao estudante de Comunicação Social e ele faz da descrença sua fé, duvidando da existência de verdades, estimulado a checar as fontes e contrapondo informações, o cientista da informação tradicionalmente trabalha o conceito de informação como um dado que, presumivelmente verdadeiro, diminuirá a incerteza do usuário. Ou seja, que o dado buscado, transmitido, recuperado e utilizado por um usuário pode ser o retrato de uma realidade. É nesse sentido que Fernandes (2004) discute a informação como sucedâneo da verdade. Isso aconteceria através da Sociedade da Informação, a suposta realização da transparência, liberdade e veracidade.

Por outro lado, o jornalista se propõe a estabelecer *sua* verdade no espaço público e embora se cerque de vários elementos textuais que dêem aparência de credibilidade ao que diz, como a estrutura narrativa e a citação de fontes, ele parte para a apuração ciente da impossibilidade de se alcançar a verdade plena. Oliveira (1996) explica que os mitos da neutralidade e imparcialidade ou objetividade e referencialidade “funcionam como uma espécie de metadiscorso onde a *verdade jornalística* é retoricamente produzida”. Por intermédio de uma extensa rede de técnicas e práticas deontológicas, o jornalista deve tratar a informação com os rigores da relação ética entre o padre e o discípulo no confessionário, mas, ao contrário daquele, o receptor desconfia do confessor, checa suas informações com terceiros e as divulga após um pacto que pode envolver o anonimato completo da (s) fonte (s).

Torna-se assim complexa a situação do futuro produtor de informações, pois ele é consciente de sua visão parcial do real a partir da janela de onde recebe e seleciona informações de primeira mão (direto da fonte ou testemunhas) e segunda mão (leituras de outros meios), mas, ao mesmo tempo, organiza, trata e divulga informações que tenham sido “embaladas” com aparência de produto de “verdade” pois este é o valor que seu público se dispõe a pagar.

Segundo Fernandes (2004), caberia à Ciência da Informação propor uma espécie de peneira, filtro que processe a informação “verdadeira” ou relevante, tornando-a sucedâneo da verdade, diante da profusão dos artefatos. Pensando no Jornalismo e na mídia, Bougnoux afirma que a comunicação não supõe a veiculação de “verdades” pois “não se pede aos vínculos, em geral, que sejam verdadeiros, mas autênticos, calorosos ou fortes, valores bastante diferentes” (1999, p. 127). Mas, no senso comum, auxiliado por técnicas de persuasão midiática, o leitor ordinário é incentivado a crer no consumo de verdades²⁷.

A Internet diminuiu o privilégio do jornalista como gestor e intérprete público de informação. Um exemplo refere-se ao ex-ministro da Casa Civil, José Dirceu, outrora uma das maiores presenças na cobertura política, passou a não depender mais exclusivamente de boas relações com jornalistas e veículos de comunicação para tornar públicas suas idéias, pois tem seu próprio *blog* no qual divulga informações e comentários sobre a cena política contemporânea após ter deixado o governo em 2005.

O advento da Internet trouxe ainda para o ambiente midiático um ingrediente de análise mais complexa do que quando a imprensa perdeu a primazia da divulgação do fato bruto para a Televisão e o Rádio a partir dos anos 1930 e 1940. Trata-se agora de as fontes e

²⁷ Os slogans publicitários e os próprios nomes estimulam tal crença: “O Imparcial” (Belém-PA), Hoje em Dia – “Um jornal de verdade” (Belo Horizonte-MG); Folha de São Paulo – “De rabo preso com o leitor” (São Paulo-DP).

os analistas sociais terem seus próprios sistemas de disseminação de notícias, sem o filtro do repórter ou de uma simples (ou complexa) estrutura midiática.

Uma enorme gama de informações é disponibilizada gratuita e instantaneamente *on line* permitindo a qualquer cidadão conectado o acesso a informações em primeira mão para daí tirar suas próprias conclusões. Ao longo das últimas eleições presidenciais, por exemplo, tem crescido exponencialmente o acesso aos sítios dos tribunais eleitorais para acompanhamento não apenas da apuração dos votos, mas também de análises e textos de sociólogos, cientistas políticos e dos próprios políticos, enquanto que, no passado, os interessados deveriam aguardar a publicação nas páginas dos jornais. O público se precipita sobre a fonte primária sem esperar pela mediação do repórter e a versão da imprensa. O mesmo ocorre com empresas não jornalísticas que começam a oferecer conteúdo jornalístico, como os sítios de busca (Google, Yahoo), enciclopédias (Wikipedia), serviços de notícias de conglomerados financeiros, etc. Ou para ficar no terreno das “notícias leves”, a notícia mais comentada no *sítio* da Folha de São Paulo durante a segunda semana de setembro de 2006, por exemplo, não foram os momentos finais da campanha presidencial brasileira que se desenrolava, mas o vídeo erótico que circulou pelo *Youtube* em que a apresentadora de Televisão Daniela Cicarelli aparece com o namorado em uma praia no litoral da Espanha²⁸. Note-se que o flagrante não tenha sido exibido em nenhuma emissora brasileira de Televisão aberta ou por assinatura.

Assim, exacerbou-se a “missão” do jornalista, convocado para auxiliar a decifrar o mundo. Abandonada a utopia do exercício profissional neutro, imparcial e objetivo, e da antiga imagem de jornalista como “cão de guarda”, “justiceiro” e “boêmio” (TRAVANCAS, 1993), o “novo jornalista” deve ser agora um intérprete da realidade.

Para Hallin, o jornalista já não é apenas um provedor de informação como o foi no surgimento da imprensa de massa nos Estados Unidos, quando desempenhou papel fundamental na democratização, mas agora se vê instado a novos desafios (HALLIN, 1994). O jornalista agora “contribui para dar significado político ao mundo”, sendo de pouco sentido para a audiência fatos sem interpretação; precisa apresentar avaliações e o regime democrático o requisita a ter papel mais ativo (PORTO, 1998, p.23).

Durante os quatro anos de graduação em Jornalismo, momento importante, mas não o único de formação profissional, espera-se um olhar mais atento dos estudantes para as mídias noticiosa e especialmente a escrita pois é a fonte mais completa de informações do ponto de

²⁸ De acordo com o colunista Nelson de Sá, do jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2509200629.htm>>. Acesso em 12/10/2006

vista de aprofundamento da análise sobre o que circunscreve os fatos e debate sobre “as coisas do mundo”²⁹. A mídia em geral não é apenas objeto de estudo para o estudante de Comunicação Social mas também espaço de se iniciar na profissão, por intermédio de estágios, e futuro mercado de trabalho.

O mercado regional de comunicação é bastante reduzido e geralmente não faz parte das aspirações do estudante em função dos baixos salários, da (pequena) quantidade de postos e da precária profissionalização, embora o curso tenha sido concebido para atender também a demandas locais e regionais de profissionais.

Em Viçosa, há dois jornais semanais, três emissoras de Rádio (pouca cobertura de assuntos locais) e uma emissora de Televisão cujo sinal não atinge toda a cidade. Assim, as poucas fontes de informações locais, aliadas ao fato de a maioria dos estudantes de Comunicação Social não serem da região de Viçosa, os levam a se interessar majoritariamente por veículos da capital e da mídia nacional, notadamente a Folha de São Paulo, O Globo, o Estado de Minas e revistas semanais de informação.

Em relação ao conjunto dos estudantes da UFV, os alunos de Comunicação Social se destacam pela frequência diária de leitura de jornais ou revistas (42,5% contra 17% em média)³⁰. Embora o número seja bem expressivo, pode-se fazer outra leitura desses dados: pouco mais da metade dos futuros jornalistas optaram por essa profissão sem que tivessem o hábito de ler jornais. Durante a graduação, há uma cobrança permanente pela leitura de jornais ou, ao menos, o acesso à versão *on line* dos principais órgãos do país.

Embora a maioria dos estudantes adquira competência apenas no exercício profissional, tal qual nas demais profissões, o aluno de Comunicação Social é instado a aprender a coletar, tratar e redigir as notícias *durante* a graduação. A universidade procura simular durante a graduação as rotinas estabelecidas que o futuro jornalista encontrará no mercado de trabalho, como a exigência de prazos, discussão de pautas, edição, distribuição por editorias, acompanhamento gráfico e mesmo a distribuição, operando no sentido de iniciar o processo de aculturação do estudante ao mundo dos jornalistas. Sousa, por exemplo, se convenceu serem os processos de aculturação, socialização e ideologização “de um neófito” que “geram grande parte das influências da ação social, da ação ideológica e da ação cultural sobre o conteúdo e a forma das notícias” (2002, p.100). O próprio Ministério da Educação

²⁹A prevalência acadêmica da mídia impressa sobre a eletrônica pode ser observada também pelo número de disciplinas das especialidades técnicas. Há seis cadeiras de Jornalismo impresso (Redação I, II, III e IV, Edição e Atividades Práticas de Jornalismo Impresso), duas para Telejornalismo (Telejornalismo e Atividades Práticas de Jornalismo Televisivo), duas para Radiojornalismo (Radiojornalismo e Atividades Práticas de Jornalismo Rádiofônico) e outras duas em Webjornalismo (Multimídia I e Multimídia II).

³⁰ <<http://www.ufv.br/proplan/ufvnumeros/numeros2006.pdf>>. Acesso em: 30 ago 2007.

recomenda a confecção anual de, no mínimo, oito edições de jornal laboratório³¹.

Ao destacar a importância da rotina para a conformação da notícia, Sousa (2002, p. 50) afirma que a maior parte do trabalho jornalístico não depende de “intuição” ou “faro” jornalístico mas de “procedimentos rotineiros, convencionais e mais ou menos estandardizados de fabrico da informação de atualidade”³². É nesse aspecto que se deve atentar para o fato de que a ação do repórter possa ter maior influência que o acontecimento em si, ao contrário do que preconiza Wolf (2005), para quem “a qualidade da notícia vem do próprio acontecimento”.

Em relação à formação, Sousa concorda que os países em que haja uma “concepção rígida do ensino do Jornalismo, centralizada nas técnicas de expressão e no estudo dos media”, ascenderia à profissão quase tão somente quem teve o título universitário, contribuindo para maior profissionalização³³. O problema, ainda segundo o autor, é que esse modelo e a profissionalização acarretariam menor diversidade discursiva e de pontos de vista, submetendo-se os jornalistas mais à lógica do mercado e menos a concepções cívicas experimentadas em países em que os jornalistas estejam mais abertos “à sociedade e menos aos ditames da indústria dos media” (2002, p. 102).

No Brasil, o primeiro curso de Jornalismo (Cásper Líbero, 1947) herdou a tradição de ensino do pragmatismo estadunidense enquanto que o segundo (Universidade do Brasil, atual UFRJ, 1948) reproduziu o modelo europeu e tais tendências desembocaram a partir dos anos 1960 no que Marques de Melo afirma na “constituição de matrizes ‘brasileiras’ – mestiças, originais, criativas” (2006, p. 9). Segundo o autor, as instituições de ensino que se seguiram reproduziram uma ou outra forma, ou ainda combinaram as duas formas. Aquela dicotomia inicial aparentemente estendeu seus registros aos dias atuais, em escolas públicas e privadas.

Alguns autores (RAMOS, 2000; LIMA, 2001) consideram ser atualmente majoritário no Brasil o modelo de ensino estadunidense. Nessa perspectiva, o ensino mais tecnicista estaria formando jornalistas com perfil mais “profissional” e menos “engajados socialmente”,

³¹ As escolas que consolidaram projetos de jornal laboratório com clara proposta editorial que incluía rigorosa observância à periodicidade, vínculos com o público alvo, qualidade editorial e o máximo de identificação com as finas profissionais têm recebido premiações em congressos da Sociedade Brasileira de Estudos da Comunicação - Intercom e são tidos como modelos para outras faculdades. Podemos citar o jornal *Rudge Ramos*, da Metodista de São Bernardo do Campo, *Marco*, da PucMinas (Belo Horizonte) e *Circulando*, da Univale (Governador Valadares).

³² A rotina possibilita o planejamento da edição, gestão criteriosa de materiais, otimização de recursos humanos, sinergia interna entre diversos componentes da empresa jornalística, a agilidade da apuração, entre outras vantagens que possibilitam diminuir custos e aumentar o lucro. Por outro lado, a rotina seria responsável ainda pelo caráter oficial das notícias, burocratização da atividade jornalística, constrangimento dos jornalistas, previsibilidade dos enfoques, distorção ou simplificação dos acontecimentos, dependência dos canais (fontes) de rotina e padronização das notícias, reduzindo a polifonia e aumentando a semelhança entre o conteúdo dos jornais.

³³ No Brasil, o decreto lei 972, de 1969 exige o diploma universitário de jornalista para todas as atividades ligadas ao meio, como repórter, redator, editor, repórter fotográfico, entre outras.

desencadeando as conseqüências que vimos nos capítulos anteriores. O endereço oficial de divulgação das atividades do curso na página da UFV reforça o profissionalismo desejado para o graduando em Comunicação Social da instituição:

deverá ser um profissional com qualificação técnica e embasamento humanístico à produção, tratamento e gerenciamento dos fluxos de informação e comunicação de natureza jornalística nos meios de comunicação convencionais (Rádio, Televisão, cinema, revista e jornal); nas novas mídias, como os canais de TV a cabo, multimídia e Internet; nos departamentos de comunicação de instituições governamentais, de autarquias e de empresas comerciais, industriais e de serviços; e nas assessorias de imprensa e de comunicação³⁴.

Mesmo as diretrizes curriculares do Ministério da Educação dão ênfase ao caráter tecnicista para o perfil específico do egresso em Jornalismo, além da inclusão dos componentes comuns do campo da Comunicação³⁵:

pela produção de conhecimento e cultura voltada para seleções factuais sobre a atualidade e para a estruturação e disponibilização de informações que atendam a necessidades e interesses sociais no que se refere ao conhecimento dos fatos, das circunstâncias e dos contextos do momento presente;

pelo exercício da objetividade jornalística na apuração, interpretação, registro e divulgação dos fatos sociais;

pelo exercício da tradução e disseminação de conhecimento sobre a atualidade em termos de percepção geral e de modo a qualificar o senso comum;

pelo trabalho em veículos de comunicação e instituições que incluam atividades caracterizadas como de imprensa e de informação jornalística de interesse geral ou setorializado, e de divulgação de informações de atualidade;

pelo exercício de relações entre as funções típicas de jornalismo e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área da Comunicação, e ainda com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais o jornalismo faz interface;

pelo exercício de todas as demais atividades que, no estado então vigente da profissão, sejam reconhecidas pelo bom senso, pelas entidades representativas ou pela legislação pertinente, como características do Jornalista.

Além do perfil intelectual, expresso em recomendações de produzir, traduzir e disseminar conhecimento e cultura, sempre voltadas para a necessidade e interesses sociais, e qualificar o senso comum, as resoluções para a área recomendam as competências e habilidades desejadas para o estudante de Jornalismo³⁶:

- registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando -os em notícias e reportagens;
- interpretar, explicar e contextualizar informações;

³⁴ <www.ufv.br/ccom>. Acesso em: 12 jul 2008

³⁵ <www.mec.gov.br/sesu/resolucoes/1602comsocial>. Acesso em: 25 mai 2006

³⁶ *ibidem*

- investigar informações, produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados;
- formular pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- formular questões e conduzir entrevistas;
- relacionar-se com fontes de informação de qualquer natureza;
- trabalhar em equipe com profissionais da área;
- lidar com situações novas, desconhecidas e inesperadas;
- compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística;
- desempenhar funções de gestão e administração jornalística;
- desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística;
- avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos;
- compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade;
- identificar o que é informação de interesse público e pautar-se eticamente no tratamento dessas informações;
- identificar e equacionar questões éticas de jornalismo;
- buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania;
- manter-se crítico e independente, no que diz respeito às relações de poder e às mudanças que ocorrem na sociedade;
- dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação;
- dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;
- assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias jornalísticas, repercutindo-os sobre sua prática profissional;
- ter as demais competências e habilidades que caracterizam o trabalho nas circunstâncias em que o jornalista é normalmente inserido.

A facilidade de manuseio e o acesso também estimulam para que o impresso seja preferencial nas atividades de pesquisa e mesmo como fonte de pauta para exercícios práticos nas outras mídias. Embora as resoluções da área col oquem pouca ênfase à habilidade em ler, compreender e interpretar notícias, é alta a presença da mídia impressa no ambiente de estudo na escola de Comunicação Social, o que reveste de especial importância o estudo das características de leitura e uso das notícias consumidas. Investigamos que variáveis interferem na qualidade da evocação e por isso propomos como hipóteses o estado de envolvimento social, autodefinição socioeconômica, hábito de leitura e nível de decodificação.

Como demonstramos em capítulo anterior, a crítica sobre o caráter mercadológico da notícia, as rotinas, os critérios de noticiabilidade, os ditames do mercado, e as práticas profissionais levariam as notícias a oferecerem aos usuários uma imagem desfocada e adulterada da realidade na qual, segundo Sousa (2002, p.147), “desaparecem a história, a perspectiva do processo social e o desvelamento das formas de dominação e poder” além de “desresponsabilizar as instituições” uma vez que a maior parte das notícias foca em pessoas.

A formação de oligopólios e a constante ameaça à liberdade de imprensa, a “sinergia” entre as empresas e o desemprego e a ambivalência profissional desencadeiam crescentes desafios para o profissional da comunicação. Nesse sentido, Sousa (2002) chama a atenção para os desafios da formação jornalística:

lutando constantemente contra deadlines cada vez mais apertadas; vendo fugir, devido à Internet, o seu papel de gatekeeper privilegiado da informação publicamente difundida; narrando histórias complexas em situações de incerteza, sem todos os dados disponíveis nem todas as fontes acessíveis; pressionado pela competição; constrangido pela gestão dos recursos humanos, financeiros e materiais da sua organização noticiosa; obrigado a partir da simples reportagem para a análise dos dados que disponibiliza e dos acontecimentos que notícia, sem muito tempo para ponderar devidamente sobre a pertinência e significado da informação que vai disponibilizar ao público, o jornalista de hoje necessita não somente de possuir um notável know how, quer sobre Jornalismo e técnicas de expressão jornalística, quer sobre a área em que especializou, mas também de ter uma agenda de contatos rica e diversificada e de possuir a capacidade de bem se relacionar com as fontes (p.200).

Tendo em vista esse reclame teórico e a importância do estudo das notícias para a formação profissional, pretendemos decifrar de que maneira os estudantes de Comunicação Social da UFV utilizam os elementos da estrutura noticiosa do principal diário de Minas Gerais, seguindo pistas metodológicas de estudos desenvolvidos por Van Dijk (1990) e Dworkin *et al.* (1999).

3 O LEITOR É ATIVO

Ao longo da trajetória da Ciência da Informação e da Comunicação o receptor da informação recebeu diferentes nomes a fim de caracterizá-lo de natureza diferente do emissor: receptor, espectador, ouvinte, público-alvo, consumidor, leitor e destinatário, entre outros. Em nosso trabalho, utilizamos predominantemente os termos “leitor” e “usuário”, em que se expressa o papel ativo do sujeito em busca de algum dado ou informação e também em coerência com os princípios teóricos e metodológicos que adotamos nesta pesquisa. Sendo leitor especializado, ele está interessado não apenas no conteúdo da informação recebida em seu ambiente informacional, mas também em entender a estrutura da mensagem. A apresentação sobre o papel ativo do usuário é o objeto central deste capítulo a partir de pressupostos teóricos e conceitos da abordagem. Posteriormente, apresentamos alguns estudos de usuários.

3.1 Modelos tradicional e alternativo

A centralidade da figura do usuário iniciou-se por volta de 1940 com as Ciências Exatas, cujas pesquisas visavam ao aperfeiçoamento dos serviços prestados pelas bibliotecas. Na década de 1950 os estudos atingem as Ciências Aplicadas com investigação sobre uso da informação entre grupos de usuários e nos anos 1960 é enfatizado o comportamento dos usuários com análise de fluxos informacionais. Nos anos 1970 amplia-se para outras áreas do conhecimento e a partir da década de 1980, volta-se à avaliação de satisfação do desempenho de sistemas de informação (FERREIRA, 1997a).

Dentro dos estudos de comportamento, destacam-se os paradigmas tradicional e alternativo, tendo este maior destaque quando se propõe a estudar o usuário e aplicar o que foi pesquisado. Na abordagem tradicional, a informação é dado, objeto, e objetivo do processo, sendo os usuários processadores e observados em termos de sistemas, com ótica voltada para o conteúdo ou para a tecnologia, tendo assim visão mecanicista. Nesse caso, segundo Dervin (1986), o estudo geralmente foca questões de sistema de informação, relacionando questões ligadas ao “o quê”, que pessoas e serviços são realmente utilizados. O conceito tradicional de

necessidade de informação é distribuído em seis abordagens: abordagem da demanda a sistemas e recursos, da percepção, da satisfação, de prioridades, do perfil da comunidade e a abordagem de interesses, atividades e associações das quais fazem parte os usuários. Desse modelo, Dervin (1986) conclui que essas necessidades acabariam por se tornar do sistema e não do usuário, o que indicaria que a informação fosse cumulativa, existindo fora da experiência humana e, portanto, produzindo os mesmos resultados em diferentes pessoas.

Necessidade de informação seria aquilo existente no sistema e que pode ser útil ao usuário, logo existe a partir do usuário. Uma crítica ao paradigma tradicional, que privilegia características grupais e demográficas dos usuários, é não conseguir acompanhar o processo dinâmico de produção da informação. Algumas pesquisas (DERVIN & NILAN, 1986) mostraram que atributos demográficos, por exemplo, não são indicadores do comportamento de busca e uso da informação.

O modelo alternativo define informação como algo subjetivo, construído, e concentra os estudos na investigação majoritariamente de enfoque qualitativo a respeito de como as pessoas buscam informação, constroem sentido e a utilizam em contextos específicos, em uma visão holística, levando em conta a integração dos resultados na vida do usuário e em sua avaliação a respeito de sua utilidade. Privilegia questões relativas ao “como” ao invés de ao “o quê” utilizada na abordagem tradicional: como as pessoas buscam informação, como definem e apresentam suas necessidades para o sistema, como as utilizam etc.

Costa (2000, p. 29) reúne algumas definições de necessidade de informação: uma incompatibilidade conceitual na qual a estrutura cognitiva pessoal não é adequada a uma experiência (Ford); quando uma pessoa reconhece algo errado no seu estado de conhecimento e deseja resolver a anomalia (Belkin); quando o estado corrente de conhecimento é menor do que o necessário (Krikelas); quando o senso interno se esgota (Dervin); e quando existe conhecimento insuficiente para enfrentar as lacunas, as incertezas ou os conflitos em uma área de conhecimento (Horne). Os estudos de necessidade de informação dos usuários, na perspectiva alternativa, consideram o indivíduo objeto central, avaliando seu comportamento informacional, observando a contextualização da necessidade e o uso dado à informação e não ao provedor, ao meio ou ao sistema de informação. Tal modelo tem sido conceituado segundo as seguintes vertentes que enfocam nas características e na resolução de problemas do usuário:

Abordagem de Valor Agregado, de Robert Taylor, que enfoca as percepções de utilidade e valor dos sistemas de informação;
 Abordagem do Estado de Conhecimento Anômalo, de Belkin e Oddy, quando as pessoas buscam informação quando seus conhecimentos estão incompletos;
 Abordagem do Processo Construtivista, de Carol Kuhlthau
 Abordagem Sense-Making, de Brenda Dervin (FERREIRA, 1997a, p. 12).

Enquanto as demais “têm contribuído com argumentos conceituais e teóricos profundos”, Ferreira destaca que a abordagem Sense-Making “vai além apresentando um método elucidativo para mapear necessidades de informação sob a ótica do usuário” (1997a, 12). A autora afirma que a abordagem tradicional não examina os fatores que levam o usuário ao encontro dos sistemas e suas conseqüências, limitando-se à identificação das fontes e da informação utilizadas. Ela destaca ainda que a era da informação requer serviços que se centrem no significado da busca mais do que meramente na localização da fonte e estima que grande parte das pesquisas atuais venham procurando auxílio e respaldo metodológico nas abordagens alternativas.

3.2 Abordagem Sense-Making

Os estudos a respeito da abordagem Sense-Making se desenvolveram no final dos anos 1970 nos Estados Unidos a partir de pesquisas e reflexões da professora Brenda Dervin, do Departamento de Comunicações da Ohio State University (Columbus -EUA) e que resultaram no texto “*An overview of Sense-Making research: concepts, methods and results to date*” (1983), que contém sua base teórica, conceitual e metodológica. A discussão aqui apresentada se ampara majoritariamente nesse artigo e nos estudos que se seguiram, e que ampliaram o escopo da abordagem a partir de revisões teóricas e pesquisas de seus seguidores.

A base conceitual Sense-Making foi desenvolvida a partir de estudos da cognição que focaram abordagens qualitativas em como as pessoas produzem conhecimento, dos quais destaca Bruner & Piaget; filósofos preocupados com os limites da ciência tradicional, como Bronowski, Kuhn & Habermas; estudiosos do Terceiro Mundo que criticam a lógica positivista da comunicação como desenvolvimento, dentre eles Ascroft, Beltran, Rolings, e Paulo Freire. Dervin (1983) destaca ainda os trabalhos que relacionam comunicação a comportamento, a concepção de que o homem crie idéias para cobrir lacunas da realidade, e as abordagens situacional e construtivista de Jackins e Roberts, utilizadas para entender porque os seres humanos às vezes se comportam como se não os fossem.

Fortemente identificada com a Teoria Crítica, de enfoque multiperspectivo, cujos

pressupostos incentivam a utilizar informações no contexto do grupo, a abordagem Sense - Making considera que a comunicação tenha potencial além do tradicionalmente apresentado pelos estudos da própria área. As técnicas baseadas na abordagem Sense-Making são utilizadas em inúmeras pesquisas nas áreas de saúde, telecomunicações, políticas públicas e em uma enorme variedade de contextos (bibliotecas, sistemas de informação, salas de aula, leitura de jornais, serviços de consultoria, etc), em diversos níveis (intrapessoal, interpessoal, pequenos grupos, organizações, nacional, global) e em perspectivas (construtivista, crítica, cultural, feminista, pós-moderna, comunitária). No campo da Ciência da Informação, tem tido crescente aplicabilidade (CHEUK, 1999; COSTA, 2000; FERREIRA, 1997 a,b; GIOPATO, 2004), levando Ferreira a considerá-la “dentre as atuais metodologias de estudos de usuários a mais completa e abrangente” (1997b, p.1).

Dervin (2001) se coloca mais fortemente no campo da Ciência da Informação. Nos Estados Unidos, seus estudos sobre busca e uso da informação têm crescentemente sido citados nas áreas de prática e estrutura da Comunicação Social e do Jornalismo (DERVIN, 2003). Um levantamento de citações realizado por McKechnie, Pettigrew & Joyce (DERVIN, 2001) apontou Dervin e Kuhlthau como os dois teóricos mais citados em pesquisas sobre comportamento informacional humano.

A abordagem Sense-Making pretende situar-se nas confluências da pesquisa qualitativa e quantitativa “e também pode ser descrita com todos os atributos usualmente reservados apenas em pesquisas qualitativas” (1983, p.3). Em artigo posterior, Dervin (2001) relata que o Sense-Making poderia ser inserido na escola qualitativa e interpretativa embora ela mesma utilize mais frequentemente métodos quantitativos enquanto seus orientandos de pesquisas privilegiem viés qualitativo. Em relação à investigação de lacunas de informação, a autora afirma que o usuário, ao enfrentar específica situação de lacuna, constrói uma estratégia particular de encarar aquele momento e implementa determinada estratégia com uma tática particular.

As premissas teóricas básicas se assentam em idéias a respeito da natureza da realidade; da relação humana com essa realidade; a natureza da informação e da comunicação; a busca e o uso e os caminhos mais percorridos nessa busca.

Parte-se do princípio de que o homem crie idéias para transpor as lacunas que surjam em decorrência da descontinuidade sempre presente na realidade, ou ainda de que sinta uma necessidade de informação quando percebe uma lacuna (vazio, uma interrogação) entre a situação vivida e o estado desejado. Salgado (2002, p. 41) diz que cotidianamente o indivíduo enfrenta situações que lhes demandam informações e que “toda tarefa é constituída por uma

área de saber conhecido e outra ainda ignorante que só será reconhecida depois que novas informações forem incorporadas”.

Para Dervin (1983), o termo “Sense-Making” designa um conjunto de conceitos e métodos que estudem como as pessoas adquirem o conhecimento de seu mundo e, em particular, como constroem a realidade e utilizam informação. A busca e o uso da informação são nucleares para o Sense-Making, que se filia à comunicação comportamental, interna e externa, pois estuda o movimento espaço-temporal do usuário em sua busca de informação a partir de necessidades sociológicas e intelectuais. É também responsiva e variável de acordo com as mudanças das condições sociais.

Entendemos que diversos conceitos de informação atendam à análise sobre o fenômeno da construção de significados, da produção de sentido. Nesse aspecto, a abordagem Sense-Making é de especial relevância por seu amplo escopo de possibilidades e pela centralidade que confere aos papéis da busca e do uso da informação no centro do movimento pela construção do olhar social. Dervin ressalta a importância do contexto cultural específico e da compreensão do mundo na configuração da construção de sentido mas alerta para a individualidade desse percurso devido à relatividade observada com “versões particulares rotuladas às vezes de cognitiva, às vezes construtiva, às vezes simbólica, e assim por diante” (1995). Assim, o Sense-Making não repousaria sobre uma teoria individualista da ação humana mas:

supõe que a estrutura, cultura, comunidade, organização são criados, mantidos, reificados, desafiados, modificados, resistidos e destruídos na comunicação e só podem ser compreendidos focando o indivíduo no contexto, incluindo o contexto social. Note-se, no entanto, que isso não é o mesmo que dizer que a única maneira de ver um indivíduo é através da lente do contexto social, pois esse tipo de teorização implica que o indivíduo seja inteiramente restrito ou definido por aquele contexto social e, assim, não admite qualquer espaço para a resistência, mudança, invenção ou mistura (DERVIN, 1995, p.7) (tradução nossa).³⁷

Se o contexto social não o define completamente, o homem também é um ser indefinível. Morin (1975, p.109) ao descrever o *homo demens*, diz que o homem é um “ser subjetivo cujas relações com o mundo objetivo são sempre incertas, um ser sujeito ao erro e à

³⁷ It assumes that structure, culture, community, organization are created, maintained, reified, challenged, changed, resisted, and destroyed in communication and can only be understood by focusing on the individual -in-context, including social context. Note, however, that this is not the same as saying the only way to look at the individual is through the lens of social context because this kind of theorizing implies the individual is entirely constrained or defined by that social context and, thus, admits no room for resisting, changing, inventing, or muddling.

vagabundagem, um ser único que produz desordem”. Dervin (1983) corrobora a hipótese de que a realidade não seja constante ou uniforme mas preenchida com “fundamentais e difusas descontinuidades ou buracos”. Sendo criação de sentido individual, caberia explicitar mecanismos pelos quais passamos a interpretação, a codificação da mente humana na direção à produção de sentido, construção de realidade, formação de identidade.

Assume-se que o ser humano passe por diversas etapas em suas experiências, que nunca se repetem, e são discontinuadamente reelaboradas. O Sense-Making busca compreender como o indivíduo interpreta e transpõe este momento, que estratégias utiliza para solucionar tal situação, como interpreta esse problema e as possibilidades de resolvê-lo; como se move taticamente para isso e como reinicia sua jornada (FERREIRA, 1997a).

O Sense-Making possibilita ainda compreender holisticamente o usuário recorrendo-o, em seu contexto, com suas lacunas e interpretações singulares da realidade. Sendo assim, a informação é produto da observação humana, inexistindo independente mente do homem, que observa, seleciona, interpreta e utiliza.

A investigação tradicional da comunicação situa-se principalmente na transmissão, dita objetiva, externa, de especialistas para não-especialistas em informação e por isso tem focado no emissor, no canal, na mensagem e nos efeitos. Em ambientes especializados, como no caso do comportamento informacional especializado dos estudantes de Comunicação Social, revela-se de dupla importância realçar o aspecto ativo do usuário e por isso alguns estudos têm falhado ao desconsiderar tal característica. Dervin (1992^a) critica o fato de a maioria das pesquisas sociais afirmarem a importância do processo do comportamento humano enquanto que na realidade poucas investigações são implementadas nessa direção. E afirma que tal enfoque tem grande consequência para os estudos de uso da informação:

tem sido frequentemente desafiado, por exemplo, que o comportamento informacional do indivíduo face a face é tão caótico para esperar muito de estudos sistemáticos. Prova isto a pouca variação por tentativas de prever alguma coisa mais complicada do que padrões habituais de uso de canal (de tevê)(1992^a, p.4) (tradução nossa)³⁸.

É possível estabelecer padrões no comportamento quando o usuário é concebido como um ser pertencente a lugar e tempo específicos. As idéias criadas nestes momentos são estratégias e repetições de outras idéias usadas no passado ou, às vezes, novos olhares em

³⁸ It has been frequently challenged, for example, that individual behavior vis-a-vis information is too chaotic to expect much from systematic study. Proof here is the frequently low variances accounted for in attempts to predict anything more complicated than habitual patterns of channel use.

termos de como o usuário enfrenta a nova situação(Dervin 1992 ^a).

Segundo Dervin (1983), os indivíduos se comportam em resposta a algo e condicionados a situações. O Positivismo tem procurado localizar padrões de constância na comunicação humana e assim tem-se detido em comportamentos rígidos e habituais em condições impostas por estruturas sociais, econômicas e políticas e, da mesma forma, as pesquisas têm procurado por modelos comportamentais inflexíveis e responsáveis para condições mutáveis. Tal abordagem tem sido capaz de observar a variedade e a criatividade com que as pessoas enfrentam suas batalhas comunicacionais diárias mas ignora a condição humana: produzir sentido em um descontínuo e constantemente mutável universo, quando o sentido completo não é disponível como uma “informação completa”. O Sense-Making, por outro lado, afirma que os comportamentos sejam freqüentemente colocados pela condição humana de superar obstáculos. Ao discutir os contratos de leitura entre emissor e usuário, Fausto Neto (2002, p.221) reforça que a “noção de descontinuidade parece ser uma estratégia para enfrentarmos metodologicamente as (novas) relações entre esses campos (da recepção e da produção, parênteses nosso)”.

O comportamento humano pode ser previsto com maior sucesso dentro de um modelo que focalize situações de mudança do que em atributos de constância de características pessoais ou demográficas. A pergunta passa a ser: qual condição se relacionará com quais comportamentos de produção de sentido? A previsibilidade permanece uma preocupação relevante, mas move-se a partir de tentativas de isolar padrões de comportamento individual que se repetem ao longo do tempo e do espaço para a busca por padrões de construção de sentido em face de situações de mudança. Focando na lacuna, as pesquisas podem ser conduzidas a um novo modelo de generalização na maior parte mais abstrata, fundamental, e a importantes aplicações “mas ao mesmo tempo mais pertinente e mais relevante para específicos momentos em tempos e lugares (1992 ^a)”. A seguir, outras premissas da abordagem (DERVIN, 1983, p. 4-8):

- Toda observação humana é coagida por limitações fisiológicas que circundam este olhar: limitações do presente, do passado e do lugar que ocupamos e que afetam em alguma medida nossas observações atuais;

- A chave para identificar compreensões universais se fundamenta em focar no tempo e espaço, nos caminhos nos quais o movimento pode ter interrompido, nos tipos de necessidade para atravessar lacunas e os diferentes caminhos pelos quais as pessoas avaliam o sucesso nesta lacuna-ponte;

- Requer-se ao pesquisador envolvimento ativo na invenção da comunicação, sendo necessário fundamentar como os atuais sistemas limitam a comunicação, como os indivíduos

constroem sentido, criando alternativas de comunicação e avaliando sua utilidade;

- É necessário trabalhar inicialmente com a individualidade e a partir daí encontrar caminhos de se descobrir como estas observações podem ser compartilhadas para outras situações.

Finalmente, ao estudar Sense-Making o pesquisador deve apoiar-se consistentemente no ponto de vista do ator, como na perspectiva de vários atores se movendo em dada condição estrutural, um retrato da produção de sentido naquele contexto. É importante não estabelecer os limites da situação em qualquer definição particular. O entrevistado, na medida do possível, é convidado a se encaixar livremente em características sociais ou demográficas, assumindo-se, por exemplo, “favorecido” ou “prejudicado” pela estrutura socioeconômica do país, como adotamos na presente pesquisa.

3.2.1 Conceitos e variáveis

O modelo de Sense-Making está centrado no triângulo situação-lacuna-uso, conforme se observa na FIG. 3.



FIGURA 3 – Triângulo do Sense-Making
Fonte: Dervin (1983)

Cada uma dessas três dimensões remete a uma variedade de categorias. A idéia, sempre segundo a autora, é que “desde que e pessoas diferentes criam sentidos diferentemente, quando uma delas se atenta para entender o sentido construído pelo outro, é adequado avaliar estes três pontos como a base mínima para a co-orientação” (DERVIN, 1983, p.9)³⁹ (tradução nossa). O emprego da metodologia do Sense-Making pressupõe, segundo Ferreira (1997a, p.19), a aceitação dos seguintes atributos:

Individualidade: usuários devem ser tratados como indivíduos e não como conjunto de atributos demográficos;

³⁹ The idea here is that since different people create sense differently, when one attempts to understand the sense made by another, it is useful to assess three points as a minimal basis for co-orienting.

Situacionalidade: cada usuário se movimenta através de uma única realidade de tempo e espaço;
 Utilidade de informação: diferentes pessoas utilizam informações de maneiras próprias;
 Padrões: analisando as características de cada usuário, intenta-se chegar aos processos cognitivos comuns à maioria.

A partir do triângulo situação-lacuna-uso, Dervin (1983) procurou identificar as principais variáveis de cada uma dessas dimensões. Outros códigos podem ser criados pelos usuários ou pesquisadores com o objetivo de definir seus estados. Dentre as citadas, a medida mais central é o “estado de movimento da situação”, que, em alguma medida, interfere nas diferentes maneiras qualitativas em que o usuário vê seu movimento bloqueado. O Sense-Making considera ser esse bloqueio a origem da questão (busca de informação). Para cada medida, há vários estados, como os “tipos de estados de movimento”. Dervin criou a categoria de “questões neutras”, universais, que teriam o caráter de induzir ao mínimo a resposta dos entrevistados. Para a variável “situação”, exemplos de questões neutras seriam “o que aconteceu”, “o que te levou a este lugar” e “o que te incomoda ou dificulta” (DERVIN, 1983, p. 25).

A dimensão lacuna se caracteriza por questões e dúvidas dos entrevistados perante um problema, quando se necessita de uma informação para continuar o movimento. Basicamente, têm sido desenvolvidas análises de conteúdo para investigar a natureza das perguntas dos usuários e, por outro, um conjunto de medidas auxiliares focadas nas lacunas respondidas. Questões neutras seriam “qual era a questão em sua mente”, “o que te confunde”, “o que você deseja saber para fazer sentido” e “quais os buracos existem na sua compreensão”.

Quanto à maneira de avaliar a natureza da lacuna e da informação, o Sense-Making propõe um conjunto de medidas que permitam ao pesquisador examinar tais questões à luz da semelhança nas respostas, barreiras existentes para conseguir respostas e a base para as pessoas julgarem a validade das respostas em diferentes situações. Tais questões podem estar focadas no tempo; na valência (em termos de caminhos bons, maus ou neutros); na entidade (avalia onde a lacuna tem maior foco, em relação a si mesmo, ao outro, ao objeto ou na situação); no movimento (em termos de envolvimento no passado do usuário, como se moveu até o presente, onde está atualmente, como chegar a determinado ponto e onde estará futuramente) e na descrição (avalia em termos de tipos específicos para determinado contexto) (DERVIN, 1983, p.62-63).

Para o campo do estudo de compreensão de textos jornalísticos, é de especial interesse a investigação de lacunas a partir do esquema dos 5W, que se assemelha ao modelo do lide: quem, o quê (natureza dos objetos, eventos e situação), quando, onde, porque (razões, causas

e motivação dos atores nos eventos) e como (procedimento ou ferramentas para mover um lugar-tempo para outro), (DERVIN, 1983, p.62-63). Variáveis adicionais utilizadas para examinar a natureza da busca de informação para diferentes tipos de questões:

Nível de facilidade de resposta, razões da facilidade, questões conectadas e sua natureza, quantificação do autor da pergunta, importância da resposta, razões da importância, intensidade do questionamento interior (alto ou silenciosamente), razões por não questionar em alto volume, eficácia da resposta (se foi respondida no momento, posteriormente ou nunca), razões para ausência de resposta, completeza da resposta, razões para completeza ou parcialidade da resposta, fontes de resposta (mídia, outros, etc) e estratégias para superar lacunas (pensamentos, leituras, comparação, etc) (DERVIN, ano 1983, p.64) (Tradução nossa)⁴⁰.

A dimensão “uso” se observa a partir da expectativa do usuário em relação à utilidade da informação. Na dimensão uso, as perguntas neutras poderiam ser exemplificadas com as perguntas “qual ajuda você precisa”, “o que você gostaria de ver acontecer” e “qual o seu objetivo”. Alguns trabalhos utilizam uma escala de intensidade para cada facilitador ou bloqueador. No presente estudo sobre ambiente informacional e evocação de notícias, utilizamos a questão da possibilidade de integração à memória e suas representações para a dimensão uso. Dervin (1983, p.65) relaciona as seguintes categorias: obter imagens, idéias, entendimentos; capacidade de planejar; obter habilidades; ponto de partida, motivação; continuar caminhando; obter controle; acalmar, ficar mais fácil; sair de uma má situação; alcançar um objetivo, realizar coisas; partir para outras coisas; evitar má situação; pensar em outras coisas; relaxar; obter prazer e relacionar -se com outras pessoas.

3.2.2 Algumas técnicas

Boa parte dos esforços de pesquisas do Sense-Making têm sido dirigidos para a criação de alternativas de entrevistas e de observação, constituindo os métodos, através dos quais foram criadas uma variedade de técnicas de coleta de dados. Dervin (1983) desenvolveu quatro técnicas de entrevistas: Micro-moment Time-Line Interview, Helps/Hunts Interview, Close-Ended, Sense-Making e Message Questioning Interview (MQI), inspirada no método conhecido por "signaled stopping" (CARTER, 1974). Todas estas técnicas priorizam a observação do ator exatamente durante seu comportamento informacional e do movimento de produção de sentido, uma limitação do campo de pesquisas tradicionais com usuários, em que

⁴⁰ Ease of answering, reasons for ease of answering difficulty, question connectedness, nature of question connectedness, who would ask, importance of answering, reasons for importance, asking out loud or silently, reasons for not asking out loud, answering success, reasons for lack of answering success, answer completeness, reasons for completeness/partialness, answer sources, gap-bridging strategies.

boa parte de suas conclusões seja obtida a partir de suas declarações e não do comportamento efetivamente observado. Costa (2000, p. 49) acrescenta que a coleta de dados e a conceituação sejam focados em verbos e processos, não em nomes (substantivos) ou substâncias.

3.2.2.1 Micro-moment Time-Line Interview

O micro-momento é a técnica principal do Sense-Making e a seqüência da entrevista é o ponto central da técnica da abordagem, destacando a necessidade de práticas comunicativas para a coleta de dados. Em resumo,

envolve questionar ao entrevistado, detalhadamente, o que aconteceu passo a passo em uma situação em termos do que aconteceu primeiro, segundo, depois e assim por diante. Na seqüência, em cada etapa, o entrevistado é perguntado sobre quais questões ele ou ela teve, quais as coisas que esperava ou necessitava encontrar, o que aprendeu, o que entendeu, se ficou confuso ou mais claro” (DERVIN, 1983, p. 10)⁴¹ (tradução nossa).

A metodologia do Sense-Making recomenda que para entrevistas em grupo e individuais sejam formuladas questões simples e universais tais como: o que aconteceu? O que você pensou, sentiu, concluiu sobre o que aconteceu? O que o te confundiu? Como esses pensamentos, sentimentos, conclusões se relacionam com sua vida até aqui? O que espera para adiante? O que empurra ou limita seu mundo? (DWORKIN *ET AL.*, 1999, p. 4).

Apesar da variedade de técnicas, todos os métodos de coleta de dados têm algumas características comuns, dentre as quais: uso de estruturas livres de roteiro de entrevistas, estrutura de audiência baseada na compreensão do outro e a construção (ou não) de sentido (DERVIN, 1983, p.13-14).

A entrevista Sense-Making estimula os entrevistados a investigar seu mundo, a fazer conexões entre experiências passadas e presentes (DERVIN, 2001). O processo de interpretação de leitura e posterior tentativa de recuperação de mensagens, a evocação, por intermédio da investigação de “como” e das circunstâncias de evocação contemplam essa dimensão.

3.2.2.2 Message Questioning Interview

O Message Questioning Interview (MQI), que utilizamos no presente estudo, objetiva o controle da construção de sentido pelo leitor durante o acesso ao texto, observando -se o

⁴¹ It involves asking a respondent to detail what happened in a situation step -by-step in terms of what happened first, second, and so on. Then, for each step (called a Time -Line step), the respondent is asked what questions he or she had, what things he-she needed to find out, learn, come to understand, unconfused, or make sense of.

efetivo comportamento do usuário, identificando chaves de leitura para posterior investigação em profundidade. Uma das vantagens dessa técnica, que pode ser combinada com outras, é observar a situação e o deslocamento em busca de informação (questão central para o Sense-Making) exatamente no momento em que ocorre.

Giopato (2004) explica que os entrevistados lêem uma mensagem, parando e inserindo uma marca (“/”) onde “surge um questionamento ou um desejo de aprender, encontrar, esclarecer ou fazer sentido. Para cada questão levantada é realizada uma análise em profundidade” (2004, p. 28).

Dervin (1983) descreveu uma pesquisa sobre hábito de leitura do caderno de entretenimento do jornal *Seattle Times*, utilizando a MQI. Aplicada a estudantes universitários, eles deveriam:

- (a) marcar com a barra “/” nos trechos em que tinham dúvidas ou questões;
- (b) pontuar em escala de 1 a 7 o grau de importância daquela determinada questão;
- (c) indicar como esperava que a resposta os auxiliaria e
- (d) responder se conseguiram resposta parcial, incompleta ou completa às questões.

Ao final da leitura, formou-se um banco de dados cuja análise serviu para interpretar o comportamento. A técnica MQI pode ser adaptada a pesquisas que envolvam todos os tipos de mídia e deve ser ajustada a cada tipo de situação, como propomos para a presente pesquisa.

Um importante estudo sobre a influência da mídia foi feito a respeito dos debates que antecederam as eleições estadunidenses de 1992. Utilizando a metodologia Sense-Making, um grupo de estudantes de Comunicação assistiu ao programa televisivo tentando descobrir qual dos três candidatos teve melhor performance. Os usuários registravam pontualmente cada momento do debate, fornecendo para cada tópico uma palavra, que era depois distribuída entre categorias de análise. Descobriam-se, entre outras variáveis, as diferenças do grau de afetividade e racionalidade que os candidatos despertavam nos telespectadores, influenciando assim na avaliação de sua performance, televisiva e eleitoral (Dervin, 2001).

Dervin (2001) relata um experimento de utilização de MQI em investigação sobre motivação em um grupo de 146 estudantes de Comunicação Social. Divididos em grupos menores, os estudantes assistiram a um trecho de 20 minutos de um documentário que fazia graves alertas sobre o perigo de radiação ambiental pela usina nuclear de Rocky Flat, em Denver (EUA).

Antes de assistir ao vídeo, eles receberam instruções sobre a técnica adaptada para computadores na qual se mede *on line* a compreensão das mensagens. Desse modo, foram orientados a acionar um botão através do *mouse* toda vez que parassem de assistir ao vídeo

para pensar sobre algo. O computador registraria o tempo e o número de paradas. Mais interrupções indicariam processamento mais profundo. Imediatamente após a exposição, os usuários responderam a um pós-teste averiguando seu estímulo emocional, estratégias preferidas de codificação e envolvimento com o tema (Rocky Flats public membership). Utilizando escalas de cinco pontos referentes a várias opções oferecidas, os pesquisadores investigaram as variáveis “resistência”, “ações preliminares não esperadas”, “ação cometida”, “processo cognitivo” e “estímulo emocional”. Igualmente através de pontuação em escala, o envolvimento foi medido com a resposta à pergunta "até que ponto vê uma conexão entre você mesmo e Rocky Flat?".

O modelo sugere que pessoas já ativamente envolvidas com tópicos relacionados respondem mais emocionalmente a informações sobre um novo tópico. Surpreendentemente, porém, estão menos motivadas para pensar sobre as informações do que aqueles que eram previamente desavisados e não envolvidos. Em relatos pós-sessão, alguns usuários declararam ter apertado o botão simplesmente por terem “ficado tristes”. Os autores sugerem que aos entrevistados seja diferenciada a parada por razões sentimentais e racionais a fim de mensurar melhor os motivos da interrupção, pois uma mensagem com alta carga de medo, de impacto foi efetiva com um público de baixo envolvimento por gerar altos estímulos afetivos na audiência. Em outras palavras, os usuários não envolvidos com determinados temas serão mais estimulados por mensagens que gerem maior impacto emocional. O que nos leva a concluir ser adequada para nossa pesquisa a escolha de textos jornalísticos sem escopo sensacionalista.

3.3 Pesquisas de recepção (problemas e soluções)

Como vimos no capítulo anterior, o volume de pesquisas das últimas décadas reuniu elementos suficientes para se poder afirmar que o usuário seja ativo e não consuma ou selecione passivamente as mensagens. O avanço dos estudos teóricos nos permite também afirmar que o efeito das mensagens jornalísticas sejam dependentes de uma vasta classe de influências originadas do emissor, do meio, do receptor e do contexto em que se produzem.

Em um contexto histórico caracterizado por grandes debates em torno do papel da informação como instrumento de dominação de países ricos, surge na América Latina a reflexão teórica de Paulo Freire, que propõe comunicação como diálogo e a prática como afloramento da consciência e a conscientização. Há uma crítica profunda nos anos 1960 e 1970 aos modelos lineares de transmissão de informação, que privilegiavam as funções da

mídia, o conteúdo dos meios e a intenção do emissor. “Descobre -se” que o receptor interpreta, dialoga com o texto, e o conjunto de leitores produz sentido não linearmente. E que o receptor não apenas interpreta mas ultrapassa o que diz o autor em seu texto. No entanto, em geral, o leitor somente tem acesso ao texto final de uma reportagem e desconhece fatores que intervêm na apuração e no discurso jornalístico: (a) o *modus operandi* da atividade, (b) critérios de seleção e hierarquização dos elementos que compõem o texto, (c) opinião prévia do repórter sobre o tema, (d) interesses empresariais e políticos mais obscuros, (e) informações descartadas que, muitas vezes, foram decisivas para o desenlace do acontecimento e para a estratégia narrativa.

Segundo Marteleto (1987, p.171), o receptor sempre dialoga com a informação: rejeitando-a, acrescentando-a a seu acervo, preenchendo lacuna e sua estrutura cognitiva ou alterando sua compreensão. Vários outros estudos comprovam tal afirmação mas o desafio que se coloca para o campo da recepção é tentar responder porque, como e que informações são descartadas nas fases da percepção e atenção à mensagem e nas etapas posteriores (leitura; decodificação e interpretação; representação na memória episódica; formação, uso e atualização da superestrutura e usos e mudanças do conhecimento social geral e das crenças). Ou ainda: quais são as características das informações contidas nas mensagens jornalísticas que passam pelos filtros da atenção e da cognição, tornando-se registros na memória?

Araújo (2001) considera que a prática de recepção se dá em dois momentos: como acesso à informação (consumo), quantificado, mas sem revelar uso e utilidade das informações e o momento da seleção de informação, quando se analisam os critérios de seleção. A partir de tais práticas, se observam variáveis como necessidade e uso de informação. A quantificação do consumo é o instrumento mais disseminado para os proprietários de jornais assim como para outras empresas “ouvirem” seus consumidores. Como instrumento de marketing e apelo junto ao mercado de anunciantes, as grandes corporações midiáticas tornam disponíveis seus índices de audiência, quantificando os extratos sociodemográficos. Ao mesmo tempo, embora mais raras, contratam levantamentos para uso interno que apontam, entre outras questões, quais seriam os critérios de seleção dos usuários para seus produtos, se concordaram com o enfoque de determinadas reportagens, se a capa foi atrativa, etc. Esses dados são compilados e enviados para o diretor de Redação a fim de subsidiar o planejamento da edição seguinte. Tais resultados e análises geralmente permanecem reservados para uso interno, pois a estratégia limita-se a interesses mercadológicos imediatos, fixando-se a atenção na ampliação do público alvo a partir de alterações no meio, no produto.

A complexidade da pesquisa de comportamento informacional, devido à quantidade de variáveis e ao próprio processo comunicacional, desafia a academia para análises mais profundas e teóricas sobre comportamentos de leitura e do uso das mídias. No campo da Ciência da Informação, Gonzáles de Gómez (1990, p. 121) acentua que nenhum mecanismo de recuperação de informação “pode alterar a estrutura do horizonte político e interpretativo que estipula que informação possui valor, para quem, de quem, como, ou simplesmente: ‘quando é o caso em que a informação é o caso’”. Ao estudar a relação entre a demanda dos receptores e a produção dos telejornais, Martín-Barbero (1987, p. 49) afirma ser a recepção um processo permeado por mediações dentro de um universo cultural, do qual fazem parte também os meios que devem atender legítimas “demandas que vêm dos grupos receptores, que por sua vez não podem legitimar tais demandas sem resignificá-las ‘em função’ do discurso social hegemônico”. Orlandi conclui que não se pode afirmar a existência de um sujeito “absolutamente dono de si nem um sujeito totalmente determinado pelo que lhe vem de fora. O espaço da subjetividade na linguagem é tenso” (1996, p. 189).

Nesse sentido, Fausto Neto evoca a questão do contrato de leitura estabelecido entre o usuário e os campos sociais com seu “conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da emissão para serem seguidas pelo campo da recepção” e que pressupõem a existência de dispositivos técnico-simbólicos de cujas leis próprias resultam as modalidades dos contratos de leitura” (2002, p.199). O leitor regular de um jornal sabe que tipos de notícia e texto encontrará, a abordagem, sendo reticente a grandes surpresas. Ele não espera, por exemplo, ver detalhamento de assuntos pouco frequentes naquele jornal ou narrativas cultas em seu jornal popular. Além disso, tais demandas/respostas dos usuários podem ser extremamente díspares e volúveis por dois motivos: o lugar histórico sociocultural de quem recebe a notícia e seus inconscientes mecanismos cognitivos durante a leitura. Isso é exatamente um dos principais desafios para o campo das ciências sociais, e em particular dos estudos da recepção. Assim em nosso experimento não utilizamos as variáveis renda familiar, gênero ou presença de equipamentos domésticos, mas como o usuário se vê e interage com o mundo.

Dervin & Huesca (2003) discutem a prática do Jornalismo como com unicificação e alegam que, ao se focar o objeto de estudo exclusivamente em “quem” ou em “o quê”, a teoria da comunicação deixa de considerar as “diferenças em diálogo”. Ao analisar o “como” na prática jornalística, os autores a redefinem como uma “subset” para todas as possibilidades estratégicas de observar a realidade (2003, p. 316). Os autores sustentam que a “maioria das práticas baseadas em comunicação (como o Jornalismo, Assistência Social, Pedagogia ou

Biblioteconomia)” vêm as diferenças como um problema e apontam três abordagens para observar as diferenças, sublinhando teses a respeito da natureza da realidade e do ser humano, mas reforçando que nenhuma delas propõe efetivamente o diálogo como contraponto ao autoritarismo do Jornalismo ancorado nos princípios da objetividade ou desatento à problemática da comunicação (DERVIN; HUESCA, 2003, p. 311 -316):

- a) colocar a diferença distinguindo os indivíduos por serem mal educados, preguiçosos, recalcitrantes que se recusam a entender de maneira correta a realidade e daí o discurso sobre a necessidade de reduzir a complexidade das formulações jornalísticas a fim de que os leitores possam entender a mensagem.
- b) a diferença ainda é um problema mas é aceitável política e economicamente como um obstáculo para a prática.
- c) a diferença permanece como problema para a condução de práticas formais mas o conhecimento existe de acordo com a experiência pessoal originada de diferentes lugares e tal abordagem é geralmente classificada como “alternativa”.

Para os autores, ao focar no “quem”, sugere-se que bastaria incorporar diferenças externamente observáveis como idade, origem étnica, etc. Ao propor a “communication theory of communication” (“teoria comunicativa da comunicação), presumem que o “quem” não observa diferentemente porque esteja em diferentes lugares mas fundamentalmente porque tanto a observação quanto a realidade são incompletas ao longo do tempo e do espaço. A premissa inicial dessa teoria é que “o que pode ser classificado a respeito de processamento de informações do ser humano não são as observações mas os caminhos através dos quais o ser humano preenche as lacunas” (2003, p.318).

A observação humana é limitada pelo mundo interior, e sempre entendida através de uma estrutura de diálogo que leva em conta as observações pessoais e as formas pelas quais a história e a cultura, em conjunto, limitando e facilitando o diálogo. A prática do Jornalismo não deve atentar apenas para pessoas de vários mundos mas para os indivíduos do mesmo mundo mas que têm visões diferentes desse mundo (DERVIN; HUESCA, 2003, p. 312).

O leitor, o usuário, é trazido para o centro do debate. A ênfase agora é na idéia da comunicação como um intercâmbio de experiências e alguns estudos sobre produção e compreensão de notícia passam a privilegiar tal enfoque: “o significado de um artigo jornalístico não se encontra no texto, mas na reconstrução efetuada pelo leitor, que será feita explicitamente em termos de processos da memória e representações” (VAN DIJK, 1990, p.144).

Em uma revisão sobre os estudos Sense-Making, Dervin & Huesca (2003) defendem que se deve objetivar a situação real, vivida pelo usuário, quase sempre focando-se na

interseção entre o sistema de informação e as conseqüências. Os autores discutem a natureza da prática e da produção de sentido por intermédio da compreensão de fatos jornalísticos e afirmam que para produzir sentido de fatos o usuário precisa ancorá-los em um entendimento do passado, presente, futuro e em compreender os motivos e condições históricas e situacionais daqueles que produziram os fatos (DERVIN;HUESCA2003, p.318).

Nesses termos, os autores se debruçaram sobre processos de leitura de jornais , tendo Van Dijk privilegiado os aspectos da compreensão e da evocação de notícia, enquanto Dervin introduziu algumas variáveis como estado de envolvimento (vitimização social) para avaliar decodificação crítica e a produção de sentido. No próximo capítulo discutiremos alguns desses experimentos, os quais serviram de referencial metodológico para atender aos objetivos de nosso estudo.

3.4 Pesquisas sobre uso da informação

A imprensa é o ramo pioneiro na área de Comunicação Social , mas há poucos estudos em ambientes informacionais especializados e ainda mais limitadas são as pesquisas que investiguem o uso da informação através da evocação de mensagens jornalísticas. Tal escassez deve-se parcialmente às infinitas variáveis que se desdobram da relação entre usuário, a mídia e o contexto informacional, dentre outros que desafiam o complexo campo da Comunicação.

Ao contrário, a Ciência da Informação inicia uma tradição de investigações sobre o ambiente informacional de grupos particulares de usuários de como obtêm informação necessária para seu trabalho (PINTO 2004, COSTA 2000, GIOPATO, 2004). Esses estudos não estão limitados a uma instituição, mas ao comportamento de uma comunidade, como a de cientistas, médicos, engenheiros, psicólogos e outros profissionais (FIGUEIREDO, 1994).

Os estudos de evocação de notícias utilizando o Sense-Making são ainda reduzidos, mas comprovam a eficácia da abordagem. Embora não haja estudos definitivos sobre a busca de informação em jornais, através de algumas experiências de Sense-Making, descobriu-se, por exemplo, haver importantes diferenças entre as questões formuladas durante leitura realizada em momentos de lazer e aquelas ocorridas em ambientes cotidianos. Por outro lado, foram poucas as divergências entre as perguntas formuladas por estudantes universitários e por componentes de uma amostra da população em geral (DERVIN, 2001).

Em outro experimento, resumos de dez artigos de jornal foram selecionados para dois grupos. Para o segundo grupo, além dos textos, foram entregues respostas dos autores

baseadas em questões do Sense-Making, como “o que te levou a escrever”, “como pensa que este artigo irá ajudar as pessoas”, etc. Aos estudantes foi pedido que os pontuassem em termos de seu potencial de utilização para a redação final daquele semestre letivo. Três meses depois, foi-lhes pedido para graduar a utilidade daqueles artigos e descobriu-se haver maior proximidade entre potencial e execução real posterior no grupo de estudantes que recebeu informações Sense-Making do que os demais que leram apenas os tradicionais resumos (DERVIN, 1995).

3.5 Evocação de notícias através da leitura

A revisão de literatura da área indica poder-se inferir que estudantes de Comunicação Social com maior hábito de leitura, socialmente envolvidos e que se classificam como vítimas sociais tenham potencial para maior nível de decodificação crítica e, em consequência, apresentam melhor qualidade de evocação do que aqueles sem tais características. Nossa preocupação central é avaliar a influência do comportamento informacional nas características de evocação de notícias e o pressuposto principal que apresentam os neste estudo foi que o nível de decodificação relaciona-se à qualidade da evocação. É o que revelam pesquisas que utilizaram a teoria sociocognitiva (VAN DIJK, 1990) e Sense-Making (DERVIN ET AL, 1999), como passaremos a discutir.

3.5.1 Notícias, envolvimento social e Sense-Making

Nos anos 1980, Stuart Hall desenvolveu um modelo de três hipotéticas interações de receptores, quando submetidos a uma mensagem divulgada em sistema de radiodifusão. Na primeira, a mensagem é interpretada de acordo com a perspectiva ideológica da elite dominante (*preferred*); na segunda, haveria uma posição intermediária, em que ainda predomina a visão dominante, mas com a negociação em situações específicas (*negotiated*) e talvez a maioria da audiência; no terceiro caso, os receptores se opõem ao discurso dominante dentro de uma estrutura alternativa de resistência (*opposition*). Hall (1980) tentou demonstrar que a classe social seja um dos principais condicionantes para recepção crítica da mídia.

David Morley utilizou as premissas teóricas de Hall em pesquisa de audiência com telespectadores da rede de Televisão inglesa BBC e não encontrou relação considerável entre classe social e decodificação das notícias. Morley admitiu desvios de operacionalização, mas não a estrutura metodológica do experimento (DERVIN, 1999, p.3). Esses estudos, que também admitiam a abertura interpretativa do texto, se tornaram clássicos e ajudaram a consolidar a Teoria

dos Estudos Culturais.

Posteriormente, Dworkin *et al.* (1999, p.3) promoveram um experimento de recepção semelhante à de Morley, mas ancorado no Sense-Making. Partiu-se de duas premissas iniciais: a de que a classe social seja definidora de cognição de abordagem crítica, tal qual mostravam os estudos anteriores, e a equipe criou a variável “social involvement state” para os entrevistados que manifestassem consciência político-social e se autodescrevessem como “vítima social”. Definiu-se ainda que seriam utilizados apenas os critérios “accept society” e “negotiate society” para a variável “decodificação crítica”. Foram estabelecidas três hipóteses iniciais: para notícias de interesse próximo da própria classe social (política, economia, crimes, disputas trabalhistas) a variável classe social seria significativamente relacionada com decodificação crítica das mensagens; haveria alta decodificação crítica quando introduzida a variável “vítima social”; “vitimização social” teria maior peso na decodificação crítica do que “classe social”.

Dervin *et al* (1999) estabeleceram as variáveis “Intensidade cognitiva”, “Credibilidade da cobertura jornalística”, “Frequência de recepção de notícias” e “Educação” a fim de observar se, ao serem introduzidas, promoveriam alteração na decodificação crítica da mídia. Foram então propostas duas hipóteses finais:

H1 – A relação entre estado de “vitimização social” e decodificação crítica seria mantida independente das quatro variáveis reunidas ou separadamente.

H2 – Seria superior a relação de “vitimização social” sobre classe social para decodificação crítica independentemente das quatro variáveis.

Método – No início, os entrevistados foram convidados a recordar do mais recente noticiário televisivo, a identificarem uma notícia e listar quaisquer pensamentos e questões que lhes viessem à mente relativos àquela notícia. Esses pensamentos formaram um banco de dados em que os pesquisadores os classificaram entre “aceitação” (societal acceptance) e “discussão” (societal negotiation) segundo a existência ou não de críticas e desafios a regras e relações sociais. Nessa etapa foi estabelecido o critério de “decodificação crítica”.

Utilizando a mesma notícia, relacionando com os contextos passado e presente vivenciados pelo entrevistado foram discutidas situações de vida dos entrevistados e assim chegou-se à variável “vitimização social”. Os entrevistados foram classificados segundo suas respostas os indicassem – ou a seus familiares - como vítimas sociais ou não (societal victims).

Posteriormente, foi-lhes perguntado o pensamento mais significativo que tiveram ao assistir àquela notícia e graduá-la em escala de 1 a 5 e assim estabeleceu-se a “intensidade de cognição”. “Classe social” foi determinada pela ocupação atual e de seus provedores, quando criança. “Credibilidade de cobertura”, “frequência de recepção de notícias” e “educação” foram

pontuados em escala de 1 a 5 pelos próprios entrevistados.

Instrumento de coleta – Respeitando as características censitárias de gênero, renda, educação e idade, as entrevistas com moradores de Seattle (EUA) foram conduzidas por telefone e escolhidos aleatoriamente do catálogo telefônico. Dos 227 participantes, 158 recordaram de coberturas de temas sociais e políticos, e destes 58,9% julgaram tais noticiários como “muito” ou “extremamente” confiáveis. A base de dados para classificação segundo as categorias foram construídas inteiramente a partir do conteúdo de pensamentos e questões colocadas pelos entrevistados, que teriam ocorrido enquanto assistiam ao telejornal.

Resultados – Em síntese, as descobertas que interessam a nosso estudo foram:

a) a variável “classe social” não produziu efeito na decodificação crítica das mensagens, mesmo tratando-se de noticiário de interesse próximo dos entrevistados (política, economia, crimes, disputas trabalhistas);

b) a maioria dos que se autodeclararam “vítimas” não foram os operários mas gerentes, profissionais, etc, o que demonstra a importância da variável ser autodeclarativa;

c) as quatro variáveis, reunidas, não apresentaram significantes predisposições para decodificar criticamente as mensagens;

d) confirmou-se a hipótese central de que os cidadãos com consciência de “vítima social” têm maior interpretação e decodificação crítica independente da inserção de variáveis controladas

e) os “decodificadores críticos” se identificaram com as situações de vítimas sociais apresentadas pelos telejornais.

3.5.2 Compreensão e evocação de notícia

A fim de verificar pressupostos teóricos e empíricos a respeito de compreensão de leitura de notícias de jornais e evocação, Van Dijk (1990, p. 228-248 *passim*) realizou um experimento de campo, utilizando dois diários de Amsterdan (Holanda). O objetivo consistia em obter dados a partir de compreensão natural e evocação de notícia, estabelecendo semelhanças e diferenças entre leitura e recuperação, quando realizadas em laboratório e quando cotidiana, casual. Foram selecionados quatro artigos sobre editorias distintas e presumivelmente de interesse dos leitores, mas assuntos igualmente publicados em *De Telegraaf* e *De Volkskrant* de 12 de março de 1984. Os temas foram “Televisão”, “Política”, “Namíbia” e “Futebol”.

1º experimento: evocação imediata - Os entrevistados foram recrutados aleatoriamente, formando um grupo heterogêneo de leitores médios de várias regiões da cidade (grupo 1) e outro composto por servidores da Universidade de Amsterdan (grupo 2). Classificaram-se os entrevistados segundo os critérios de “idade”, “educação”, “ocupação”, “local de entrevista”,

“acesso a noticiário em geral”, “temas de interesse específico de seu jornal de preferência” e “gênero”. Em relação à leitura daquela edição objeto de estudo, foram observados os seguintes aspectos: “tempo de leitura”, “local de leitura”, “estilo de leitura”, “categorias e ordem de assuntos”.

Perguntava-se de qual jornal eram leitores, alguns dados para identificação pessoal e outros a respeito do exercício de leitura (as entrevistas foram realizadas durante o horário de almoço). A seguir, questionava-se exatamente o que se recordava relativo aos quatro artigos publicados naquele dia. Além das dúvidas e erros, prestava-se atenção especial nas estratégias de recuperação expressadas.

2º experimento: evocação imediata - Um mês após o primeiro experimento, os pesquisadores voltaram a campo e localizaram leitores dos dois jornais que tivessem lido os mesmos artigos utilizados anteriormente. Ao invés de recuperação livre, foram feitas perguntas específicas a respeito daquelas matérias, ainda que as respostas pudessem ser parciais e recorrendo-se a conhecimentos gerais.

Resultados da pesquisa de campo - Depois de algumas semanas, os leitores tendem a se lembrar apenas dos níveis mais altos da macro-estrutura, especialmente se podem resgatar ou reconstruir as notícias a partir de um conhecimento geral. Manchetes e lides são evocadas de forma melhor tanto no teste feito no dia da publicação do jornal, quanto no realizado posteriormente.

Leitores de maior nível de escolaridade e melhor formação política por intermédio de outros veículos de comunicação evocam com maior precisão e quantidade. O que assinala como mais importante no discurso da notícia produzido pelos jornalistas é também objeto de melhor recuperação por parte dos leitores. Descobriu-se ainda que apenas entre um terço e uma quarta parte dos entrevistados puderam responder a perguntas concretas, as quais, a princípio, poderiam também ser respondidas tendo apenas conhecimento político atualizado. “Em termos gerais, pode-se concluir que a evocação natural do discurso jornalístico é muito pobre” (VAN DIJK, 1990, p.238).

Experimento de laboratório - A fim de comparar os resultados obtidos na pesquisa de campo com os resultados de recuperação em um contexto controlado, 42 estudantes de Psicologia foram divididos em dois grupos de leitores, cada qual com um conjunto de artigos do *De Telegraaf* ou do *De Volkskrant*. Realizada dois meses após os experimentos de campo, o tempo de leitura foi de 20 minutos em média, com um período de intervalo de 15 minutos para evitar evocação literal imediata.

O resultado da evocação em laboratório foi quase duas vezes superior àquela da pesquisa

de campo. Houve coincidência de proposições evocadas. Na experiência de laboratório, houve maior recuperação de orações finais dos textos, algo que geralmente se esquece durante a leitura natural dos jornais.

Resultados gerais - O dado mais surpreendente é que os estudos menosprezam a importância da leitura casual de jornais. No experimento realizado, as causas, conseqüências, o contexto e a história de muitos temas, assim como a maioria dos detalhes sobre lugares e cifras “tendem a cair no esquecimento”. Os pesquisadores dizem que apenas as informações repetidas e recorrentes sobre certos temas podem conduzir a “um modesto câmbio ou à construção de modelos situacionais correntes”. Segundo Van Dijk,

Do ponto de vista de aquisição de conhecimento se pode afirmar que a atualização dos modelos situacionais baseadas no noticiário da imprensa não é absolutamente destacável. Em geral, os indivíduos parecem apenas integrar algumas macro-proposições de cada item jornalístico, e apenas o que se refere a temas diretamente relevantes para sua compreensão cotidiana da vida política e social em seu próprio contexto regional ou nacional (1990, p. 247).

Os dois experimentos, de campo e em laboratório, apontam para a conclusão de que a memória informativa é bem baixa e o fato de as melhores informações evocadas nos dois ambientes serem as mesmas sugere haver fatores independentes do contexto na representação e na evocação das notícias. Além de recordar-se melhor daquilo que já se conhece, descobriu-se ainda que melhor educação e leitura de revistas semanais podem influir positivamente nos itens políticos mas não há diferença substancial entre leitores de jornal popular e outro de maior qualidade. Outras conclusões:

a) O nível de evocação está mais ligado à qualidade e ao conteúdo do lide e do título do que à editoria;

b) os fatores mais usuais que determinam a atenção do leitor também se vinculam à representação e à evocação;

c) os temas principais segundo a avaliação dos jornalistas são também aqueles melhor evocados nos dois tipos de experimento;

d) não há indícios de que informações prévias provenientes de outras mídias tenham melhorado a recuperação e

e) observa-se mais a construção de novos modelos e sua atualização que a recordação de informações.

4 METODOLOGIA

A metodologia define o caminho a ser percorrido entre os problemas e hipóteses colocados e a elaboração de uma tese. É um dos aspectos mais importantes da pesquisa social, posto que baliza, organiza, concede uma estrutura lógica de exame, além de mecanismo que orienta o pesquisador na condução de seu trabalho. É o conjunto dos métodos e técnicas a serem utilizados para a avaliação do comportamento informacional que molda a estratégia dentro de uma perspectiva de produção de novo conhecimento.

No entanto, a própria escolha do tema e as perguntas que se fazem já revelam um posicionamento do pesquisador, do estar no mundo inclusive com suas inquietações filosóficas e epistemológicas. Exibir tais escolhas, trazê-las à superfície é uma maneira de o pesquisador explicitar a trajetória e colocar o resultado de suas escolhas à avaliação do leitor e de seus pares.

A aplicação de metodologia específica para investigação de problemas na área da Ciência da Informação implica discussão sobre a interdisciplinaridade desse campo científico com as Ciências Sociais, e mais precisamente com a Comunicação Social. Na investigação sobre ambiente informacional e evocação de notícias foi necessário ainda circunscrever a informação dentro e fora dos sistemas midiáticos, pois “praticamente nenhum ato social se baseia sobre a informação derivada exclusivamente dos meios de comunicação” (VAN DIJK, 1990, p.200). A grande variedade de paradigmas nos estudos dos dois campos leva-os à aproximação ou ao distanciamento. Não nos detemos nessa discussão, mas utilizamos práticas dessas áreas de conhecimento, tentando problematizar o fenômeno social por intermédio da investigação científica, trilhando os percursos e metodologias necessários à compreensão da relação entre comportamento informacional e sua utilização.

No campo epistemológico, debate-se entre a neutralidade axiológica e o afastamento de considerações subjetivas na busca da cientificidade das Ciências Sociais. Em oposição, algumas correntes sugerem um modo específico para a investigação dos fenômenos sociais que compreenda as especificidades do objeto. Na etapa da coleta de dados deve-se estar sempre atento para o fato de que tanto a entrevista quanto o questionário, como instrumentos de pesquisa, são construídos a partir do arcabouço teórico e das escolhas do pesquisador. Em ambos estão envolvidos interesses objetivos e subjetivos.

A abordagem Sense-Making é a fundamentação teórica que norteia o levantamento de campo com a investigação do comportamento informacional e do objetivo de se atingirem níveis gerais de padronização de uso (evocação) das notícias. A discussão metodológica exige que algumas etapas sejam esclarecidas a fim de que todo o processo de pesquisa seja melhor compreendido. O método da pesquisa está composto por uma combinação de técnicas analíticas, descritivas, observacionais e introspectivas mas nos apoiamos na abordagem Sense-Making por ter fornecido embasamento teórico e metodológico para a realização da presente investigação, que pretendeu estudar o indivíduo dentro de sua realidade, dotado de características pessoais, culturais, experiências e práticas sociais que influenciam processos informacionais. Daí, o descarte de se focar em dados substantivos como constituição e medição de redes sociais, constituição das organizações, história dos meios, análise de conteúdo dos jornais ou perfis de receptores, entre outras possibilidades. Nesse sentido, questionamos fundamentalmente como se configurava o ambiente informacional e de que forma a mensagem consumida permanecia no acervo da memória.

A coleta e análise de dados buscaram identificar ambiente informacional e uso de informação - aqui na categoria “evocação” – e a metodologia foi adaptada às condições peculiares da pesquisa proposta, conforme se recomenda a fundamentação teórica. Categorias de análise foram criadas por intermédio das respostas livres dos usuários (questões abertas), devidamente compiladas e tabuladas após transcrição das gravações de todas as fases de coleta, tendo permitido novos cruzamentos e análises. Ao final definimos padrões de uso de informação após o exame das pontes, lacunas e caminhos percorridos pelos usuários.

Pesquisas (DERVIN, 1983; DWORKIN *ET AL.*, 1999) têm demonstrado que o “envolvimento” (interesse) com determinado assunto esteja relacionado com maior busca de informação, grau de decodificação de mensagens, mudança mais duradoura de atitude e melhor retenção de informações. Três características individuais (identificar o problema, o envolvimento e reconhecer limites) influenciariam as variáveis dependentes: busca de informações, processamento e retenção de mensagem, formação de atitude e comportamento de respostas.

Além da filiação direta a organismos sociais, entidades representativas de categorias profissionais e organizações religiosas, entre outras, o envolvimento também pode ser definido como a percepção individual de estar conectado a determinado assunto ou problema. Um leitor assíduo do caderno de Política pode compreender a dinâmica e os meandros da política nacional embora não tenha militância partidária, ou estar profundamente conectado com as causas do movimento negro apenas por inclinação filosófica ou sentimental. Esta foi

uma das razões pelas quais em nosso estudo não utilizamos como variável a militância ou pertencimento a entidades mas “participação” e “interesse” do mesmo modo como privilegiamos a autoclassificação socioeconômica como prejudicado ou favorecido, uma tomada de consciência a partir de seu posicionamento no mundo. A seguir algumas especificações das categorias utilizadas em nosso estudo para a participação em entidades:

“Igreja” - as mais variadas organizações de cunho religioso e iniciático;

“Política” - não apenas os tradicionais partidos políticos mas quaisquer grupos ou agremiações com objetivos políticos;

“Agremiação esportiva” – clubes esportivos, de competição e de lazer;

“Sindicato de Trabalhadores” – diferente do sindicato patronal ou de entidades de classe, o objetivo aqui era perceber se o usuário estava vinculado a movimento de trabalhadores;

“Associações de classe” - Entidades que congregam classes profissionais com interesse comum, como OAB e CRM.

“Associações e ONG’s” – Movimentos e entidades de defesa de interesses sociais, culturais e econômicos de seus integrantes, como ONG’s, associações ambientais, etc.

“Movimento estudantil” – Grêmios escolares, diretórios acadêmicos e demais entidades compostas diretamente por estudantes.

É importante retomar sinteticamente algumas questões que utilizamos em nosso estudo. Dervin (1983) faz uma correlação entre o comportamento de busca e o uso da informação com o próprio movimento descontínuo do ser humano no tempo e no espaço. Metaforicamente, o usuário percorre uma estrada em que se vê constantemente frente a problemas ou lacunas as quais lhe exigem informações para fazer sentido sobre aquela realidade subjetiva e também em constante mudança. Destacamos algumas especificidades dos conceitos de situação, lacuna e uso que utilizamos para coleta de dados.

“Situação” é o micromomento vivido pelo usuário, quando deparado com a fonte de informações, com a leitura dos jornais; é o momento da formação do estudante de Comunicação Social em que a notícia e o cabedal de conhecimentos gerais adquire centralidade.

“Lacunas” são “vazios” preenchidos por dúvidas ou questões que as pessoas têm em determinada situação; é a necessidade de informação prevista para um aspirante a profissional da informação, uma lacuna para produção de sentido, criação de conhecimento, a partir da situação experimentada pelo leitor; uma questão ou dúvida.

“Uso” é a possibilidade de emprego da informação adquirida, a evocação de notícias.

“Pontes” são instrumentos e estratégias utilizados para sanar as dúvidas/questões (lacunas). Qualquer atividade ou instrumento (social ou individual) que informe e auxilie na produção de sentido.

4.1 Abordagem qualitativa

Alguns críticos consideram a análise a partir de metodologia quantitativa insuficiente para recuperar aspectos subjetivos do processo informacional ou que o método limite a realidade ao rigor do cálculo. Outros pesquisadores defendem a utilização desse método exatamente pelas suas características objetivas, certo distanciamento necessário do pesquisador e de seus valores em face do objeto, como alerta Durkheim (1999). Além disso, a quantificação pode ser útil ao subsidiar o pesquisador com dados e estatísticas. Mesmo a quantificação sofre influências da complexa e às vezes inexplicável multifacetada realidade e, caso venha a obscurecer aspectos menos evidentes que permeiam as relações sociais, é reservada certa subjetividade na análise dos números revelados.

A pesquisa qualitativa não se preocupa em estabelecer princípios e generalizar seus dados pois o foco é centrado no particular, no indivíduo, em suas motivações, atitudes, sentimentos, privilegiando a compreensão dos fenômenos estudados. A abordagem autoriza ainda ao pesquisador uma ampliação de técnicas interpretativas no sentido de decodificar, traduzir, interpretar e analisar o significado dos fenômenos observados a partir dos dados coletados, conforme assegura La Ville e Dionne (1999) para a análise de dados em pesquisa qualitativa: “o pesquisador decide prender-se às nuances de sentido que existem entre as unidades, aos elos lógicos entre essas unidades ou entre as categorias que as reúnem”. Não há regras formalmente definidas; a análise é menos codificada que na abordagem quantitativa, embora as inferências subjetivas, no entanto, não desobriguem o esforço de um relato objetivado, explicada e justificada cada etapa percorrida (1999, p. 227).

Dentre as três estratégias de análise e de interpretação qualitativas enumeradas por La Ville e Dionne (1999, p. 227) consideramos que nosso trabalho tenha se encaixado entre a primeira e a terceira abordagem:

Emparelhamento: associação de dados recolhidos (registrados em um quadro operacional) a um modelo teórico anteriormente discutido com a finalidade de compará-los.

Análise histórica: apoiado em um quadro teórico, elabora-se um roteiro sobre a evolução do fenômeno ou da situação

Construção iterativa de uma explicação: o pesquisador elabora pouco a pouco uma

explicação lógica do fenômeno ou da situação estudados pois não supõe a pré-existência de um ponto de vista teórico. Neste caso, a hipótese “é simultaneamente desenvolvida e verificada, ainda que em parte, em um vai-e-vem entre reflexão, observação e interpretação, à medida que a análise progride”.

Para tentar responder aos questionamentos propostos nesta tese, adotamos como estratégias de verificação o estudo de caso, procurando explicações que circunscrevessem exatamente o comportamento e o ambiente informacional da comunidade dos estudantes de Comunicação Social da UFV. O estudo de caso é apropriado para investigar em profundidade situações internas de um grupo ou comunidade em que não haja necessidade ou possibilidade de comparações com outros grupos. Em nossa proposta inicial de investigação consideramos reduzida a possibilidade de realização de experimentos simultâneos comparativos com estudantes de outras universidades, pois nossa hipótese principal foi que o comportamento informacional fosse definido pela situação e pelo contexto específico dos usuários. Logo, eventuais comparações entre evocação de notícias de universos distintos não traria conclusões, além de nossa pretensão em conhecer em profundidade o universo dos estudantes viçosenses.

Yin (2005) prefere a estratégia de estudo de caso para pesquisas focadas em questões do tipo “como” e “porque” e também quando há pouco controle sobre os eventos contemporâneos. Para ele, o estudo de caso é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

Embora as conclusões de um estudo de caso sejam, *a priori*, apenas para a pesquisa considerada, Laville & Dionne afirmam que o resultado também pode ser generalizável se aquele caso puder ser considerado “como típico de um conjunto mais amplo do qual se torna o representante”, ou que possa “ajudar a melhor compreender uma situação ou um fenômeno complexo, até mesmo um meio, uma época” (1999, p. 156). Em complexas situações socioculturais, acrescenta Chizzotti (2006), o estudo de caso pode ser tomado como significativo do todo, como referência. Uma das vantagens do estudo de caso, segundo Laville & Dionne (1999), é a possibilidade de adaptações dos instrumentos de coleta ao longo do levantamento dos dados, o que realmente auxiliou nesta investigação.

Utilizamos métodos qualitativos e quantitativos para o mapeamento informacional e para o experimento de evocação, como aplicação de questionários, técnicas de acompanhamento de leitura e aprofundamento por intermédio de grupos focais. A análise quantitativa predominou na primeira fase do estudo de caso, em que demarcamos o ambiente informacional e similaridades e diferenças de consumo de informação dos usuários.

Para a segunda fase, já no experimento, escolhemos e adaptamos a técnica Message Questioning Interview (DERVIN, 1983) por ter permitido um acompanhamento rigoroso, eficaz e *pari passu* no exato momento da leitura, possibilitando a observação de lacunas de informação. Metódico, o procedimento autoriza o usuário a pontuar livremente sua experiência de leitura, sem nenhuma interferência do pesquisador. Na terceira fase, promovemos o experimento de evocação por intermédio de formulários com questões abertas.

As entrevistas foram registradas e classificadas, servindo de base norteadora para as etapas seguintes: análise estatística e de conteúdo dos dados, codificação, verificação, interpretação, avaliações qualitativas e quantitativas, conclusão da pesquisa e redação do relatório. Em todas as etapas das atividades, as observações foram anotadas em um caderno de campo. Durante o procedimento de leitura dos jornais, igualmente registramos observações que foram julgadas pertinentes, como tempo e ordem de leitura, entre outras.

5 CONTEXTO DA PESQUISA

Nas três próximas subseções, com o objetivo de caracterizar nosso contexto de pesquisa, descrevemos a ambiência de estudos do estudante de Comunicação Social, contemplando o histórico da fundação da Universidade Federal de Viçosa, o perfil da cidade de Viçosa e do Curso de Comunicação Social, desde sua criação e características atuais. A última subseção é dedicada à apresentação do jornal Estado de Minas, objeto empírico do experimento de leitura.

5.1 A Zona da Mata e Viçosa

A Zona da Mata equivale a 6,1% da área do estado de Minas Gerais, localiza-se no Sudeste do Estado, sendo formada por sete microrregiões: Cataguases, Juiz de Fora (a maior cidade da região e também sede de uma universidade federal), Manhuaçu, Muriaé, Ponte Nova, Ubá e Viçosa (esta, sede da microrregião da qual fazem parte 20 pequenos municípios). A região foi uma das primeiras a serem povoadas entre as demais do Estado. A proximidade com o Rio de Janeiro, antiga Capital Federal, que lhe demandava produtos agrícolas, caracterizou a economia da Zona da Mata até o início do século 20.

Os cerca de 2 milhões de habitantes da região sofrem influência econômica e cultural das três principais metrópoles brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Viçosa está localizada a 225 km de Belo Horizonte (MG), 130 km de Juiz de Fora (MG), 360 km do Rio de Janeiro (RJ) e 650 km de São Paulo (SP). Prevalece no município o relevo acidentado com 85% montanhoso, 12% ondulado e 3% plano, 98% da população dispõe de água tratada e 88% de esgotamento sanitário. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 2000 foi 0,809, a renda per capita média é R\$ 329,70 e o índice de Coeficiente Gini (que mede renda, pobreza e desigualdade, em que 0 é total igualdade e 1 é o inverso) é de 0,61⁴².

O nome do município transformou-se quando em 1871 a freguesia de Santa Rita do Turvo foi elevada à categoria de Vila e, em 1876, torna-se cidade denominando-se Viçosa de Santa Rita, reduzindo apenas para Viçosa em 1911. O primeiro ciclo de desenvolvimento se principia em 1884,

⁴² <http://www.vicosa.mg.gov.br/conteudo/vicosaemnumeros.htm> . Acesso em: 15 de jun. 2008

quando a estrada de ferro Leopoldina Railway passa pelo município.

Em 1930, a cidade tinha apenas 800 edificações, concentradas na área central. A chegada da ESAV (destinada a estudos superiores e científicos da agricultura) e do Patronato Agrícola Arthur Bernardes (de nível elementar, visando à formação prática dos filhos de pequenos agricultores) na década de 1920, causou um impacto urbanístico, econômico e social. De 1930 a 1960, a expansão ocorreu apenas com o adensamento das áreas anteriormente ocupadas. A partir dos anos de 1970, a cidade experimenta o terceiro ciclo de crescimento: com o desenvolvimento da pós-graduação e com a federalização de sua universidade, ocorreu um grande incremento nas atividades de ensino e de pesquisa na UFV, o que resultou em grande afluxo de recursos financeiros e humanos ⁴³.

A infra-estrutura urbana não estava preparada para absorver toda a pressão resultante dessa expansão explosiva e a cidade cresceu desordenada e verticalmente, devido à pequena área plana disponível na região e próximo à entrada do campus. É exatamente nessa região central, a poucos minutos de caminhada até a UFV, que reside a maioria dos estudantes, levando à essa região da cidade uma coloração estudantil.

A população do município, que até o ano de 1960 era de 20.846, sendo a maioria do meio rural, se tornou essencialmente urbana e aumentou para 64.854 pessoas segundo censo de 2000 do IBGE. A população flutuante de estudantes não é considerada, o que leva a prefeitura municipal a estimar em cerca de 80 mil o número total de habitantes, dos quais a metade é composta por estudantes. Cerca de 25% dos residentes são estudantes de outras cidades, estados e países ⁴⁴. Além da UFV, existem outras três instituições de ensino superior, todas privadas: a Faculdade de Viçosa, a Escola de Estudos Superiores de Viçosa e a União de Ensino Superior de Viçosa. Por essa razão, Viçosa é conhecida pelo lema de “cidade educadora”.

Embora localizada no interior do estado, tais fatores, aliados a características urbanísticas, composição étnica, diversidade cultural, existência de shopping centers, teatro, cinema, galerias de arte, museus, escolas e grupos artísticos, e espetáculos musicais conferem à cidade uma aparência cosmopolita. A economia da cidade gira em torno do setor de serviços, responsável por 68,3% de participação no Produto Interno Bruto. A indústria contribui com 28,2% e a agropecuária 3,3%. Do ponto de vista de arrecadação de tributos, Viçosa é uma cidade pobre, admite a prefeitura: “Como a atividade educacional não gera tributos diretamente, o município tem enormes dificuldades em cumprir o seu papel de prover uma boa infra-estrutura de serviços no nível das exigências desta população”⁴⁵.

⁴³ ibidem

⁴⁴ ibidem

⁴⁵ Ibidem.

5.2 A Universidade Federal de Viçosa

A cidade de Viçosa era apenas o centro de escoamento de uma microrregião produtora de alimentos e de uma região que via crescer seu setor agropecuário. O Estado de Minas Gerais, por sua vez, assistia ao incremento do setor como alternativa às atividades extrativistas, até então a riqueza do estado. E foi por esse motivo e por dispor de um terreno adequado, que o então presidente do Estado de Minas Gerais, Arthur da Silva Bernardes, assinou um decreto em 1922 criando a Escola Superior de Agricultura e Veterinária (ESAV).

Em 1926, o presidente da República, Arthur Bernardes, inaugurou o prédio principal da Escola Superior de Agricultura e Veterinária (ESAV), cujas atividades didáticas de ensino fundamental, médio e superior de engenharia agrícola começaram no ano seguinte. Desde 1921, estava no Brasil o professor da Escola de Agricultura da Universidade da Flórida, Peter Henry Rolfs, que veio convidado por Bernardes para criar em Minas uma instituição baseada em escolas similares dos Estados Unidos, que tivesse atuação baseada no ensino, pesquisa e extensão. Rolfs trouxe a filosofia dos "Land Grant Colleges", que se baseava nos princípios do 'Aprender fazendo e ciência e prática'. A ESAV preferiu o sistema de organização acadêmico estadunidense ao europeu: o calendário escolar semestral, a extinção das cátedras e criação do sistema de departamentos e a tríade Ensino, Pesquisa e Extensão.

A atuação na pesquisa e na extensão se caracterizou desde o início, pela criação da Semana do Fazendeiro (existente desde 1929) e da estação experimental em 1938. Em 1942, a antiga ESAV foi o núcleo original para a Universidade Rural do Estado de Minas Gerais, composta pela Escola Superior de Agricultura, Escola Superior de Veterinária, Escola Superior de Ciências Domésticas, Escola de Especialização (Pós-Graduação) e pelo Serviço de Experimentação e Pesquisa e do Serviço de Extensão.

Durante essas quase três décadas, a universidade adquiriu prestígio e em 15 de julho de 1969 a União a federalizou com o nome de Universidade Federal de Viçosa. A partir dos anos 1970, iniciou rápida expansão, incluindo a criação de cursos nas áreas exatas, biológicas e da saúde, humanas, letras e artes.

Mantém, além dos cursos de graduação e pós-graduação, o Colégio Universitário Coluni (ensino médio geral), o Laboratório de Desenvolvimento Humano (4 a 6 anos) e uma creche, que atende a crianças de 3 meses a 6 anos, quase todas filhas de servidores e estudantes da própria UFV. O campus de Paranaíba oferece cursos de graduação e o de Florestal oferece ainda ensino médio. Com o início dos processos de avaliação do ensino médio, o Coluni tem obtido grande destaque nacional, tendo sido a primeira colocada no

Exame Nacional de Ensino Médio (Enem) dentre as escolas públicas em 2007 ⁴⁶.

Apesar de situada no interior, a tradição de intercâmbio caracteriza a UFV. No final da década de 1950, a Universidade Rural do Estado de Minas Gerais (UREMG), por intermédio da Agência para o Desenvolvimento Internacional do Governo Norte -Americano(USAID) assinou um convênio com a Purdue University (Indiana, USA), que possibilitou a vinda de grande contingente de especialistas para instalação e funcionamento dos pioneiros cursos de pós-graduação na área de ciências agrárias no Brasil.

Herdada a tradição de acolher jovens de todo o país, oferecendo assistência alimentar e de saúde, a UFV mantém ainda hoje bolsas moradia (a alojamento interno) para 1.390 alunos, oferece através do Restaurante Universitário três refeições diárias, cerca de mil bolsas de apoio à pesquisa, extensão e bolsas a alunos carentes. A Divisão de Saúde promove a servidores e estudantes atendimento dietoterápico, enfermagem, exames laboratoriais, fisioterápico, médico, odontológico, psicológico, psicossocial e radiológico ⁴⁷.

O Sistema de Rádio e Televisão foi criado em 1992 por intermédio de uma fundação diretamente ligada à Reitoria, a Fundação Rádio e Televisão de Viçosa (Fratevi). Possui cerca de 50 servidores, sendo responsável por uma emissora de Rádio e uma de Televisão abertas, com alcance regional, tornando-se a única dentre as universidades públicas federais com emissora de tal porte. A TV Viçosa retransmite programação das TV's públicas "Cultura", "Brasil" e "Minas", com inserção de produtos locais de entretenimento e de jornalismo, assim como a Rádio Universitária. Em ambas as emissoras há a presença de estudantes do Curso de Comunicação Social.

A UFV tem como política tentar atrair alunos de excelente perfil curricular e adota como uma de suas estratégias realizar o concurso vestibular entre os dias 26 e 31 de dezembro a fim de não coincidir com a data de seleção de universidades públicas concorrentes. Outro instrumento é realizar vestibular em várias cidades mineiras, além de alguns municípios da Bahia, Espírito Santo, São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, mas a capital, Belo Horizonte, é a origem do maior número absoluto de candidatos ao vestibular, segundo informa a Comissão Permanente de Vestibular e Exames –COPEVE. (UNIVERSIDADE, 2008).

Esses fatores, aliados à tranquilidade de uma cidade com menos de 80 mil habitantes e distante de grandes centros, ampliaram a busca de candidatos de todas as regiões do país, mas

⁴⁶ <<http://www.ufv.br/coluni>>. Acesso em: 30 mai. 2008.

⁴⁷ <<http://www.ufv.br/proplan/ufvnumeros/numeros2007.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2008.

principalmente de Minas Gerais e de cidades de médio e de pequeno porte. A maioria dos estudantes (87,5%) veio de cidades acima de 100 km de distância de Viçosa, com 67,5% provenientes do próprio estado, seguido por São Paulo (15%), Espírito Santo e Rio de Janeiro (15%) e Bahia (2,5%)⁴⁸.

Além do currículo do ingressante, as condições de ensino e o rigor nos sistemas de avaliação forjam o perfil do egresso. A taxa de sucesso⁴⁹ na UFV é 0,69, a mesma da média brasileira e bem abaixo dos 0,84, média das universidades federais mineiras (GUERRA, 2006).

Em 2007, estavam matriculados 9.916 alunos em cursos de graduação, 1083 de Mestrado, 850 de Doutorado e 1072 no ensino médio e técnico, totalizando 12.921 estudantes. Para atender a esse público, a UFV dispõe de 2382 servidores e 815 professores no ensino superior e 78 no ensino médio⁵⁰. A estrutura departamental e sua localização geográfica, concentrada em um único campus na cidade de Viçosa, aliada à forma de gestão, conferem racionalidade a recursos humanos da UFV. O alto número de servidores é justificado pela existência de 519 laboratórios de pesquisa (QUADRO 2):

QUADRO 2
RELAÇÃO ENTRE PROFESSORES, ESTUDANTES E SERVIDORES DE
UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS EM 2004

	UFV	Média MG	Média Brasil
Aluno por professor	13,75	12,66	11,67
Aluno por servidor	3,69	6,37	6,82
Servidor por professor	3,75	2,66	2,14

Fonte: GUERRA, H. As universidades federais de Minas Gerais, 2006.

Como a maioria das universidades federais brasileiras, a UFV aderiu em 2008 ao Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni) e nos próximos anos ofertará novos cursos de graduação, dentre eles o de Medicina, Enfermagem e Ciências Sociais, licenciaturas em Ciências Biológicas, Física, Matemática, Química e Espanhol. Para tanto, a estimativa é que sejam admitidos até 2012 quase mil funcionários, entre professores e servidores técnicos administrativos. Entre 1998 e 2007, houve crescimento de 72% na oferta de vagas em cursos de graduação e, com o Reuni, estão previstas 3395 novas vagas de graduação e 191 de pós-graduação até 2012.

Em relação à titulação dos professores, a UFV tem um dos índices mais elevados de

⁴⁸ <<http://www.ufv.br/universidade/historia>>. Acesso em: 30 de mai. 2008.

⁴⁹ Número de diplomados dividido pelo número de ingressantes, prevalecendo o ano de suposta entrada destes.

⁵⁰ <http://www.ufv.br/proplan/ufvnumeros/numeros2007.pdf>. acesso em 30/5/2008

corpo docente em nível de pós-graduação. Em 2004, a média da UFV foi de 4,25 (o segundo melhor de Minas Gerais), enquanto que a média mineira é de 3,85 e a nacional é 3,49 (GUERRA, 2006). Todos os professores, inclusive alguns dos 60 substitutos, têm gabinete individual.

Desde os primeiros anos de sua fundação, a universidade sempre garantiu lugar proeminente no campo de ensino e pesquisa no setor das Ciências da Terra com grande participação de professores e pesquisadores estrangeiros. Dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) apontaram a UFV como a universidade cuja produção científica mais cresceu entre 2002 e 2007 (UNIVERSIDADE, 2008).

A UFV oferece 39 cursos de graduação na modalidade bacharelado, 11 na modalidade licenciatura; 30 programas de pós-graduação em nível de mestrado, 20 de doutorado e 12 de pós-graduação “lato sensu”; um curso de graduação à distância, dois superiores de tecnologia e oito na área tecnológica. Em 2004, havia 290 linhas de pesquisa na Pró-Reitoria de Pesquisa desenvolvidos por 30 departamentos e 550 laboratórios. A qualidade da pós-graduação ofertada pela UFV também pode ser medida por intermédio do conceito CAPES/MEC em comparação com outras universidades: 5,12 (a maior de Minas) enquanto a média mineira é de 4,25 e a brasileira 3,86 (GUERRA, 2006).

5.3 O Curso de Comunicação Social

O curso de Comunicação Social é um dos quatro lotados no Departamento de Artes e Humanidades (DAH), por sua vez inserido no Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCH). O CCH é o mais novo da UFV, composto ainda pelo Centro de Ciências Agrárias, Centro de Ciências Biológicas e da Saúde e Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas.

O CCH oferece o maior número de vagas no vestibular, de alunos matriculados e de cursos, a maior quantidade de alunos por professores e o pior índice de titulação em comparação com as outras áreas (QUADRO 3). Tal relação apresenta conseqüências no volume de pesquisas, atividades de extensão, parcerias e convênios com organismos nacionais e internacionais. Uma delas é a menor quantidade de recursos extra-orçamentários, de representação em órgãos colegiados, de bolsas de fomento à pesquisa e de aprovação de projetos para as ciências humanas e para os departamentos com menor nível de titulação docente.

QUADRO 3
QUALIFICAÇÃO DO DOCENTE POR ÁREAS DA UFV E RELAÇÃO ALUNO/PROFESSOR EM 2007

Área	N. de cursos	Titulação docente - em números absolutos					Total de professores	Relação aluno/professor	Custo em relação à UFV**
		Graduado	Especialista	Mestre	Doutor	Pós-doutor*			
Agrárias	7	1	0	14	204	33	219	11,03	1,08%
Biológica	5	4	2	27	145	9	178	7,73	1,40%
Exatas	14	14	4	51	146	15	215	12,56	0,99%
Humanas	15	19	7	76	83	2	185	17,06	0,86%
Total		38	13	176	588	59	874		

Fonte: UFV em números, 2008 e Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento

* Já incluídos na coluna "doutor"

** Ano base 2006. Não estão incluídas despesas gerais, como água, segurança, energia, telefone, etc.

Internamente, o CCH reproduz as disparidades em relação aos outros centros de ciências, nas condições de oferta dos cursos de História, Geografia, Dança e Comunicação Social/Jornalismo, lotados no Departamento de Artes e Humanidades. Os quatro cursos compartilham o mesmo departamento em função de terem sido criados na mesma ocasião e não haver, à época, condições administrativas e número de professores efetivos suficientes, entre outros motivos, para cada área adquirir autonomia administrativa departamental, como acontece em toda a UFV.

O curso de bacharelado em Comunicação Social foi criado em 2001 através da resolução do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, tendo as aulas começado em março daquele ano e a primeira turma se formado em janeiro de 2005. O primeiro docente efetivo foi contratado no final daquele ano e quando da formação da primeira turma havia três professores efetivos (mestres) e seis substitutos (apenas um deles com mestrado). Assim, devido ao perfil e ao acúmulo de funções dos professores efetivos, houve pouco investimento em pesquisas e extensão ao mesmo tempo em que a ausência de laboratórios tenha levado à quase inexistência de produção prática.

A desigualdade na distribuição de recursos internos na UFV e as condições inadequadas de oferta do curso de Comunicação Social criaram um ambiente de permanente tensão entre os corpos docente e discente, e a administração superior da instituição. Os estudantes tornaram-se mais reivindicativos e promoveram várias manifestações públicas - até então raras na quase centenária escola. Nesse contexto, como um dos resultados, foram forjadas lideranças entre as turmas de alunos do Jornalismo que, em pouco tempo, em comparação com outros cursos mais antigos, se elegeram para ocupar cadeiras eletivas em órgãos colegiados superiores e na direção do movimento estudantil, inclusive na coordenação-

geral (equivalente a presidente) do Diretório Central dos Estudantes (gestão 2006/2008). No terceiro ano de existência do curso, Viçosa sediou um encontro regional do Enecos (Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação Social), recebendo centenas de alunos de vários estados.

São oferecidas 40 vagas e regime de matrícula semestral em créditos, com tempo mínimo de 42 meses e máximo de 72, sendo a média 48 meses. A carga horária é de 2490 horas de disciplinas obrigatórias e 375 de optativas, totalizando 2865 horas. Desde sua primeira edição, o curso de Comunicação Social foi um dos mais concorridos entre os vestibulandos para a UFV, mas percebeu-se queda na procura desde 2001, quando houve o primeiro vestibular. Conforme mostra a TAB. 1, o índice caiu de uma relação de 37 por vaga para 15 por vaga em 2008 mas desconhecemos análises oficiais que justifiquem tal queda.

TABELA 1
RELAÇÃO CANDIDATO POR VAGA EM VESTIBULAR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UFV

Ano vestibular	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nº candidatos por vaga	37,6	21,30	26,40	24,73	21,93	19,98	17,10	15,85

Fonte: <http://www.copeve.ufv.br>

Em relação ao conjunto dos demais estudantes da UFV matriculados em 2006, o estudante de Comunicação Social frequentou mais a escola particular (67,5% contra 58,27%), os familiares têm renda familiar acima de R\$ 2.001,00 (55% contra 35,2%) e é formado predominantemente por mulheres (70% contra 48,59%)⁵¹. Em 2008, a maioria (55%) dos estudantes matriculados foi do sexo feminino, enquanto a média geral da UFV foi 49,72% (UNIVERSIDADE, 2008).

Às vésperas da formatura da primeira turma de Jornalismo, em dezembro de 2004, a comissão de avaliadores do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) do Ministério da Educação (MEC) esteve em Viçosa para averiguar as condições de oferta do curso, basicamente em relação ao projeto político pedagógico, instalações e equipamentos, produção acadêmica e corpo docente.

O relatório dos avaliadores afirma que, em relação à administração acadêmica, a “atenção aos discentes é o indicador que demanda maior investimento por parte da IES” (FERREIRA & GOMES, 2004, p. 5), pois a UFV dispõe de boas e efetivas políticas de atenção aos discentes, mas não atingem aos estudantes de Jornalismo. O relatório ressalta a

⁵¹ ibidem

“pressão” dos estudantes para que o curso recebesse novos equipamentos e instalações para os professores.

Também mereceram críticas o projeto pedagógico do curso, a sobrecarga de trabalho e a atuação docente, o acervo bibliográfico específico para a área, as instalações, equipamentos e falta de funcionários para os laboratórios. À época, havia no curso três professores mestres (sendo um recém-admitido e que não constava na planilha enviada pela UFV ao MEC em meados daquele ano) e cinco substitutos, dos quais um mestre. Os avaliadores ressaltaram a “incipiência” de atividades de prática profissional com pouca ou nenhuma produtividade laboratorial (FERREIRA & GOMES, 2004).

Apesar da baixa titulação e experiência docente, e das críticas aos demais itens, o curso recebeu o conceito “bom” para organização didático-pedagógica, “muito bom” para a qualificação do corpo docente e “bom” para as instalações. O resultado foi devido principalmente à infra-estrutura geral da UFV e da titulação dos professores de outros departamentos que ministram para a Comunicação Social disciplinas introdutórias e não da área, como Economia, Filosofia e Psicologia, entre outras.

5.4 Jornal Estado de Minas

Fundado em 7 de março de 1928, pelos jornalistas mineiros Juscelino Barbosa, Álvaro Mendes Pimentel e Pedro Aleixo, após adquirirem o patrimônio do Diário da Manhã. Um ano depois o jornal Estado de Minas (EM) foi comprado por Assis Chateaubriand e incorporado aos Diários Associados. Nessa época, formato tablóide, 12 páginas e tiragem de cinco mil exemplares. O EM ainda pertence ao Condomínio Diários Associados. Ao morrer, Chateaubriand legou a seus funcionários a herança dos jornais, emissoras de Rádio e Televisão espalhados por todo o país. Em uma fórmula pouco usual para os padrões brasileiros, em que as empresas de mídia são controladas pelas famílias, nos Diários Associados a presidência é exercida em forma de rodízio e por eleição entre seus condôminos. Os controladores são sócios-cotistas, com participação na gestão e nos lucros, segundo Magalhães (2005).

Mais antigo entre os principais jornais do Estado, o EM se autodenomina “o grande jornal dos mineiros” e se caracteriza por uma linha editorial conservadora, de defesa dos interesses do Estado e de seus governadores. Por ter permanecido desde os anos de 1940 como líder incontestado entre os demais jornais mineiros (entre 1970 e 1988 foi praticamente o único diário de circulação estadual), o EM acabou se consolidando como a principal

referência de leitura sobre notícias de Minas Gerais.

França afirma que a trajetória do EM seja marcada pelo enraizamento territorial e pela busca do vínculo com o “sentimento mineiro”. Para França, desde sua fundação houve a preocupação de marcar a identidade como jornal “comprometido com os interesses do Estado” (FRANÇA, 1998, p.108). A autora acrescenta que o EM sempre mirou em princípios morais e em valores conservadores e tradicionais, talvez um espelho da sociedade mineira, permeando a política editorial e a linguagem. No entanto, vários autores relatam históricas relações de troca de favores do Estado de Minas com grupos do poder econômico e político que se revezaram ao longo das últimas décadas no Palácio da Liberdade, sede do Governo estadual (FRANÇA, 1998; CARRATO, 1997; OLIVEIRA, 1996).

Em 2006, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Minas Gerais protestou formalmente contra o que denominou controle da informação por parte do Palácio da Liberdade e denunciou o EM, entre outros veículos, como cúmplice do cerceamento à liberdade de imprensa patrocinado por setores empresariais do Estado e pelo governo estadual e – que negou as acusações⁵².

Nas últimas décadas, o único momento duradouro de rompimento com o chefe do Executivo estadual foi na década de 1980 com o então governador Newton Cardoso em função de receitas publicitárias. Pela primeira vez, o EM partiu para forte oposição à administração e, em revide, Newton Cardoso criou o jornal Hoje em Dia para se defender dos ataques do EM, naquela época o único diário com circulação estadual (CARRATO, 1997).

O Hoje em Dia iniciou sua circulação em 11 de novembro de 1988 com um projeto gráfico e editorial moderno e inspirado no estadunidense USA Today. Três anos depois, fora do Palácio da Liberdade, Newton Cardoso vendeu seu jornal para a Igreja Universal do Reino de Deus, a quem ainda pertence.

O EM desencadeou a criação de outro concorrente também após atritos políticos, quando publicou uma série de reportagens acusando o empresário e deputado federal V itório Medioli de negócios irregulares e insinuando ligações criminosas (CARRATO, 1997). Em dezembro de 1996 nasceu O Tempo. Com um moderno parque gráfico, Medioli edita ainda o Pampulha, semanário de distribuição gratuita, e o Super Notícias, tablóide popular líder nesse segmento em Minas Gerais.

Entre os *quality papers*, o EM é o periódico de maior tiragem no Estado. É também o de melhor estrutura, com 174 jornalistas trabalhando em 2006. Em 2007, os três principais

⁵² ‘Palácio contra a Liberdade’, Jornal Pauta, 8 de julho de 2004.

jornais mineiros não disponibilizavam tiragens auditadas pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). A tiragem média diária do EM é de 75 mil exemplares durante os dias de semana e 120 mil aos domingos, dos quais 65% circulam na Grande BH, 33% em 702 cidades do interior do Estado⁵³ e 2% para outras localidades. São Paulo tem média diária de assinatura de 39 exemplares e 124 exemplares de venda avulsa; Rio de Janeiro tem média diária de assinatura de 36 exemplares e 34 de venda avulsa; e Distrito Federal tem média diária 71 exemplares de assinatura e 98 avulsos. A tiragem média mensal do Hoje em Dia é de 71 mil exemplares (ESPÍRITO SANTO, 2006).

Com formato *standard* (32 cm de largura por 56 cm de altura), o EM se apresenta graficamente com as editorias Política, Nacional, Internacional, Gerais (assuntos locais e do interior), Opinião, Cultura, Economia, Agropecuário, Esportes, Classificados e os cadernos semanais Veículos, Feminino & Masculino, Informática, Lugares/Turismo, Televisão, Divirta-se, Pensar, Gurilândia, Bem Viver e, eventualmente, com cadernos especiais. Segundo França (1998), o Estado de Minas é um jornal de informações gerais que

abre espaço para as informações de cunho mais sensacionalista, para crônicas, comentários. Jornal eclético, ele aborda também a especialização e se aproxima assim, em alguns aspectos, da imprensa semanal, o que, aliás, é compatível com seu leitorado e com o tipo de leitura feita com predominância da leitura aos domingos (FRANÇA, 1998, p.129).

De acordo com Espírito-Santo (2006), este é o perfil dos leitores do Estado de Minas:

Sexo: 48% dos leitores são homens, 52% mulheres;
 Classe social: 28% pertencem à classe social A, 40% à classe B, 26% à classe C e 7% às classes D e E;
 Faixa etária: 11% têm entre 15/19 anos, 30% entre 20/29 anos, 20% entre 30/39 anos, 18% entre 40/49 anos e 22% acima de 50 anos;
 Grau de instrução: 7% têm primário incompleto/completo, 11% ginásio incompleto/completo, 43% colegial incompleto/completo e 39% superior incompleto/completo.
 Renda familiar mensal: 30% até cinco salários mínimos, 22% de cinco a dez SM, 14% de dez a 20 SM, 6% de 20 a 30 SM e 6% acima de 30 SM; 27% não declararam a renda.

Como se vê pelo perfil dos leitores, o EM é um jornal que atende às camadas sociais mais elitistas do Estado. Nesse segmento, continua a ocupar o primeiro lugar em tiragem em

⁵³ Minas Gerais tem 853 municípios.

Minas Gerais, perdendo apenas para o SuperNotícia, do grupo Sempre Editora ⁵⁴. O grupo que edita o EM é uma empresa financeiramente sólida, com cerca de 1.500 funcionários no Estado, e da qual fazem parte os jornais Estado de Minas, Diário da Tarde e Aqui, a Rádio Guarani e as TV's Alterosa (retransmissora do Sistema Brasileiro de Televisão), Minas Sul, Tiradentes, Divinópolis, a Alterosa Cine Vídeo e o provedor de acesso à internet UAI. Em todo o Brasil, o grupo Diários Associados é composto, segundo Espírito-Santo (2006), “por doze jornais, sete emissoras de Televisão, treze de Rádio, três provedores de acesso à Internet, uma produtora de cine e vídeo, uma empresa de informática, uma agência de notícias, uma fundação, um teatro, que empregam quase sete mil profissionais”. Tendo contextualizado o cenário de nosso estudo, discutiremos no próximo capítulo o papel ativo do leitor.

⁵⁴ A circulação diária média do EM (que não divulga sua tiragem) em 2004 foi 75 mil exemplares, segundo Magalhães (2005) enquanto que o Supernotícia circulou em junho de 2008 com 298 mil cópias diárias em média (Folha de São Paulo, 10 agosto de 2008; disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1008200824.htm>>

6 MORADORES E ESTUDANTES EM GERAL

Nos capítulos seis e sete apresentamos os passos metodológicos que adotamos para o estudo de caso de comportamento informacional e o experimento de evocação de notícias junto aos moradores, estudantes de diversos cursos de graduação e estudantes de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. Explicitamos as técnicas e instrumentos de coleta de dados, discutimos brevemente os instrumentos e métodos de análise e descrevemos e analisamos os dados obtidos.

Alguns autores sugerem a realização de pré-teste ou piloto a fim de verificar as entrevistas, roteiros e confirmar perguntas com o objetivo de verificar a eficiência das técnicas. Partindo dos pressupostos discutidos nos capítulos anteriores e a fim de testar as hipóteses formuladas em nossa pesquisa de doutoramento, realizamos a checagem dos instrumentos para o mapeamento informacional com a coleta de dados e o experimento de leitura com moradores e estudantes de Viçosa durante o primeiro semestre de 2007 .

A unidade da amostra acidental⁵⁵ foi dividida entre “moradores” e “estudantes”, sendo os primeiros formados por não estudantes residentes na cidade e sem vínculos com a UFV e os demais por estudantes de graduação de vários cursos da UFV. Excetuamos os alunos de Comunicação Social a fim de diminuir a possibilidade dos riscos decorrentes da coleta de dados entre amigos, mas, principalmente, por entendermos tratar-se de leitor especializado, diferenciando-se dos demais. Os dois grupos se submeteram ao mesmo processo. Observamos o comportamento informacional de 40 estudantes e 40 moradores, totalizando 80 pessoas. Na segunda fase, não foram localizados dois moradores dentre aqueles que leram as notícias do jornal Tribuna Livre.

Utilizamos instrumentos para coleta de dados de acordo com as etapas da pesquisa, que compreendeu os momentos de produção, veiculação e recepção de notícias. No entanto, como o objetivo central era observar o comportamento informacional e evocação de notícias, centralizamos nossa pesquisa nos postulados teóricos e estudos sociocognitivos de Dervin (1983), Dervin et al (1999) e de Van Dijk (1990; 2002), realizando adaptações necessárias ao universo de pesquisa estudado.

⁵⁵ “Amostra não-probabilística composta de elementos da população retidos unicamente em virtude de sua presença no momento em que se tinha necessidade” (Laville & Dionne, 1999, p.331).

Com o objetivo de conhecer os veículos a serem objeto de experimento – e dada a inexistência de estudos sobre os jornais locais, mapeamos duas edições de cada publicação, identificando categorias comunicacionais mais presentes nos jornais objeto da pesquisa. A primeira etapa constou da caracterização do ambiente informacional dos leitores do município.

Há três jornais impressos na cidade. A Folha da Mata (FM) é o mais tradicional, tendo sido fundado em 20 de outubro de 1963, com tiragem semanal de cerca de 4 mil exemplares, segundo seu editor, e circula normalmente com 20 páginas em formato tablóide. O Popular (OP) tem três anos de existência, é de distribuição gratuita, possui o formato duplo ofício e apresenta tiragem quinzenal de 6000 exemplares, segundo seu editor. Com uma tiragem média de 3.800 cópias, também segundo o editor, a Tribuna Livre (TL) foi criada em 1985, e circula com 20 páginas semanalmente. O diário Estado de Minas (EM) também foi objeto de pesquisa por ser o jornal mais lido entre os “estrangeiros” que circulam na cidade e por trazer eventualmente notícias de interesse regional. Partimos do pressuposto, apontado por pesquisas realizadas por Van Dijk (1990), da inexistência de alterações no experimento em função de se utilizar como objeto um jornal popular ou de maior qualidade.

Através da primeira incursão em campo, confirmamos a validade da técnica MQI para a leitura, checamos a coerência e a seqüência dos itens estruturados, compreensão das questões propostas, detectamos problemas na coleta de dados, aferimos os instrumentos de análise quantitativa, validamos sua neutralidade e estabelecemos um banco de dados para posterior comparação com o experimento realizado com o universo dos estudantes de Comunicação Social. Observamos ainda o tempo utilizado para a realização do levantamento, dificuldades e barreiras para a experiência da evocação de notícias, categorização das respostas e comentários críticos e sugestões para o aprimoramento da pesquisa.

6.1 Metodologia

Antes de partir para os trabalhos empíricos, organizamos uma equipe de pesquisadores composta por estudantes da disciplina Introdução ao Jornalismo. Promovemos em sala de aula leituras a respeito do Sense-Making e da MQI, enfatizando o caráter qualitativo do experimento que iríamos desenvolver. Além de liderar, supervisionar e conferir o andamento de todas as etapas do trabalho, participamos ativamente do experimento. Com o a quase totalidade do grupo era composta por estudantes recém-chegados a Viçosa, houve necessidade

de conhecerem o mais rapidamente possível o objeto de estudo e o universo informacional da cidade. Desse modo, o trabalho de campo foi organizado em quatro etapas:

- (1) estudo morfológico;
- (2) investigação da rotina de produção de uma notícia por intermédio da técnica de observação⁵⁶;
- (3) identificação da linha editorial dos veículos por intermédio da análise dos textos noticiosos e da linguagem jornalística e
- (4) caracterização do comportamento informacional com aplicação de questionários visando observar a influência do ambiente na evocação de notícias.

Para atender aos objetivos, dividimos os 40 alunos-pesquisadores em oito equipes tendo cada uma delas nomeado um líder. Embora cada grupo tivesse sua área de trabalho, incentivamos a participação em mais de um grupo, o que efetivamente ocorreu. Cada equipe ficou responsável por redigir um relatório técnico de pesquisa e cinco alunos ficaram responsáveis por acompanhar o andamento das fases anteriores, recolher e analisar criticamente os relatórios de cada equipe, comparar dados, preencher uma tabela geral e redigir o texto final.

Primeira fase – Para classificar categorias comunicacionais, gêneros e formatos jornalísticos utilizamos o referencial adotado pela Cátedra Unesco de Jornalismo e Universidade Metodista de São Paulo (Seminário de Ciência da Comunicação – Identidade da Imprensa Brasileira no limiar do século XXI)(UNIVERSIDADE,___). Foram medidos em centímetros quadrados todos os espaços destinados às categorias “Jornalismo”, “Publicidade”, “Lazer” e “Educação”. O Jornalismo foi dividido nos gêneros “Informativo” e “Opinativo”, tendo cada gênero sido subdividido respectivamente nos formatos “Notícia”, “Nota”, “Reportagem”, “Entrevista”, “Serviço”, e “Artigo”, “Editorial”, “Coluna”, “Carta”, “Charge”, “Comentário” e “Crônica”. Nesta fase foram escolhidas as edições de 25 e 31 de maio de 2007 (EM), 25 de maio e 1º de junho de 2007 (TL), 10 e 24 de maio de 2007 (OP) e 25 de maio e 1º de junho de 2007 (FM).

Segunda fase - A investigação da linha editorial foi realizada segundo método comparativo entre os veículos e seguindo um roteiro de perguntas e questões previamente preparadas. Selecionamos duas edições de cada jornal local (TL: 25 de maio e 1º de junho de 2007; OP: 24 e 10 de maio de 2007 e FM: 25 de maio 1º de junho de 2007) e de cada edição

⁵⁶ “Técnica de pesquisa pela qual o pesquisador examina sistematicamente, guiado por uma pergunta ou uma hipótese, um acontecimento, um fenômeno ou uma situação” (Laville & Dione, 1999, p.335).

foram extraídas três notícias preferencialmente cujo assunto tivesse sido comum aos três veículos, totalizando 18 matérias.

Analisamos cada uma das matérias, observando os seguintes tópicos: imparcialidade, neutralidade, objetividade, estrutura textual, correção gramatical e respeito ao código deontológico da profissão. Ainda dentro desta etapa, realizamos outro estudo com relação às matérias de destaque, se as pautas contemplavam o interesse público, observamos a prática do fotojornalismo, o discurso jornalístico, a precisão das informações, a fidelidade ao fato, a qualidade na apuração da notícia, a profundidade do tema exposto, além da tentativa de identificar o posicionamento político do jornal.

Terceira fase – Em uma adaptação da técnica de observação, a terceira equipe acompanhou o processo de produção noticiosa, observando neutramente a captação das informações, o desenvolvimento e a finalização das notícias. Este “mergulho” na rotina de produção demonstrou-se de grande importância, quando foi realizado um seminário em que os grupos se reuniram para compartilhamento de saberes antes de partirmos para a próxima e principal fase, em que investigaríamos o comportamento informacional.

Quarta fase - A maior parte do grupo de alunos (equipes “4”, “5”, “6” e “7”) se responsabilizou por pesquisar a recepção das notícias entre a população de Viçosa através da aplicação de questionários semi-abertos. Esta última fase foi dividida em três momentos:

a) aplicação do formulário em que se buscava delinear o perfil do leitor e seu ambiente informacional (APÊNDICE A);

b) leitura de notícias veiculadas na última edição de um dos jornais selecionados (ANEXO A);

c) quatro semanas depois, entrevista para investigação de evocação das citadas notícias.

De cada jornal selecionamos quatro notícias com o seguinte escopo: temas não coincidentes entre si, mas com variedade de editorias (Esporte, Política, Local e Educação/Ciência), matérias com tamanho máximo de 2100 caracteres, assuntos locais e nacionais, notícias recentes e preferencialmente estruturadas com lide e Pirâmide Invertida e, quando possível, que tivesse sido publicada em mais de um jornal. Assim, foram selecionadas as seguintes notícias (ANEXO A):

Folha da Mata

N1: *Jornalista apresenta projeto de Educação Ambiental à CMV* ;

N2: *Lavrador assassina enteado com um tiro no peito* ;

N3: *Servidores das Federais param dia 28 e*

N4: *Drogas em Viçosa chegam a cavalo* ;

Tribuna Livre

N1: *Contador denuncia Raimundo por Caixa 2* ;

N2: *Alzheimer pode ser evitado com proteína* ;

N3: *Patrimônio histórico de Viçosa é tema de mostra e*

N4: *Conquista dupla no atletismo* ;

O Popular

N1: *População é contra o nepotismo* ;

N2: *Extinta a unidade da Receita Previdenciária de Viçosa* ;

N3: *Empresários estão preocupados com a insegurança pública e*

N4: *Novo presidente da CNBB* ;

Estado de Minas

N1: *Deputada processa Clodovil* ;

N2: *Choradeira espanhola* ;

N3: *Aquecimento Global deve criar um bilhão de refugiados e*

N4: *Gêmea sofre hemorragia* .

Para cada jornal aplicamos vinte entrevistas, sendo dez estudantes e dez moradores da cidade. Entrevistamos os moradores nos dias 17 e 18 de maio de 2007 na rua Arthur Bernardes, entre as praças do Rosário e Silviano Brandão, no trecho conhecido como “Calçadão”. Com os estudantes foram realizadas no campus da UFV (nas dependências ou próximo à Biblioteca Central e ao Restaurante Universitário, locais onde presumivelmente haveria maior disponibilidade de tempo dos entrevistados) ou ainda em suas residências. A amostragem foi acidental, explicando aos possíveis entrevistados o objetivo da pesquisa, o tempo provável a ser despendido e a preservação de seu anonimato. Nesse momento era verificado ainda se o entrevistado atendia aos pré-requisitos de seleção: que não tivessem lido as notícias daquela edição (o que contaminaria o resultado), disponibilidade de cerca de 25 minutos e concordância em serem novamente entrevistados no mês seguinte (mas não revelamos que seria para evocação).

Metodologicamente, foram adotados os seguintes procedimentos (e nesta sequência):

1) Preenchimento do Questionário 1 (APÊNDICE A) contendo as seguintes variáveis: perfil do leitor, envolvimento social, autodefinição socioeconômica, hábito de leitura, credibilidade dos jornais, decodificação crítica e identificar “situação” e “lacuna/necessidade de informação”.

2) Cada entrevistado leu as matérias N1 e N2 de determinado jornal, tentando aproximar-se ao ritmo de leitura que faria em situações rotineiras, sem marcá-las ou fazer anotações. Imediatamente tais notícias foram recolhidas.

3) Fornecemos então as matérias N3 e N4 mas agora pedindo -se que marcassem com o traço (/) a lápis ou caneta imediatamente após a leitura de uma expressão ou frase que

despertasse questionamento, desejo de esclarecimento, dúvidas ou quaisquer outras questões que julgassem, a seu critério, de alguma relevância. Obedecendo à técnica Message Questioning Interview, cada uma das marcações deveria ser pontuada em escala de 0 (sem importância) a 5 (muito importante), em critério de importância para o usuário (e segundo seus próprios critérios).

4) Solicitamos que comentassem as motivações para o registro “/” de maior pontuação. Os entrevistadores puderam optar por gravar o comentário para posterior transcrição.

5) Após 30 dias, os entrevistados foram abordados pessoalmente ou por telefone e indagados sobre as quatro matérias lidas no mês anterior.

Ao final de cada etapa os dados foram reunidos e agrupados em tabelas que compuseram um panorama, possibilitando o cruzamento dos blocos de dados que remetiam a “ambiente informacional”, “credibilidade”, “decodificação crítica”, “envolvimento social”, “lacuna” e “evocação” (APÊNDICE F).

6.2 Perfil dos jornais

O objetivo principal deste trabalho era mapear o ambiente informacional e a evocação de notícias, mas antes descreveremos brevemente o perfil dos jornais. Como esperado, em todos os jornais predomina a categoria comunicacional Jornalismo em detrimento de “Publicidade”, “Educação” e “Lazer”, sendo que O Popular (certamente por ser gratuito e ter entre os anúncios sua única fonte de recursos) apresentou o maior volume, com 30% da margem impressa vindo em segundo a Folha da Mata com 14%.

O gênero Informativo prevalece sobre o Opinativo nos quatro jornais analisados, e a Tribuna Livre apresenta a maior proporção (82,26%). Confirmamos também a hipótese de que dentre os formatos nos quais se subdividem o gênero Informativo, o principal é a Notícia, representando 43,5% do jornal Estado de Minas.

Ao mesmo tempo em que existem certas semelhanças, há diferenças significativas quanto à abordagem de assuntos públicos. Em relação aos outros dois jornais locais, na TL percebe-se maior postura crítica na cobertura política e linguagem mais popular, enquanto que o jornal FM tem linha editorial mais comedida, buscando um pouco mais de profundidade e contextualização. Em OP, inteiramente produzido por um jornalista apenas, há pouca presença de material próprio, que se estrutura em torno de *releases* e artigos opinativos.

Os proprietários são também os editores e exercem controle direto sobre a pauta e sobre o fluxo de notícias publicadas. Os três jornais utilizam uma estrutura semelhante no âmbito do tratamento e disposição de notícias, sendo essas curtas e restritas, não havendo uma ampliação do assunto com pesquisa e reportagem, por exemplo.

6.3 Ambiente informacional

Em relação à leitura de mídia impressa preferida pelos entrevistados não houve grandes preferências mas pôde-se observar uma leve predominância para os jornais locais por parte dos moradores e, pelos estudantes, a citação dos jornais Folha de São Paulo e Estado de Minas e entre as revistas nenhuma se destacou, tendo sido citadas a Veja, Super Interessante e Isto É, entre outras.

Os estudantes assistem um pouco mais a telenovelas que os moradores e a Televisão e o Rádio são mais utilizados para entretenimento do que Jornalismo. Não houve entre os entrevistados quem citasse espontaneamente e com acerto algum programa jornalístico em rádio viçosense, o que atenta para a precariedade desta importante ferramenta de comunicação jornalística na cidade.

Comprovou-se que os estudantes têm maior acesso e tempo de uso da mídia Internet enquanto que a relação se inverte quando perguntados sobre audiência a emissoras de Rádio e Televisão. No webjornalismo predominaram os sites UOL e Globo.com e no entretenimento na Internet foram citados Orkut, MSN e Youtube. Entre os estudantes a principal justificativa para não assistirem a programas de Rádio ou lerem jornais foi “falta de tempo”, enquanto que os moradores debitaram à falta de recursos financeiros e de acesso à Internet.

O questionário revelou ser alta a credibilidade que os usuários depositam nos jornais. Na escala de “1” (“totalmente desacreditado”) ao máximo de “5” (“confio plenamente”), predominaram 3 (“confio às vezes”) e 4 (“confio quase sempre”). Quando perguntados sobre a qualidade dos jornais impressos e *on line* que efetivamente lêem, predominou a avaliação entre “razoável” e “excelente” tanto da qualidade quanto da quantidade nos dois veículos e nos dois grupos de leitores. Esse resultado, que se repetirá no estudo com estudantes de Comunicação Social, demonstrou, de maneira geral, ser baixa a decodificação crítica do material jornalístico consumido pelos dois grupos.

Considerando a estrutura socioeconômica do país, a quase totalidade dos entrevistados julga-se “prejudicada” pelo sistema econômico (cerca de 80% entre os leitores dos quatro jornais). Pode-se notar, entretanto, que entre os poucos que se vêem como “favorecidos” pelo

sistema econômico, a maior parcela está situada entre os estudantes, provavelmente por cursarem ensino público superior. Os pesquisadores detectaram dificuldade dos entrevistados em assumir uma das opções sendo que vários reclamaram da inexistência de uma opção intermediária. A maior dificuldade encontrou-se entre os moradores de menor recurso econômico, o que nos permitiu manter a pergunta tal como foi elaborada para a pesquisa de campo posterior.

Entre os dois grupos houve grande destaque para envolvimento em igrejas e movimentos religiosos, enquanto que os menos citados foram “agremiação política”, “sindicato” e “associações de classe”. Prevaleceu ainda o interesse declarado por artes e cultura sendo que entre os moradores pôde-se ainda destacar a preferência por assuntos locais. Embora tenha sido explicada, alguns usuários não entenderam exatamente a questão, o que nos levou a excluir a segunda parte deste bloco (“enumere, em ordem crescente, os assuntos que você efetivamente lê”) para a investigação seguinte.

6.4 Comportamento informacional e evocação de notícias

Estávamos cientes de que o estudo piloto e de natureza qualitativa teria como principal objetivo a aferição do método de coleta de dados, inteligibilidade das perguntas contidas no questionário, a confirmação das variáveis, visando à pesquisa doutoral, mas também atenderia a eventuais comparações com o próximo universo a ser submetido a semelhante experimento. Dada a pouca existência de pesquisas com semelhante escopo, preparamo-nos para o surgimento de dados que à primeira vista pareceriam pouco consistentes ou mesmo surpreendentes. Entendíamos que as entrevistas e a leitura dos textos, visando à análise de comportamento informacional trariam, mais que resultados, indícios e pistas a serem perseguidas em experimentos futuros.

No entanto, pudemos confirmar alguns dos pressupostos resultantes de pesquisas já realizadas por Dervin e Van Dijk. De uma maneira geral, pode-se afirmar a partir dos resultados obtidos, haver uma leve predominância na qualidade de evocação entre os leitores que têm maior variedade de fontes (como o webjornalismo) e amplo volume de informações de conteúdo jornalístico. Por outro lado, é baixa a qualidade da evocação das notícias. A quase totalidade dos entrevistados lembrou-se vagamente do assunto tratado nas notícias lidas no mês anterior e dentre esses a maioria recordou-se apenas de alguns elementos do lide, principalmente do fato em si, de “o quê”, ao contrário dos experimentos realizados por Van Dijk (1990), que apontaram “quem” e “onde” como elementos melhor evocados. Quando

insistíamos na pergunta, os usuários se esforçavam para lembrar ao menos o assunto da notícia e, muitas vezes, incorreram em erros.

Comprovamos ainda a existência de estreita relação entre qualidade de evocação e leitura com marcação de texto. Em todos os quatro jornais analisados e entre os dois grupos de leitores prevaleceu melhor recordação dentre aquelas notícias marcadas com o traço “/” mesmo entre leitores que sequer comentaram aquela marcação de maior pontuação. O comentário posterior a respeito de algum aspecto intrínseco da notícia reforça a formação de opinião e atualização de superestrutura, favorecendo a evocação no mês seguinte. Nesse caso, o comentário interfere na pesquisa sobre os elementos do lide evocados e o consideramos necessário para objetivar lacunas, pontes e necessidade de informação.

A variável “hábito de leitura” foi central para esta pesquisa (remete à importância da leitura para a formação do futuro profissional de comunicação), mas não houve resposta conclusiva, pois ocorreu grande variedade nas respostas entre os leitores dos quatro jornais assim como entre os dois universos pesquisados (moradores e estudantes). Entendemos que a falha possa estar localizada na autenticidade da resposta, ou seja, as pessoas têm constrangimento de declararem pouco hábito de leitura, como incultas ou desinformadas já que a prática da leitura esteja socialmente associada à sofisticação cultural. Alguns entrevistados afirmaram ler duas vezes por semana um jornal que, na realidade, é semanal, como o estudante HJS. É razoável supor que, se estudantes de cursos diversos e moradores de Viçosa constrangeram-se a admitir pouco hábito de leitura, também haveria no experimento com estudantes de Comunicação Social.

Chegamos a um impasse. Se a identificação do usuário constrange a resposta, por outro lado é necessária para o posterior cruzamento entre a qualidade evocativa de determinado leitor e seu perfil de decodificação, hábito de leitura, envolvimento social e credibilidade. Desse modo, nos restaria a aposta de que seriam sensibilizados pela importância da sinceridade nas respostas para o avanço nos estudos da área, para o curso na UFV, além de reforçar a garantia do anonimato. Decidimos então utilizar apenas o número da matrícula para as fases seguintes da pesquisa.

6.5 Resultados

De uma maneira geral, registramos leve predominância dos estudantes quanto à quantidade de evocação, pois, segundo a teoria sociocognitiva, melhor educação e variedade de fontes influem positivamente. Outra explicação é o hábito de leitura de textos

metalingüísticos e o ambiente de leitura em que o estudante esteja inserido, favorecendo a assimilação e acúmulo de informações a respeito de determinados assuntos objeto de reportagem, como “Jornalista apresenta projeto de Educação Ambiental à CMV”, “Alzheimer pode ser evitado com proteína”, “Patrimônio histórico de Viçosa é tema de mostra”, “Aquecimento Global deve criar um bilhão de refugiados” e “Gêmea sofre hemorragia” (ANEXO A).

“Webjornalismo” - O experimento demonstrou haver uma ligeira vantagem para evocação de notícias entre aqueles usuários que têm hábito de ler jornais na Internet. No entanto, esse resultado deve ser melhor explorado a fim de detectarmos se a qualidade da evocação não estaria mais (ou também) relacionada a outros fatores como poder aquisitivo e padrão cultural.

“Rádio” - Assim como nos itens anteriores, não podemos afirmar definitivamente haver influência entre audiência a programas de Rádio e evocação de notícias.

“Televisão” – Dentre o grupo que leu as notícias do jornal TL: quanto mais tempo o receptor despende com audiência televisiva, menor foi a evocação de notícias lidas. Entre os que usuários que foram submetidos à leitura do jornal OP, tiveram pior desempenho evocativo aqueles que despendem mais tempo assistindo a programas de entretenimento. No entanto, para os demais usuários e mídias não houve alterações com a introdução dessa variável.

“Assuntos preferidos” - Entre os moradores, os que mais se lembraram corretamente das notícias lidas no mês anterior foram aqueles que haviam declarado preferir assuntos como artes e cultura e esportes, enquanto os estudantes que tiveram melhor desempenho foram os que preferem assuntos locais. A matéria marcada através de MQI melhor evocada pelos estudantes foi a que se referia à greve dos servidores da UFV enquanto a que tratava de projeto ambiental se destacou entre as apenas lidas aleatoriamente. Nesse caso, o resultado demonstra que quanto maior o nível de interesse direto do leitor, maiores as chances de evocação, pois, exemplificando, a paralisação dos servidores (FM, N3) significa funcionamento parcial da biblioteca, restaurantes, laboratórios, etc. No segundo caso, alguns conheciam pessoalmente o autor do projeto ambiental, o jornalista viçosense Geraldo Andrade.

“Autodefinição socioeconômica” – A pesquisa piloto não detectou significativas mudanças na qualidade de evocação entre os dois grupos pesquisados quando introduzida a variável.

“Credibilidade e qualidade” – Apenas entre os entrevistados que leram as matérias publicadas na *TL* houve alteração no resultado quando do cruzamento das lembranças com as variáveis credibilidade e qualidade do noticiário. Nes ses casos, os usuários que declararam ter maiores restrições à credibilidade dos jornais e os mais insatisfeitos com a qualidade do Jornalismo foram exatamente os que melhor evocaram as notícias lidas no mês anterior. Entre os usuários que leram notícias dos outros três jornais a pesquisa não apontou diferença significativa.

“Erros de informação” – Quando estimulados a se lembrarem livremente das notícias, foram verificados erros de informação e outras foram acrescentadas ao material original. Em ambas as situações, o maior número e maior gravidade de equívocos foram cometidos por moradores e entre os usuários que apenas leram as notícias, sem marcá -las. O “quem” foi o elemento do lide mais sujeito a erros, com freqüente troca do sujeito da ação.

“Elementos do lide” - Entre os seis elementos do lide (quem, quando, onde, o quê, porquê e como), o “o quê” foi o mais lembrado pelos leitores dos quatro jornais, tanto entre aqueles que leram espontaneamente as notícias quanto os que marcaram o texto através da técnica MQI. O “onde” também teve destaque provavelmente devido ao fato de 62% das notícias se remeterem a Viçosa.

Os leitores da Folha da Mata que marcaram o jornal conseguiram recordar além de “o quê” do lide a narração do acontecimento (como), as motivações desse (por que) e o espaço temporal estabelecido (quando). Os leitores da Tribuna Livre que marcaram os textos, além de “o que” e “onde”, ampliaram a recordação com o elemento “por quê” enquanto os leitores que marcaram O Popular recordaram-se “onde”, “quem” e “como”. Já as duas formas de leitura de o Estado de Minas não apontaram diferenças. Assim como os estudos de Van Dijk, não houve divergências significativas entre os três jornais e o EM em funçã o das propostas editoriais. Como resultado geral, parece haver indícios de que algumas diferenças de recordação entre os elementos do lide possam estar ligadas mais ao conteúdo das notícias que ao título.

O reduzido índice de evocação de notícias, mesmo e ntre aquelas lidas e marcadas através da MQI, nos leva a considerar se a singularidade de ser abordado na rua por uma pessoa estranha (o aluno-pesquisador) amplia ou reduz a possibilidade de registro na memória. Por outro lado, não dimensionamos se o acompanhamento influencia o ato de leitura, constringendo ou dificultando a compreensão do texto. No entanto, como esta pesquisa objetivou estabelecer padrões de evocação na comparação entre pares, es se ponto (a presença do pesquisador ao lado do entrevistado) torna-se, a nosso ver, pouco relevante e já

estão suficientemente presumíveis em pesquisas que tentam reproduzir situações e coleta de dados em laboratório.

A análise preliminar dos textos publicados pelos jornais de Viçosa revela que a abertura das notícias dos jornais locais não obedece a esquemas rígidos, sem a presença de todos os elementos do lide no primeiro e/ou segundo parágrafo ou a estrutura da Pirâmide Invertida, levando à evocação de informações importantes, mas na parte final do texto. Alguns leitores reclamaram que a qualidade do texto jornalístico os levariam à dispersão, como a estudante E.K.O.: “a (notícia) do esporte foi a mais chata!”.

A reportagem sobre a abertura de uma mostra na Casa de Arthur Bernardes, por exemplo, foi pouco lembrada pela maioria dos leitores, mesmo que tivessem declarado apreciar matérias relacionadas à arte e à cultura. A matéria anuncia a abertura da “Mostra do Patrimônio Público Edificado de Viçosa”, mas não informa em que consiste exatamente, se painéis, maquetes, textos ou fotos, prejudicando a evocação (ANEXO A). Neste sentido, há uma diferença entre as investigações realizadas em jornais europeus (VAN DIJK, 1990) e estadunidenses (DERVIN, 2001), mostrando que o uso do lide favorece a evocação, o que nos obriga a maior rigor quanto à presença de todos os elementos do lide para futuros experimentos, utilizando a mesma técnica. Dessa forma, são admissíveis pequenas mudanças no resultado caso moradores e estudantes estivessem familiarizados com a estrutura rígida de lide, segundo os vários experimentos anteriormente realizados.

A pesquisa piloto comprovou outros postulados de Van Dijk e Dervin, como relação entre leitura desinteressada e leitura com marcação MQI, que o leitor com melhor formação evoca com maior quantidade e precisão. Desse modo, podemos inferir com algum grau de certeza a existência de relação entre a capacidade de rememoração das notícias e o ambiente informacional tanto dos estudantes quanto dos moradores.

O tempo despendido na aplicação dos questionários (cerca de 35 minutos, quando se previa 20) levou alguns entrevistados (basicamente moradores) a demonstrarem visível cansaço, quando do momento de leitura das quatro notícias, mesmo porque alguns estavam na rua ou em seu local de trabalho.

Quanto à escolha das matérias a serem lidas, além da presença do lide clássico, sugere-se uniformidade de assunto, grau de polêmica e de características entre as notícias, diminuindo-se assim a possibilidade de que interferências de questões intrínsecas nas matérias (como o “o quê” do fato em si) predominem sobre as variáveis pesquisadas (envolvimento social, credibilidade dos jornais e hábito de leitura). Em algumas situações, percebemos que a opinião do entrevistado sobre determinada notícia lida no mês anterior pode ter sobrepulado

os próprios elementos intrínsecos do fato. O conhecimento prévio a respeito do assunto também interferiu nas respostas, levando o usuário a acrescentar informações não constantes na leitura original.

Observamos que para o experimento real, seria necessário aprimorar as técnicas de abordagem dos entrevistados, levando-os a uma postura cooperativa, retirar algumas perguntas que se mostraram ineficazes e refazer outras para que se configurassem mais “neutras”, rever alguns procedimentos e reformular questões dos formulários, dentre as quais destacamos:

1) Moradores e estudantes tiveram dificuldade em mensurar o tempo total gasto com audiência midiática, o que nos remete à necessidade de reformular a questão, retirando o item “frequência” e substituindo “minutos” por “__horas e _ minutos” logo adiante ao nome dos programas citados.

2) Avaliar a permanência de “igrejas, entidades religiosas” dentre as opções de grau de interesse e participação social posto que esse item demonstrou ser o de maior pontuação e, portanto, deixa de representar um diferencial entre o grupo; acrescentar a opção “agremiações esportivas”.

3) O item “local de moradia” não produziu alterações quanto à evocação.

4) A qualidade de impressão e valor jornalístico das fotos publicadas ao lado das notícias podem ter interferido em algumas evocações.

5) Como ocorre em pesquisas de investigação comportamental, torna-se necessária a atenção para as respostas a fim de se questionar em algumas contradições, como o ocorrido com “AR”, estudante de Engenharia Ambiental. Ele declarou não ler absolutamente jornais ou revistas impressas, mas avaliou como “excelente” a quantidade e “razoável” a qualidade das mesmas.

6) Reunir em um item, facilitando a resposta, a questão relativa à credibilidade e decodificação crítica (blocos 3 e 4); questionar apenas a avaliação do Jornalismo em geral (1) e do jornal específico objeto de análise (2).

Avaliamos que maior homogeneidade intragrupal, como o universo composto apenas por estudantes de Comunicação Social, favoreceria a comparação de resultados decorrentes da introdução das variáveis definidas.

Consideramos que a “falta de tempo” como justificativa para a baixa leitura de jornais é indicativa para futuras pesquisas qualitativas a fim de desvendar o real motivo do desinteresse. Nos parece que a resposta estaria localizada entre a qualidade do Jornalismo praticado nessas mídias, principalmente o jornalismo local, e a motivação do usuário para

notícias “sérias” pois vários entre aqueles que justificaram por “falta de tempo” registraram que despendem algumas horas por dia em audiência a programas de entretenimento na mídia eletrônica.

No próximo capítulo, descreveremos e analisaremos os dados específicos referentes aos estudantes de Comunicação Social.

7 ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A pesquisa de campo foi desenvolvida nos meses de outubro a dezembro de 2007, intercaladas em três fases, com todas as entrevistas sendo transcritas e compondo um banco de dados cujo conteúdo foi analisado no final de cada etapa. Identificamos os pontos substantivos e os colocamos em exaustivas categorias ou temas criados, cobrindo todo o conteúdo, classificando e interpretando os enunciados. Nos questionários abertos e nas sessões de Grupo Focal utilizamos o Sense-Making e a proposta de Van Dijk (2002, p. 131), que conclui existirem quatro regras básicas sobre os tópicos: “não há apenas um tópico ou sumário possível de um texto, mas vários”, “os tópicos que atribuímos a um texto ou resumo que deles fazemos podem ser subjetivos”, “parte dos tópicos que inferimos desse texto (ou atribuímos a ele) estão formulados no próprio texto” e “os tópicos são tipicamente obtidos ‘deixando de lado’ os detalhes do texto”.

O resultado do teste piloto apresentado no Capítulo 6 e outras pesquisas comprovam premissas teóricas de que a interpretação seja aberta, subjetiva e nos indicam que os temas e supertemas possam variar entre a audiência, mesmo a ela tendo sido exibidas as mesmas notícias de cada um dos grupos. Após cumprir todas as etapas de coleta de dados promovemos a análise quantitativa e qualitativa das entrevistas.

7.1 Variáveis

Orientados pelo Sense-Making, pretendíamos compreender o comportamento informacional dos estudantes de Comunicação Social da UFV, identificando as características do consumo em seu ambiente informacional e posteriormente os padrões de evocação das notícias. A operacionalização e a análise destas variáveis foram pautadas pela identificação dos seguintes aspectos referentes ao usuário:

1. Caracterização de perfil de envolvimento social
2. Autoclassificação do usuário/família quanto à estrutura sócio-econômica
3. Quantificação de consumo de noticiário
4. Preferências de leitura, segundo diversas mídias
5. Avaliação quanto à credibilidade dos jornais

6. Objetivos do consumo de notícias
7. Situação/contexto específico de consumo (geral da graduação)
8. Lacuna/Necessidade de informação (específico durante a leitura)
9. Barreiras e dificuldades (compreensão de leitura)
10. Espectro das dificuldades gerais dos usuários
11. Estratégias empregadas durante o consumo
12. Características e padrões de evocação de notícias
13. Principais elementos evocados

A fim de submeter nossas hipóteses à verificação a ser procedida pela coleta de dados, utilizamos três variáveis independentes para investigar se, quando introduzidas, promove m alterações nas características de evocação de notícias. Baseadas em metodologia s já testadas e em resultados de pesquisas de campo (DWORKIN *ET AL.*, 1999; VAN DIJK, 1990), utilizamos as seguintes variáveis:

1 – Hábito de leitura. A carga de exposição tem sido usada largamente por pesquisas de recepção. Usuários regulares decodificam de maneira diferente de irregulares e espera -se dos estudantes de Comunicação Social, como leitores qualificados pelo olhar especialista, uma prática perscrutória analítica inerente a seu ambiente informacional.

2 – Credibilidade dos jornais. Há uma relação entre a credibilidade que os usuários depositam em determinado segmento de mídia e a expectativa de aproveitamen to das mensagens. Aumentando a exposição à mídia, tornar -se-iam mais suscetíveis a efeitos como *agenda setting*. Além de consumir e debater a fenomenologia da notícia, o estudante de períodos iniciais já tem contato com a produção de notícias e desfaz certo s mitos como imparcialidade e neutralidade jornalística, contribuindo assim para um olhar diferenciado sobre o componente de veracidade das informações veiculadas.

3 – Auto-avaliação socioeconômica (Vitimização social). É definida como a consciência do próprio usuário de sua orientação social e política na sociedade e, particularmente, autodescreve -se (e/ou a seus dependentes) como vítima (ou não) da estrutura social e econômica. Essa medida é ao mesmo tempo fenomenológica (foca na ação) e estrutural (foca nos limites), além de permitir ao entrevistado posicionar -se como agente em relação à estrutura, como recomendam os postulados do Sense-Making. Uma das hipóteses deste trabalho é que o estudante de Comunicação Social socialmente envolvido promove decodificação e evocação de notícias diferenciada s. Há certo grau de homogeneidade do universo a ser estudado, composto por estudantes da mesma faixa etária, hábitos culturais, escolaridade, local atual de moradia e aspiração profissional, e certo equilíbrio no toc ante à

renda familiar, conforme descrito anteriormente. No entanto, relatos de pesquisas com estudantes de Comunicação Social discutidos no Capítulo 3 apontaram que o principal fator para a decodificação crítica é como o leitor se percebe no mundo e não a filiação a critérios sociodemográficos. Essa seria a explicação para o fato de usuários com perfis idênticos utilizarem de maneira diversa a mesma mensagem jornalística, influenciando em sua formação profissional. Não é por outro motivo que a variável vítima social se torne uma classificação absolutamente subjetiva e deva ser entregue ao próprio usuário, segundo Dworkin *et al.* (1999).

4 – Decodificação crítica. Elevados indícios materiais quantitativos (número de automóveis, casa própria, etc) e características objetivas socioculturais (renda familiar, nível de escolaridade dos pais, etc) não asseguram que determinado estudante se perceba como membro da elite econômica. Do mesmo modo, ainda que se veja como membro dessa elite, esse usuário pode atuar na sociedade e refletir criticamente sobre as notícias que lêia. Nas pesquisas desenvolvidas por Van Dijk (1990), que pretendemos testar no presente universo de estudo, descobriu-se que estudantes com nível de decodificação mais crítica obtiveram maiores índices de evocação de notícias.

As variáveis de hábito de leitura, credibilidade dos jornais e autodefinição socioeconômica foram isoladas na primeira fase de levantamento de dados, quando aplicamos questionário semi-aberto. A variável decodificação crítica foi descortinada nas duas fases, tendo sido na primeira a avaliação objetiva das mídias segundo critérios de qualidade e credibilidade e na segunda fase, quando pedimos que marcassem e comentassem as notícias lidas.

7.2 Primeira etapa

Em outubro de 2007 realizamos a primeira etapa com a participação voluntária de 114 dos 160 alunos regularmente matriculados no curso de Comunicação Social/Jornalismo por intermédio de uma adaptação da amostra probabilística, em que todos os elementos daquela população têm chance real e conhecida de serem selecionados, o que permite algum grau de generalização dos resultados (Laville & Dionne, 1999). O formulário mapeou o ambiente informacional e o perfil do aluno, contendo itens em que o entrevistado se autodefiniu como envolvido socialmente ou não, hábito de leitura e credibilidade em jornais (APÊNDICE B).

Com aplicação de questionário semi-aberto, esta primeira abordagem (outubro de 2007) identificou hábito de leitura, credibilidade dos jornais, situação e lacuna/necessidade de

informação. Optamos por não recorrer a um auxiliar de pesquisa porque pretendíamos observar todos os momentos do experimento, as indagações e dúvidas, comentários, etc, podendo assim registrar observações que julgássemos pertinentes. Posteriormente realizamos o experimento de leitura de quatro notícias. Na terceira fase a investigação da característica de uso e evocação.

Dervin (1983) sugere que o sucesso da prática consista ainda em que o entrevistado sinta que algo de útil lhe será proporcionado e que as questões a serem formuladas reproduzam um real interesse em ouvir o usuário. A fim de diminuir eventuais predisposições e direcionamentos em relação ao resultado do levantamento, os estudantes foram informados tratar-se de investigação sobre leitura e uso de informação, dentro do programa de doutoramento do autor e que as respostas às hipóteses iniciais seriam reveladas após a coleta de dados, garantindo-se ainda o anonimato. Antes de cada fase informamos o objetivo principal e tempo estimado para aquele experimento.

O instrumento utilizado para a coleta de dados nesta primeira fase foi o questionário com questões abertas e fechadas. Os itens que abordam critérios de dimensão avaliativa vinculadas às variáveis hábito de leitura, credibilidade de notícias e envolvimento social são fechados e alguns foram ordenados em escalas de graduação de 0 (nenhuma) a 5 (total). A seguir, a descrição dos blocos de perguntas.

Bloco 1 – Visa identificar o universo de pesquisa para posterior seleção e recrutamento que formarão os grupos Testemunha e Experimental. Por intermédio do número de matrícula, tem-se acesso a outros dados do usuário, como cidade de origem, renda familiar, que tipo de escola de segundo grau frequentou, etc. São três itens abertos e um fechado.

Bloco 2 – Objetiva mapear e caracterizar o ambiente informacional, apontando a exposição do usuário à mídia em geral, e o consumo de noticiário, em particular. Atende à identificação do estudante segundo a variável “hábito de leitura” para posterior recrutamento. É composto por nove itens abertos e três fechados

Bloco 3 – Solicita-se ao estudante que avalie a credibilidade dos jornais e revistas que efetivamente lê, seja na versão impressa ou na *Internet*. Objetiva-se ainda identificar estudante para posterior recrutamento segundo variável “decodificação crítica”. São duas questões abertas.

Bloco 4 – Pede-se ao usuário para avaliar o noticiário que lê em relação à qualidade e quantidade do noticiário. Objetivamos que haja uma clara diferenciação entre o bloco anterior, “credibilidade” (vinculada à verossimilhança dos fatos narrados pelo jornal), e “qualidade” do jornal (que extrapola, podendo estar associada ao primor lingüístico, ao volume de informações, à extensão das temáticas tratadas, entre outras características). Duas questões fechadas.

Bloco 5 – Permite ao usuário sua livre autoclassificação perante a estrutura sócio-econômica brasileira pois, como já discutimos na revisão de literatura, é a maneira como o ponto de vista a partir do qual o usuário se vê no mundo tem maior influência no consumo de noticiário do que critérios objetivos como renda familiar, escolaridade, etc. Objetiva-se ainda posterior recrutamento do usuário. São dois itens fechados.

Bloco 6 – Pretende-se identificar lacuna/necessidade de informação do usuário para delinear seu perfil e posterior seleção dos artigos a serem utilizados na próxima etapa da coleta de dados e segundo suas preferências de leitura. É formado por um item fechado.

Bloco 7 – Proporciona espaço para outras considerações do usuário e avaliação do instrumento de pesquisa. Uma questão aberta.

7.3 Segunda etapa

Para a segunda etapa descortinamos “Decodificação crítica” e confirmamos perfis de autodefinição social. As sessões foram realizadas em uma segunda-feira, com o intuito de diminuir interferências de assistência a noticiário da noite anterior (os telejornais não são veiculados aos domingos). Ao optar por acontecimentos ocorridos em Minas Gerais reduzimos ainda mais a interferência na interpretação de notícias dos telejornais de maior audiência, como o Jornal Nacional da TV Globo, além de delimitar geograficamente a proximidade dos assuntos reportados com o estado de origem da maioria dos estudantes da UFV, exatamente um dos critérios de noticiabilidade.

O procedimento foi a técnica de “Entrevista com Marcadores (MQI)” e Grupo Focal. Seleccionamos dentre as reportagens publicadas naquela edição do jornal Estado de Minas quatro notícias de cunho regional que se encaixassem em:

- (1) assuntos de interesse dos estudantes;
- (2) estrutura narrativa clássica com lide e Pirâmide Invertida;
- (3) textos informativos, objetivos e que despertem interesse pela leitura;
- (4) textos que contenham valores-notícia claramente identificáveis;
- (5) extensão de uma lauda jornalística (1500 caracteres aproximadamente).

Os experimentos de Van Dijk, nos quais apoiamos nossas hipóteses, foram realizados majoritariamente a partir de fatos políticos, e por isto ao menos uma notícia de nosso experimento teve tal escopo, enquanto que as demais atenderam a interesses de leitura aos leitores registradas na primeira fase da coleta de dados.

As quatro matérias foram separadas em dois blocos a fim de identificar, na fase seguinte, se haveria alterações na evocação de informações em reportagens que foram ob

de marcação com a técnica do Message Questioning Interview (N1 e N2) em relação às outras duas em que foi feita uma simples leitura (N3 e N4).

Entre as características preconizadas por Sousa (2002), quando investiga a construção da notícia, prevaleceu a “ação pessoal” na N1, a “ação social” na N2 e a “ação cultural” nas N3 e N4. Procuramos ainda contemplar a classificação de Patterson (2003) que classifica as notícias entre “sérias” (questões públicas substantivas) e “leves” (privilegiam questões de pouca relevância política), segundo também discutimos na revisão bibliográfica. As quatro notícias trazem questões ou fazem referências a personagens de Minas Gerais, mas o núcleo do fato narrado pela N1 e pela N2 têm esse componente mais acentuado.

Desse modo, a N1 tem componente mais leve, centrada na personalidade de um artista, auto-referente e com mais capacidade de entreter e emocionar. As demais apresentam características mais sérias, que estimulam o diálogo e a conscientização popular, de caráter mais coletivo e institucional, que trazem informações com potencial de debate significativo para a vida em comunidade (APÊNDICE C):

N1: 40 anos do lançamento da música Travessia, de Milton Nascimento

N2: Justiça acata denúncia contra funcionários do TCE

N3: Brasil perde com violência nas estradas

N4: Mais recurso não é sinônimo de mais qualidade para escolas públicas

Intentamos colocar à prova o resultado de levantamento realizado por Van Dijk, que apontou que a qualidade de evocação estaria menos ligada à editoria do que às características do lide e do título. Assim, elegemos como primeira notícia a ser lida uma que tivesse menos clara a identificação dos elementos do lide. Publicada na editoria de Cultura, a N1 não procura ser imparcial, objetiva ou neutra. A N1 é editorializada e também apresenta um direcionamento. As notícias 3 e 4 têm estrutura narrativa objetiva, seca. Embora tenham atributos de notícias, fatos novos, paradoxalmente as quatro notícias não trazem em sua maioria fatos novos ou surpreendentes, pois, como vimos, se encaixam em esquemas mentais pré-existentes.

A partir dos experimentos de Dervin e Van Dijk relatados no Capítulo 3, procuramos privilegiar notícias que tratassem de temas que despertassem menos estímulos afetivos nos leitores, pois, segundo os autores, tais leitores sem envolvimento com os tópicos referenciados tendem a pensar mais sobre o assunto, reagindo menos emocionalmente.

Quanto ao conteúdo de novidade das notícias, variável que interfere no processamento na memória episódica e em posterior evocação, não há na N1 alguma novidade mas um registro histórico do aniversário de um acontecimento. A N2 informa novos desdobramentos

do incêndio supostamente criminoso ocorrido no Tribunal de Contas do Estado: o fato deu origem à investigação também era desconhecido pelos estudantes. A N3 divulga o resultado de uma pesquisa que traz uma abordagem econômica sobre a violência nas estradas, escapando das repetidas estatísticas dos acidentes ocorridos “no último feriado”. A N4 apresenta outra pesquisa que relaciona o desempenho dos estudantes ao perfil socioeconômico e às condições estruturais das escolas.

Após fotocopiar o material para todos os participantes, distribuimos as notícias N1 e N2 sugerindo que as lessem tentando reproduzir o ritmo de leitura que normalmente o fariam no dia a dia, sem marcá-las ou fazer anotações, e as recolhemos tão logo fossem terminadas. Imediatamente, pedimos que, utilizando marcador de texto (MQI), lessem as outras duas notícias (N3 e N4), assinalando a lápis com o caractere “/1”, “/2”, “/3” sucessivamente após as frases e palavras que, exatamente durante a leitura, não tenham compreendido (barreiras); discordem (satisfação com a informação e expectativa de uso da informação); levem a outros questionamentos (necessidades não atendidas) e outras questões relevantes para o usuário. Didaticamente, pedimos que seguissem o seguinte roteiro:

- a) marcar com “/” o ponto em que tenha alguma dúvida ou questão a considerar.
- b) pontuar cada uma das marcações em escala de 0 (sem importância) a 5 (muito importante), em critério de importância em relação às demais marcações.
- c) indicar como espera que a resposta àquela questão possa ser útil.
- d) responder se durante a leitura do restante da reportagem obteve resposta “incompleta”, “parcial” ou “completa” para a dúvida ou questão apontada na letra “a”.
- e) fazer um comentário mais analítico (no máximo cinco linhas) sobre o item que tenha marcado a maior pontuação.

É importante observar que os itens anteriores serviram apenas para reforçar o caráter de livre marcação e considerações a serem feitas pelo próprio usuário e segundo sua perspectiva, definindo quando interromper a leitura e quais questões, confusões, dúvidas e expectativas surgiram. Tais critérios foram investigados a partir da natureza das lacunas (esquema 5W, quem, o quê, quando, onde, porque e como) e procedimentos testados (DERVIN, 1983).

7.4 Terceira etapa

A terceira fase foi realizada no mês seguinte com o objetivo de analisar a variável “evocação”, aqui compreendida com uma das dimensões de “Uso da Informação”, quando

tentamos evidenciar padrões de recuperação das mensagens jornalísticas. Além de seguir um período de tempo adotado em pesquisas de igual escopo (VAN DIJK, 1990), o prazo de 30 dias é, em princípio, suficiente para que determinado acontecimento coberto pelos jornais saia da pauta dos jornais ou seja “esquecido” pela própria mídia, diminuindo assim o risco de às vésperas do experimento de evocação ainda haver “ecos” e “resquícios” da notícia lida durante o exercício do MQI (a primeira leitura).

Assim aplicamos questionário aberto com perguntas a respeito das notícias lidas no mês anterior (APÊNDICE D). Antes de iniciar, perguntamos se o usuário tinha conversado com algum colega que já participara daquele experimento que se iniciaria. E se, caso positivo, houvesse sido lembrado o conteúdo das notícias lidas no mês seguinte. O objetivo foi evitar “colas”, o que comprometeria o resultado. Formulamos as seguintes questões:

a) O que se lembra da Notícia 1? (quem, o quê, quando, onde, como, porquê e outras informações possíveis)

b) Descreva as circunstâncias em que se lembrou da Notícia 1 nas últimas semanas (em uma conversa, para algum trabalho, facilitando a leitura de outra notícia, etc).

Após recolher as respostas, entrevistamos aleatoriamente e individualmente quatro ou cinco estudantes de cada período com os quais conversamos a respeito do experimento, questionando a validade das respostas e os instrumentos utilizados durante a tentativa de evocação daquelas notícias. Utilizamos técnicas introspectivas que, originadas da Psicologia, tenham tido crescente aplicação a partir do desenvolvimento das teorias de processamento da informação. De acordo com Bonini, (2002, p. 74) as técnicas podem ser classificadas em três grupos, que devem ser escolhidas de acordo com a etapa de processamento mental que se pretende atingir a memória (curto ou longo prazo):

- Auto-observação: o analista-observador relata seus próprios eventos mentais
- Auto-relato ou autopercepção (retrospecção): os sujeitos contam sua experiência ao pesquisador/analista.
- Pensar alto (protocolos verbais ou análise de protocolo): os sujeitos pensam em voz alta enquanto realizam uma tarefa.

Para nosso estudo, neste momento de evocação das notícias, a retrospecção se mostrou mais adequada por tratar-se da investigação de memória de longo prazo.

7.5 Instrumentos de análise

Os dados produzidos a partir das três etapas da pesquisa de campo detalhadas anteriormente possibilitaram a criação de padrões e posterior generalização de características de evocação de notícias por estudantes de Comunicação Social da UFV. No primeiro estágio, os dados foram esquematizados a partir das variáveis propostas por este estudo: hábito de leitura, credibilidade do noticiário, envolvimento social, autodefinição socioeconômica e decodificação crítica. No segundo momento, foi conferido tratamento estatístico aos dados, organizados de acordo com as frequências relacionadas às variáveis, tendo sido elaboradas várias tabelas com a descrição dos resultados.

Metodologicamente, as respostas às questões abertas formuladas pelos usuários foram registradas, transcritas, e classificadas segundo as categorias de análise, e construídas inteiramente a partir do conteúdo de pensamentos e questões colocados livremente pelos entrevistados e de acordo com as seguintes etapas:

1º passo – Determinação de unidade de registro referente a tópicos específicos extraídos das respostas abertas e fechadas dos questionários (palavras, tópicos ou frases).

2º passo – Desenvolvimento das categorias a serem utilizadas para a classificação do material do banco de dados derivado das respostas e segundo as variáveis do estudo.

3º passo – Verificação das categorias a serem utilizadas, buscando maior segurança para os esquemas de análise.

4º passo – Classificação, codificação e tabulação dos dados coletados, analisando -os e interpretando-os.

As informações foram analisadas e reduzidas a termos descritivos, sendo posteriormente quantificadas por meio de distribuição de frequência. A fim de padronizar e comparar os dados, adotamos o método da porcentagem e, de acordo com a necessidade, também inserimos os números absolutos. Construímos extensos quadros de análises nas quais fizemos uma leitura ampla e comparativa nos sentidos horizontal e vertical do ambiente informacional, os quais nos possibilitaram um olhar global, reunindo todas as variáveis e seus cruzamentos.

O grande volume de dados obtidos nesta investigação de caráter quali -quantitativo nos obrigou à utilização de abreviaturas para melhor visualização principalmente após o cruzamento das diversas variáveis. Nessa perspectiva, as tabelas mais extensas foram inseridas no APÊNDICE enquanto as de menor quantidade de dados foram apresentadas ao longo do texto para melhor entendimento das análises.

7.6 Ambiente informacional dos estudantes de Comunicação Social

O comportamento informacional é motivado pela situação (contexto) e pela lacuna (necessidade de informação) sentidas pelo usuário em dado ambiente informacional, como discutimos em nosso referencial teórico. O mapeamento do ambiente informacional do universo a ser submetido ao experimento de leitura e evocação de notícias foi uma etapa determinante para conhecer o consumo midiático de estudantes de Comunicação Social da UFV, aqui defendido como um usuário especializado em informação e, mais precisamente, em notícias. O mapeamento foi também importante devido a singularidade de a UFV estar situada longe dos grandes centros(1), de quase a totalidade dos alunos serem de outras cidades e regiões (2), da ausência de veículos de comunicação com grande inserção local (3) e da inexistência de estudos referenciais de semelhante escopo (4).

Nesta primeira fase da pesquisa, mapeamento do ambiente informacional, foram entrevistados 114 estudantes, representando uma amostra de 71,2% dos 160 alunos regularmente matriculados no curso de Comunicação Social da UFV em setembro de 2007. Metodologicamente, os períodos estão suficientemente representados na amostragem, pois participaram 33 estudantes do segundo período (82,5%), 31 do quarto (77,5%), 23 do sexto período (57,5%) e 27 do oitavo período (67,5%), conforme mostra a TAB. 2.

Alguns alunos são irregulares (entraram por transferência de curso ou não conseguiram acompanhar os colegas do início do curso) e estão “espalhados” pelos períodos. Nesses casos, verificamos: a) de qual período era a maioria das disciplinas que cursava e, caso não houvesse predominância, colocava-o acima ou abaixo a depender de sua idade.

Os estudantes foram de postura bastante colaborativa e demonstraram interesse na pesquisa e em seus resultados, o que foi comprovado pelo índice de participação. Não insistimos com os refratários, pois eventuais indisposições significariam riscos para a integridade das respostas, além de corromper o caráter voluntário que deve nortear as pesquisas científicas. A entrada na UFV é anual; isso significa que no segundo semestre de 2007, quando coletamos os dados, não havia alunos cursando primeiro, terceiro, quinto ou sétimo períodos.

O relatório de pesquisa desta fase de mapeamento de ambiente informacional foi descrito segundo os cruzamentos das categorias que compõem as variáveis “hábito de leitura”, “decodificação”, “envolvimento social” e “autodefinição socioeconômica”.

TABELA 2
AMOSTRAGEM DO UNIVERSO PESQUISADO POR PERÍODO

Período	Absoluta	Relativa àquele período (%)	Relativa a todos os alunos do curso (%)
2º	33	82,5	28.9
4º	31	77,5	27.2
6º	23	57,5	20.2
8º	27	67,5	23.7
Total	114	71,2 (média)	100

7.6.1 Local de moradia

O primeiro item do questionário remete u-se à situação de moradia, variável que interfere no hábito, comportamento e lacuna de informação. Perguntamos aos estudantes o local de residência com o objetivo de caracterizar o ambiente em que vivem em Viçosa, o que nos indicava ser um pouco diferente dos estudantes de capitais e de grandes centros urbanos, onde é maior o número de vestibulandos oriundos da própria cidade. Conforme demonstra a TAB. 3, dos 114 alunos, 77 (68%) moram em república, 14 com a família (12%), nove (8%) disseram morar sozinhos e quatro não responderam.

Esse dado torna-se relevante também quando se observa o envolvimento em entidades e movimentos sociais, e o hábito de leitura de impressos. A mudança da casa dos pais pode significar, por exemplo, um afastamento gradativo de frequência a ambientes religiosos. E, segundo o Sense-Making, o filtro do contexto social é fundamental para a compreensão da comunicação, perpassada por cultura, comunidade e estrutura social. O fato de 78% dos estudantes não residirem com a família é significativo para esta pesquisa: o ambiente informacional é por ele próprio definido, sendo reduzida a influência de familiares no processo de escolha de fontes informacionais face à escolha mediática e direta junto a entidades e organismos sociais.

O resultado confirmou ainda os dados gerais sobre a origem dos estudantes dos demais cursos da UFV e subsidiou a alegação de 17,5% dos estudantes, que afirmaram somente ler jornais impressos quando estão na casa de seus pais, pois o custo é o principal motivo alegado para a não leitura de jornais.

TABELA 3
LOCAL DE MORADIA

Onde mora	Absoluta	Relativa (%)
República	77	68
Família	14	12
Sozinho	9	8
Alojamento	7	6
Não informou	4	4
Pensão	3	3
Total	114	100

7.6.2 Jornal impresso preferido

A Folha de São Paulo é o jornal impresso preferido por quase a metade (43%) dos estudantes de Comunicação Social, seguido pelo jornal Estado de Minas (21,9%). Apenas um leitor apontou outro jornal mineiro como de sua preferência, enquanto que 14% dos estudantes não elegeram algum periódico, como mostra a TAB.4

Quinze alunos responderam não ler jornal e apenas dois disseram ter o hábito de consumir periódicos locais. Um dado que contraria o resultado do estudo piloto, em que prevaleceu a referência a jornais de Viçosa, mesmo entre os estudantes de outros cursos. Um único jornal da cidade foi lembrado pelos alunos (O Regional, de circulação mensal), que obteve duas citações. Alguns de seus estagiários são alunos do curso, o que permite indagar se eles realmente não o lêem ou não o consideram, por seu perfil, um jornal.

O levantamento demonstrou ainda a influência do “modelo Folha de jornalismo” e suas conseqüências para a formação profissional dos estudantes. Entre os grandes jornais brasileiros, a Folha de São Paulo é uma das maiores defensoras da rigidez do esquema do lide e da pirâmide invertida e seu consumo por quase metade dos estudantes de Comunicação Social aponta para familiaridade com tal modelo.

Os jornais paulistas e fluminenses foram responsáveis por 61% da preferência, embora os estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, somados, sejam origem de apenas 30% dos estudantes viçosenses. Em resumo, o usuário está “solto”: reside fora da influência da família, pouco participa de entidades e agremiações de atuação local, tem pouco interesse pelas notícias viçosenses ou de sua cidade de origem. Essa é a singularidade de nosso universo de pesquisa.

TABELA 4
JORNAL PREFERIDO

Jornal	Absoluta	Relativa (%)
Folha de SP	49	43
Estado de Minas	25	22
Não tem	15	14
O Globo	7	6
Brasil de Fato	4	4
Estado de SP	3	3
A Gazeta	2	2
A Tarde	2	2
Lance	2	2
O Regional	2	2
A Notícia	1	1
Jornal do Brasil	1	1
O Tempo	1	1
Total	114	100

7.6.3 Hábito de leitura segundo período, credibilidade, qualidade, participação em entidades, assuntos de preferência e auto-avaliação socioeconômica

Quando se inscreveram para o vestibular na UFV, 42,5% dos então candidatos afirmaram ler diariamente jornais ou revistas. Mesmo que se ressalte que o período pré-vestibular era de maior intensidade de leitura, a pesquisa indicou queda após a entrada no curso, pois apenas 4% dos agora estudantes de Comunicação Social declarou ler diariamente um jornal, confirmando nossas hipóteses de pouco hábito de leitura. Perguntados qual a periodicidade, as maiores freqüências de resposta foram em “irregular” (55%) e em “regularmente quando estou em casa de meus pais”, com 18% (TAB. 5).

Ainda que somadas as respostas “seis vezes por semana” (1%) e “regularmente quando em casa de meus pais” (18%), a pesquisa demonstrou ser baixo o índice alcançado pelos estudantes da UFV. Esse resultado, aliado a outras variáveis que veremos adiante, como consumo de telejornalismo, radiojornalismo e webjornalismo, além da questão da qualidade das notícias consumidas, caracterizou o que na revisão de leitura definimos como lacuna de informações.

Ao se introduzir a variável “período”, perceberam-se algumas variações. O estudante reconheceu a lacuna e a necessidade de informações à medida que se prolonga na graduação e passa a ler mais. Se no segundo período, nove usuários (27%) disseram não ter o hábito de ler jornais, o percentual cai para 7% (apenas dois) entre aqueles do oitavo, indicando uma situação de mudança de hábito de leitura ao longo do curso devido à percepção de necessidade de informação (lacuna). Dos únicos cinco alunos que afirmaram ler impressos diariamente, quatro (80%) estão no oitavo período e um no quarto período.

TABELA 5
NÚMERO DE EDIÇÕES DE JORNAL QUE LÊ SEGUNDO O PERÍODO

Período	Frequência															
	Não lê		Diaria-mente		2 vezes semana		3 vezes semana		6 vezes semana		Irregular-mente		Regular*		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	9	27	-	-	1	3	-	-	1	3	15	45	7	21	33	100
4º	-	-	1	3	2	6	4	13	-	-	19	61	5	16	31	100
6º	2	9	-	-	3	13	2	9	-	-	13	57	3	13	23	100
8º	2	7	4	15	-	-	-	-	-	-	16	59	5	19	27	100
Total	13	11	5	4	6	5	6	5	1	1	63	55	20	18	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é relativo; * quando em casa dos familiares

Segundo a credibilidade nos impressos - Após a análise do hábito de leitura por período, procedemos o cruzamento dessa variável com a credibilidade. Entre os usuários que lêem irregularmente, o maior grupo, 13% desconfia quase sempre do que lê, 80% confia às vezes ou confia quase sempre. Vinte usuários consomem apenas quando estão na casa dos pais e, novamente, 80% confiam às vezes ou quase sempre. A TAB.6 mostra que, entre os que lêem diariamente, 60% desconfia quase sempre, indicando que maior frequência e carga de consumo levaria a uma decodificação mais crítica ou à aprendizagem, a formação do conhecimento e da crença (VAN DIJK, 1990). Entre os estudantes de Comunicação Social que nada lêem, a maioria (85%) confia às vezes ou quase sempre, sugerindo que o ceticismo não seja o principal motivo para não se ler. O resultado coloca o perfil dos estudantes próximos ao dos profissionais da área: enquanto que 56% desses somente acreditam às vezes no que lêem (CHAVES, 2005), 44% dos estudantes disseram o mesmo.

TABELA 6
HÁBITO DE LEITURA (FREQUÊNCIA) SEGUNDO CREDIBILIDADE DOS GRANDES JORNAIS

Frequência	Como avalia a credibilidade													
	Não tenho opinião		Desconfio quase sempre		Desconfio quase sempre		Confio às vezes		Confio quase sempre		Confio plenamente		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não lê	-	-	-	-	2	15	5	39	6	46	-	-	13	100
Diária	-	-	-	-	3	60	1	20	1	20	-	-	5	100
2 vezes	1	17	-	-	2	33	2	33	1	17	-	-	6	100
3 vezes	-	-	-	-	1	17	4	67	1	17	-	-	6	100
6 vezes	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	1	100
Irregularmente	1	2	3	5	8	13	25	40	25	40	1	2	63	100
Regularmente*	-	-	-	-	4	20	12	60	4	20	-	-	20	100
Total	2	2	3	3	20	17	50	44	38	33	1	1	114	100

Nota: * quando em casa dos pais

Segundo a avaliação quanto à qualidade - A avaliação do estudante quanto à qualidade dos grandes jornais impressos brasileiros é outra variável que adotamos para mensurar sua decodificação crítica. Nenhum usuário classificou como excelente a qualidade da mídia noticiosa e entre os que julgam como razoável e bom os jornais atingiram 86% entre os que lêem irregularmente e 80% dos que lêem regularmente. Entre os que lêem diariamente, 80% acha os jornais de pouca e razoável qualidade e entre os que não lêem a principal avaliação é razoável (62%) e boa (23%), como mostra a TAB.7. Em linhas gerais, esse resultado segue a linhas gerais de análise do cruzamento de não a leitura e a avaliação quanto à credibilidade.

TABELA 7
HÁBITO DE LEITURA (FREQUÊNCIA) E AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS JORNAIS

Frequência	Como avalia a qualidade do noticiário											
	Sem opinião		Baixíssima		Pouca		Razoável		Boa		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não lê	-	-	1	8	1	8	8	62	3	23	13	100
Diária	-	-	-	-	2	40	2	40	1	20	5	100
2 vezes	1	17	-	-	-	-	2	33	3	50	6	100
3 vezes	-	-	-	-	1	17	3	50	2	33	6	100
6 vezes	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	1	100
Irregularmente	-	-	3	5	6	10	25	40	29	46	63	100
Regularmente*	-	-	-	-	4	20	8	40	8	40	20	100
Total	1	1	4	4	15	13	48	42	46	40	114	100

Nota: * quando em casa dos pais

Segundo a participação em entidades - Entre os estudantes que não lêem jornais, destacam-se aqueles com média participação (MP) em política e associações de classe (39%), que acompanham de perto (AC) agremiação esportiva e ONG's (39%) e sem participação (SP) em sindicatos de trabalhadores (46%). Entre os que consomem diariamente, destacam-se os que têm pouca participação (PP) em agremiação esportiva e sem participação em entidades religiosas e igrejas. Dos usuários que consomem notícias irregularmente, podemos destacar aqueles com média participação em política (40%) e sem participação em sindicatos.

“Regularmente quando estou em casa de meus pais” foi o segundo maior percentual de respostas e desse grupo a maioria está situada entre os que têm média participação em política e movimento estudantil, tendo pouca participação em igreja e sem engajamento em sindicatos (40% em cada categoria). Um dado intrigante é que entre os que lêem jornais diariamente, destacam-se os usuários com pouca ou nenhuma participação (100% somados) em

movimentos ligados à igreja e sindicato de trabalhadores, como mostra a TAB.90 (APÊNDICE E). Entre as sete categorias, o que se esperava menor participação era sindicato porque o estudante, principalmente os de períodos iniciais, ainda está distante do mundo profissional. E, pelo mesmo motivo, entidades representativas de classes ou categorias.

Segundo assuntos de preferência - Tentamos descobrir se o motivo pelo qual “não ler jornais” sofreria alguma influência em virtude de assuntos preferidos pelos estudantes. O grupo que não lê jornais absolutamente prefere os assuntos ligados à política (23%), Televisão (31%), artes (15% cada). Isto significa que tais usuários não acreditam ou não esperam encontrar gratificações suficientes desses assuntos, e que, a seu ver, valha a pena adquirir ou ler jornais.

Entre os usuários que lêem apenas quando estão na casa dos pais, a maioria gosta de assuntos locais (e talvez este seja mais um dos motivos pelos quais não consome jornais em Viçosa), política e artes, nesta ordem. Para os que lêem irregularmente, os assuntos preferidos são política (30%), artes (18%), locais (16%) e Televisão (16%), como comprova a TAB.8. Em geral, a preferência por política coincide com a de profissionais que atuam na redação de jornais (CHAVES, 2000). Um dado relevante seria a construção de pontes para o preenchimento de lacunas e necessidades informacionais do estudante de Comunicação Social de assuntos de que, a princípio, ele não goste, acentuando habilidades cognitivas e ampliando o conhecimento desse usuário especializado.

TABELA 8
HÁBITO DE LEITURA (FREQUÊNCIA) SEGUNDO ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Frequência	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não lê	2	15	2	15	1	8	1	8	3	23	4	31	-	-	13	100
Diária	-	-	1	20	-	-	-	-	1	20	2	40	1	20	5	100
2 vezes	2	33	1	17	-	-	1	17	1	17	1	17	-	-	6	100
3 vezes	1	17	2	33	1	17	1	17	-	-	1	17	-	-	6	100
6 vezes	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	1	100
Irregularmente	11	18	10	16	8	13	5	8	19	30	10	16	-	-	63	100
Regularmente*	4	20	5	25	-	-	1	5	5	25	3	15	2	10	21	100
Total	20	18	21	18	10	9	10	9	29	25	21	18	3	3	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Segundo autodefinição socioeconômica - Com o objetivo de averiguar se a forma como o usuário se vê socioeconomicamente influencia no hábito de leitura, promovemos o cruzamento entre as duas variáveis. A TAB.9 revela que 56% dos estudantes que se autodefinem prejudicados consomem jornais com frequência irregular e 77% dos que não lêem jornais e 60% entre os de leitura regular se autodefinem como favorecidos, indicando não ser preço o motivo principal para a não leitura de jornais. Da mesma forma, 80% dos que lêem diariamente sentem-se favorecidos. Os dados revelam que outros fatores, como hábito e falta de tempo, podem ser os mais representativos da ausência de leitura de jornais entre os estudantes de Comunicação Social, como mostrarão as próximas análises.

TABELA 9
HÁBITO DE LEITURA (FREQUÊNCIA) SEGUNDO
AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Frequência de consumo	Auto-avaliação socioeconômica					
	Favorecidos		Prejudicados		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não lê	10	77	3	23	13	100
Diária	4	80	1	20	5	100
2 vezes	3	50	3	50	6	100
3 vezes	2	33	4	67	6	100
6 vezes	1	100	0	-	1	100
Irregularmente	28	44	35	56	63	100
Regularmente*	12	60	8	40	20	100
Total	60	53	54	47	114	100

Nota: * quando em casa dos pais

7.6.4. Motivo pelo qual não lê jornais segundo o período e assuntos de interesse

Segundo o período - A principal alegação dos estudantes de Comunicação Social para não se ler jornais impressos é “preço” (38%), seguida de “falta de tempo” (18%), “hábito” e “prefiro outros meios” (13% cada). Ao analisar por período, percebe-se que os alunos do segundo, quarto e sexto períodos justificam mais pela questão do preço (39%, 48% e 38% respectivamente) enquanto que os estudantes do último período acentuam a falta de tempo e preço como motivo para não lerem.

O resultado difere um pouco do experimento piloto, em que o motivo mais apresentado pelos estudantes em geral foi “tempo” para leitura. O Sense-Making preconiza centralizar a compreensão do universo pesquisado no significado da busca mais que na quantificação ou na localização da fonte e a análise dos dados obtidos com a introdução dos sa

variável sugere respostas além das expressas pelos estudantes. Duas questões sobressaem quanto à justificativa do preço dos jornais: o poder aquisitivo (superior) das famílias dos estudantes de Comunicação Social em comparação aos dos demais cursos e a frequência (“razoável”) diária de leitura também em comparação com os demais graduandos. Assim, os dados socioeconômicos enfraquecem as justificativas de preço para não lerem os jornais.

Em relação à falta de tempo, a matriz curricular prevê para o oitavo período matrícula apenas na disciplina “Projetos Experimentais” (trabalho monográfico ou experimental para conclusão de curso com carga horária de 490 horas). Mesmo assim, nota-se que a alegação de falta de tempo sobe de 13% dos alunos do segundo período até atingir 24% no oitavo (maiores responsáveis pelo volume de queixa de tempo).

A TAB.10 comprova ainda que a preferência pelo consumo de notícias em outras mídias não é justificativa para não se lerem jornais impressos, pois apenas 13% de todos os alunos alegaram falta de hábito. Apenas dois alunos do oitavo período assumem não ler por absolutamente não gostar e pela crítica direta quanto à sua qualidade.

A falta de hábito de leitura é a principal alegação dos alunos iniciantes (22%). Nesse caso, segundo discutimos na teoria do uso e gratificação, não se criou hábito pela incerteza de satisfação das funções da mídia, tais como instrumento essencial da vida contemporânea e parte importante dos rituais sociais, entre outros. Como vimos no início deste capítulo, ao longo do curso, o estudante reavalia sua percepção sobre as funções da mídia.

TABELA 10
MOTIVO PELO QUAL NÃO LÊ JORNAIS E REVISTAS SEGUNDO O PERÍODO

Período	Motivo alegado																	
	Preço		Hábito		Não gosto		Falta de tempo		Prefiro outros meios		Jornais ruins		Preço/ pref. outros meios		Preço e falta tempo		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2	9	39	5	22	-	-	3	13	3	13	-	-	3	13	-	-	23	100
4	14	48	2	7	-	-	5	17	3	10	-	-	1	3	4	14	29	100
6	6	38	2	13	-	-	3	19	3	19	-	-	1	6	1	6	16	100
8	5	24	3	14	1	5	5	24	3	14	1	5	2	10	1	5	21	100
Total	34	38	12	13	1	1	16	18	12	13	1	1	7	8	6	7	89	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Segundo assuntos de interesse - O cruzamento das variáveis “motivo pelo qual não lê jornais” e “assuntos de interesse” demonstrou que a maioria dos estudantes que gostam de notícias relacionadas a Artes não adquirem jornais em função de preço (33%), por falta de

tempo (18%) e por hábito (16%), principalmente, como mostra a TAB.11. O preço é também a maior barreira para os simpatizantes de política (62%), assuntos locais (67%) e Economia (100%). Já entre os que apreciam esportes, a questão do hábito (29%) é o principal motivo. Entre os 13 usuários que não consomem jornais pela conjugação de preço e porque preferem outros meios ou por falta de tempo, 69% responderam gostar de assuntos ligados a Artes. Os resultados reforçam nossa análise de que o alegado (alto) custo do jornal e a qualidade/credibilidade não são realmente os principais motivos para a abstinência a veículos impressos mas outros motivos, tais como (a falta de) hábito e o juízo de que o jornal não retornará o investimento (inclusive de tempo) a ser feito, o que é explicado pela teoria de usos e gratificações. Por outro lado, a frequência de leitura facilita maior compreensão dos fatos narrados por intermédio da formação de modelos situacionais, diminuindo lacunas e barreiras no momento do consumo.

TABELA 11
MOTIVO PELO QUAL NÃO LÊ JORNAIS SEGUNDO ASSUNTOS DE INTERESSE

Assuntos de interesse	Justificativa																	
	Preço		Hábito		Não gosto		Falta tempo		Prefiro outros meios		Jornais ruins		Preço/prefiro outros meios		Preço/falta tempo		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Artes	15	33	7	16	-	-	8	18	6	13	-	-	4	9	5	11	45	100
Locais	4	67	-	-	-	-	1	17	-	-	-	-	1	17	-	-	6	100
Economia	2	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100
Esportes	2	14	4	29	1	7	2	14	2	14	-	-	2	14	1	8	14	100
Política	8	62	-	-	-	-	2	15	2	15	1	8	-	-	-	-	13	100
TV	3	50	-	-	-	-	2	33	1	17	-	-	-	-	-	-	6	100
Outros	-	-	1	33	-	-	1	33	1	33	-	-	-	-	-	-	3	100
Total	34	38	12	14	1	1	16	18	12	14	1	1	7	8	6	7	89	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.5 Motivo pelo qual não consome Televisão, Rádio e Internet segundo o período

Televisão segundo o período - Embora existam imperativos profissionais para que o estudante de Comunicação Social consuma um bom volume de noticiário, principalmente em veículos impressos, assiste-se mais à programação geral de Televisão, assim como outros universos estudados, conforme mostramos na revisão de literatura. A Televisão e a Internet são as principais fontes de informação dos estudantes.

Quando questionados sobre suas razões, encontramos mais justificativas para não se ler jornais e revistas (89 citações) do que para deixar de assistir a Televisão (44 citações). Dentre aqueles que não assistem Televisão, as principais alegações são falta de tempo (61%) e falta de hábito (11%), enquanto 9% aponta os dois motivos em conjunto (TAB. 12).

Especificamente em relação à falta de tempo, há maior concentração de respostas entre os alunos dos períodos iniciais e finais do curso (100% e 67%, respectivamente). Percebemos ainda entre os formandos uma tendência de crítica à qualidade do conteúdo televisivo com uma afirmação no sexto período e duas no oitavo enquanto que nenhum telespectador do segundo ou quarto se queixou da qualidade da programação televisiva.

TABELA 12
MOTIVO DE NÃO ASSISTIR TELEVISÃO SEGUNDO O PERÍODO

Período	Motivo alegado																			
	Falta tempo		Não tem hábito		Tempo e qualidade		Prefiro outros meios		Tempo e hábito		Faltam bons programas		Não tenho TV		Não gosto		Total			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
2º	9	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	100
4º	5	42	3	25	2	17	-	-	1	8	-	-	-	-	1	8	12	100	12	100
6º	3	38	1	13	-	-	1	13	2	25	1	13	-	-	-	-	8	100	8	100
8º	10	67	1	7	-	-	-	-	1	7	2	13	1	7	-	-	15	100	15	100
Total	27	61	5	11	2	5	1	2	4	9	3	7	1	2	1	2	44	100	44	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Rádio segundo o período - Os estudantes de Comunicação Social alegam não gostar (12%), não ter hábito (34%) ou tempo (22%) para ouvirem programas de Rádio (TAB. 13) enquanto que os demais estudantes (estudo piloto) alegaram principalmente falta de tempo. A faculdade de apontar mais de uma resposta levou a 93 justificativas, dentre as quais algumas, que a nosso ver, são frágeis, como “falta de aparelho” ou “sinal ruim”. Há motivos para interpretar que o “não gostar” pode estar ligado à ausência de expectativa de utilidade do meio, falta de hábito ou ainda desconhecimento do Rádio como mídia noticiosa pois dentre os 11 estudantes que afirmaram não gostar, seis estão no segundo período, havendo tendência de queda ao longo do curso. As duas disciplinas que abordam o Radiojornalismo são oferecidas no quinto e no sexto período, o que explica o aumento de interesse pela mídia, pois a justificativa de falta de hábito cai de 35% (segundo período) para 26% (oitavo período).

TABELA 13
JUSTIFICATIVA PARA NÃO OUVIR RÁDIO SEGUNDO O PERÍODO

Período	Justificativa																	
	Não tenho hábito		Prefiro outros meios		Não tem aparelho		Falta tempo		Não gosto		Não gosta rádios locais		Falta tempo e hábito		Sinal ruim		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	9	35	1	4	2	8	6	23	6	23	2	8	-	-	-	-	26	100
4º	9	36	4	16	2	8	6	24	2	3	-	-	1	4	1	4	25	100
6º	8	42	2	11	2	11	3	16	1	5	3	16	-	-	-	-	19	100
8º	6	26	2	9	3	13	5	22	2	9	3	13	2	9	-	-	23	100
Total	32	34	9	10	9	10	20	22	11	12	8	9	3	3	1	1	93	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Internet segundo o período - A pesquisa aponta que a Internet seja um meio primário de informação para os estudantes, servindo ainda como meio de comunicação, substituindo em alguma medida o telefone, a Televisão, o Rádio e impressos, sendo utilizada para interação com familiares, lazer e trabalhos escolares. No geral, 93% dos alunos utilizam Internet enquanto que 4% não o fazem por falta de tempo, e os demais em função de custo, falta de computador e de local (1% cada).

Entre os estudantes do oitavo período, por exemplo, todos (100%) a acessam e a principal razão pode ser a exigência de pesquisas para os trabalhos de conclusão de curso desenvolvidos durante a disciplina "Projetos Experimentais" COM 490. Nos períodos iniciais diminui a quantidade de acesso (TAB.14).

TABELA 14
JUSTIFICATIVA PARA NÃO ACESSAR INTERNET SEGUNDO O PERÍODO

Período	Justificativa													
	Acessa		Falta tempo		Falta computador		Custo		Falta local		Total			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
2	31	94	1	3	-	-	-	-	1	3	33	100		
4	28	90	1	3	1	3	1	3	-	-	31	100		
6	20	87	3	13	-	-	-	-	-	-	23	100		
8	27	100	-	-	-	-	-	-	-	-	27	100		
Total	106	93	5	4	1	1	1	1	1	1	114	100		

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.6 Credibilidade nos impressos, no webjornalismo e no EM segundo o período

Observa-se que, de uma maneira geral, estudantes de Comunicação Social têm confiança nos grandes jornais impressos brasileiros, assim como ocorrera com a amostra do estudo piloto. Ainda que se exclua a coluna ‘confio às vezes’, evidencia-se predominância da credibilidade depositada nos jornais.

Enquanto que 39 alunos (34%) disseram confiar quase sempre ou plenamente (somados), apenas 23 (21%) responderam ser totalmente ou quase sempre céticos (somados). Se considerarmos ‘confio às vezes’ como categoria positiva para o item credibilidade, veremos que a avaliação positiva para os jornais impressos amplia-se para 78% (TAB.15). O resultado surpreende devido o desejável criticismo do futuro egresso em Jornalismo, conforme vimos na revisão de literatura. Os estudantes do oitavo período são os mais críticos, tendo sido deste grupo os únicos três alunos a declarar ser tal mídia ‘totalmente desacreditada’, o que pode indicar um efeito da formação. Do mesmo modo, entre todos aqueles que declararam ‘confiar quase sempre’ no conteúdo noticioso, o grupo dos formandos representa apenas 26% enquanto que o segundo foi 30%, o quarto 32% e o sexto período 48%. Apenas um aluno (sexto período) afirmou confiar plenamente nos jornais.

TABELA 15
CREDIBILIDADE DOS GRANDES JORNALIS IMPRESSOS SEGUNDO O PERÍODO

Período	Grau de confiança nos jornais													
	Não tenho opinião		Total descrédito		Desconfio quase sempre		Confio às vezes		Confio quase sempre		Confio plenamente		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	1	3	-	-	5	15	17	52	10	30	-	-	33	100
4º	1	3	-	-	8	26	12	39	10	32	-	-	31	100
6º	-	-	-	-	3	13	8	35	11	48	1	4	23	100
8º	-	-	3	11	4	15	13	48	7	26	-	-	27	100
Total	2	2	3	3	20	18	50	44	38	33	1	1	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Credibilidade no webjornalismo - A credibilidade que os estudantes depositam no webjornalismo assemelha-se à no jornalismo impresso, inclusive com as características por período. Enquanto 25 alunos (22%) avaliaram negativamente (total descrédito mais desconfio quase sempre) a mídia digital, 78 (68% de todos os alunos) afirmaram confiar às vezes ou quase sempre (somados) neste modelo de Jornalismo (TAB. 16). Nenhum estudante disse “confiar plenamente” no webjornalismo enquanto que apenas um havia respondido o mesmo

em relação ao jornalismo impresso. O maior conjunto, 47 estudantes, confia às vezes no que lê e destes os alunos do oitavo período são os mais céticos, com apenas 30% de seu segmento. Dez leitores (9%) não opinaram e um não marcou nenhuma opção.

TABELA 16
CREDIBILIDADE DO WEBJORNALISMO SEGUNDO O PERÍODO

Período	Grau de confiança no webjornalismo													
	não marcou		sem opinião		Total descrédito		Desconfio quase sempre		Confio às vezes		Confio quase sempre		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	1	3	4	12	-	-	6	18	12	36	10	30	33	100
4º	-	-	3	10	-	-	9	29	15	48	4	13	31	100
6º	-	-	2	9	-	-	2	9	12	52	7	30	23	100
8º	-	-	1	4	2	7	6	22	8	30	10	37	27	100
Total	1	1	10	9	2	2	23	20	47	41	31	27	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Credibilidade no jornal Estado de Minas

Embora o jornal Estado de Minas seja o segundo mais lido entre todos os estudantes, com 25 citações, 22% dos estudantes disseram não saber avaliá-lo (TAB. 17). O número de alunos que afirmaram ser o EM “totalmente desacreditado” (8%) foi bem superior à mesma categoria quando avaliaram os jornais impressos brasileiros em geral (3%) e o webjornalismo (2%). Do mesmo modo, um quarto (29 alunos) respondeu ‘confiar quase sempre’. A soma de ‘confio às vezes’ e ‘confio quase sempre’ cai de 77% nos jornais impressos em geral para 50% em relação ao Estado de Minas, o que comprova ser o EM menos crível para os estudantes em comparação aos demais jornais e à mídia eletrônica.

TABELA 17
CREDIBILIDADE DO JORNAL ESTADO DE MINAS SEGUNDO O PERÍODO

Período	Grau de confiança no jornal EM													
	sem opinião		Total descrédito		Desconfio quase sempre		Confio às vezes		Confio quase sempre		Confio plenamente		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	9	27	1	3	11	33	9	27	3	9	-	-	33	100
4º	7	23	4	13	5	16	7	23	8	26	-	-	31	100
6º	1	4	-	-	3	13	5	22	13	57	1	4	23	100
8º	8	30	4	15	1	4	8	30	5	19	1	4	27	100
Total	25	22	9	8	20	18	29	25	29	25	2	2	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.7 Autodefinição socioeconômica segundo o período e assuntos de preferência

Como discutido, pedimos aos estudantes que se autodeclarassem socialmente “prejudicados” ou “favorecidos”. Não havia opção neutra e apenas dois entre os 114 alunos não responderam à questão proposta. Ao contrário do que prevíamos, não houve impasses ou reivindicação para a oferta de uma posição intermediária, como ocorrera no estudo piloto.

No experimento com estudantes de outros cursos e moradores de Viçosa, a maioria desses se autodeclarou “prejudicado” enquanto que a maioria dos estudantes (80%) afirmou ser “favorecido”. Vemos aqui que, embora os indicadores socioeconômicos do estudante de Comunicação Social (renda familiar, grau de instrução dos pais, etc) sejam superiores ao dos colegas dos demais cursos, apenas 51% se declara m favorecidos socioeconomicamente e 47% prejudicados.

Prevaleceu entre os estudantes do segundo e sexto período uma auto-avaliação mais favorável às dos demais quanto à estrutura socioeconômica do Brasil, tendo a resposta “somos favorecidos” alcançado 61% e 57% respectivamente. Ocorre o oposto entre os estudantes do quarto período, sendo que destes 61% se declararam prejudicados (TAB. 18). No oitavo período houve equivalência entre “favorecidos” e “prejudicados”.

TABELA 18
AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA SEGUNDO O PERÍODO

Período	Auto-avaliação socioeconômica							
	Não marcou		Favorecido		Prejudicado		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
2º	-	-	20	61	13	39	33	100
4º	1	3	11	36	19	61	31	100
6º	1	4	13	57	9	39	23	100
8º	-	-	14	52	13	48	27	100
Total	2	2	58	51	54	47	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Assuntos de preferência – Ao promovermos o cruzamento de autodefinição com assuntos preferidos, houve poucas alterações: entre os estudantes que preferem ler sobre assuntos “locais” a maioria (9%) se vê prejudicada e o contrário ocorre entre aqueles que apreciam “Televisão”, quando a maioria (9%) se percebe socialmente favorecida, como mostra a TAB.19.

TABELA 19
ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA SEGUNDO AUTO-AVALIAÇÃO SOCIOECONÔMICA

Auto-avaliação socioeconômica	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
sem marcar	-	-	1	50	-	-	-	-	1	50	-	-	-	-	2	100
Favorecidos	30	52	1	2	2	3	11	19	8	14	5	9	1	2	58	100
Prejudicados	26	48	5	9	2	4	8	15	9	17	1	2	3	6	54	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.8. Grau de participação em entidades segundo o período

Com o objetivo de avaliar o envolvimento dos estudantes com a sociedade, relacionamos segmentos de entidades por agrupamento representativo e solicitamos que registrassem a intensidade do interesse e/ou envolvimento em escala de 0 a 5, sugerindo que pontuassem em todas as opções, o que levou a mais de uma marcação por entidade.

A tabulação dos dados revelou que agremiação esportiva (AE) e ONG's são as entidades com maior índice de participação (com 15% e 10% respectivamente, de "participação ativa"). Somando-se "acompanho de perto" a "participação ativa" confirmamos a mesma tendência com 31% (AE) e 42% (ONG), seguido de 26% para Agremiação Política (AP), 23% em Religião (REL), 20% para movimento estudantil, 12% Associações de Classe (AC) e 8% para Sindicato (SIN). No sentido oposto, a soma de marcações 'sem interesse' e 'pouco interesse' recebeu em associações de classe 62%, enquanto REL obteve 57% e AE (53%), AP (42%) e ONG (29%). Ainda nessa classificação, SIN é a categoria que desperta menos interesse, com 68% de "pouco" e "nenhum" interesse, conforme mostra a TAB.20. A relação e o conhecimento desses microorganismos sociais são importantes, pois o profissional da informação será o "gatekeeper" das mediações informacionais e as entidades são as principais fontes produtoras de notícia que interessa ao jornalismo.

TABELA 20
PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES SEGUNDO O GR UPAMENTO (%)

Grupamento	Grau de interesse nas entidades					Total
	sem participação	pouca participação	média participação	acompanho de perto	participo ativamente	
Associações ou ONG's	8	21	30	32	10	101
Agremiação Esportiva	27	26	16	16	15	100
Agr. política (partidos, entidades)	12	30	31	19	7	99
Igrejas e entidades religiosas	25	32	19	17	6	99
Movimento Estudantil	19	32	29	11	9	100
Assoc. classe (conselhos, OAB, etc)	30	32	27	9	3	101
Sindicato de trabalhadores	39	29	23	5	3	99

Retornamos à revisão de literatura, quando discutimos os riscos de uma formação profissional mais tecnicista, profissional, e menos “engajados socialmente”, o que afastaria os jornalistas de conhecer as reais necessidades de informação dos usuários. O engajamento com entidade ou assunto se relaciona com busca de informação, decodificação e qualidade evocativa. Ao promover o cruzamento do interesse por entidades com o período em que o aluno estava cursando, chegamos aos seguintes resultados, de acordo com a TAB. 91 (APÊNDICE E).

Esportes – “Acompanhar de perto” ou “participar ativamente” de agremiações esportivas faz parte da realidade de 39% dos alunos do segundo período e de apenas 30% dos estudantes de oitavo. Conferindo esta tendência pela soma de ‘sem’ e “pouca” participação, a distância entre as volições é ainda maior: somente 36% dos novatos não têm interesse enquanto que o percentual atinge 70% entre os concluintes. O resultado comprova que graduação no curso de Jornalismo provoca modificações nos interesses dos estudantes, levando-o, nesse caso, a participar mais de temas mais “áridos”, como ONG’s, política e economia.

Associações e ONG’s– Corroborando a análise acima, em relação às ONG’s, segundo maior interesse geral entre os alunos, a situação se inverte e os alunos do oitavo período são os mais interessados em ONG’s com 66% de “acompanho de perto” e “participação ativa” em comparação com os 33% dos estudantes do início do curso. Enquanto que inexistiu no segundo período aluno com “participação ativa”, no oitavo há ocorrência de quatro registros. Cerca de 56% dos alunos do oitavo período “acompanham de perto” ou têm “participação ativa” na temática enquanto para 33% no segundo, 38% no quarto período e 39% no sexto. O inverso ocorre quando somamos “sem participação” e “pouca participação”: 39% no segundo período, 36% no quarto, 13% no sexto período e 22% no oitavo.

Associações de classe – De uma maneira geral, os estudantes seguem a tendência observada nas categorias anteriores de demonstrar maior interesse por associações de classe e entidades congêneres (OAB, etc) à medida que avançam em direção à formatura. A soma de “sem participação” e “pouca participação” cai de 69% entre os alunos do segundo período para 55% no quarto, 61% no sexto período e 59% no oitavo período. Na outra ponta, entre os que acompanham de perto ou têm participação ativa, percebemos também ampliação de interesse a partir do segundo período.

Agremiação política – Ao analisarmos os registros de “acompanho de perto” na categoria agremiação política, percebemos haver predominância de estudantes de segundo e quarto período. A soma de estudantes “sem” e “pouca” participação não apresenta grandes variações entre os períodos enquanto que na categoria “participação ativa” sobressaem estudantes mais próximos da formatura: dos oito estudantes que afirmaram participar ativamente de agremiações políticas, três estão no sexto período e cinco no oitavo.

Igrejas e entidades religiosas – O levantamento demonstrou que ao mesmo tempo em que aumenta o interesse por participação em política e organizações não governamentais, diminui por igrejas e entidades religiosas. Embora seja baixo o interesse e/ou participação nesta temática, há uma tendência de desinteresse ao longo do curso. Somando -se “acompanho de perto” com “participação ativa”, revela-se serem 11% do oitavo período, 30% do segundo período, 22% do quarto e 26% do sexto.

Movimento estudantil – O conjunto de dados levantados com a aplicação dos questionários indica haver certo equilíbrio entre os períodos quando se analisa a categoria “sem participação”. A pequena variação parece estar mais relacionada à circunstância do envolvimento majoritário de turmas em centros acadêmicos e organizações estudantis do que a influência da trajetória dentro do curso. Podemos afirmar predominar o desinteresse pela questão: 41% tem pouca ou nenhuma participação, 29% média participação e a soma de ‘acompanho de perto’ e ‘participação ativa’ atinge 20% do total de alunos. Os estudantes do oitavo período se destacam na categoria “participação ativa”: entre os dez desta coluna, quatro estão no último período, o que pode significar a influência das demandas internas em relação ao curso muitas vezes capitaneada pelo Centro Acadêmico de Comunicação Social.

Sindicatos – Questões ligadas a sindicatos de trabalhadores são as que menos envolvem os estudantes. Entre os 114 alunos, apenas três (do oitavo período) afirmaram acompanhar de perto questões da classe trabalhadora. Dentre os 68% que declararam ter nenhuma ou pouca participação pelo tema, a maioria está nos primeiros períodos do curso. Ao

longo da graduação, o interesse vai crescendo e dos nove alunos que diss eram acompanhar de perto ou participação ativa, seis estão no sexto ou no oitavo período.

7.6.9 Qualidade segundo a credibilidade dos impressos e do webjornalismo

Credibilidade nos impressos - Em geral, o leitor crê naquilo que considera de boa qualidade. Mas antes foi preciso esclarecer aos leitores que a variável “confiança” se remete aos critérios de verdade, realidade e imparcialidade enquanto que “qualidade” envolve o texto noticioso, assuntos abordados, diagramação, entre outras.

O cruzamento das respostas entre (a) as avaliações quanto à qualidade dos grandes jornais impressos brasileiros e (b) a opinião dos estudantes a respeito da credibilidade do mesmo universo demonstrou haver certa coerência na relação entre as duas variáveis de pesquisa, comprovando acuidade nas respostas. Em geral, quando se avaliou como “razoável” ou “boa” a qualidade, a tendência foi se repetir a crença nos periódicos como “confio às vezes” ou “quase sempre”.

No grupo de 20 alunos (18%) que disseram “desconfiar quase sempre” dos jornais, dez disseram ser “razoável” a qualidade dos jornais. Entre o grupo majoritário de 50 alunos (44%) que declarou “confiar às vezes”, 22 disseram ser “razoável” e 20 classificaram como “bons” os jornais. Dos 38 alunos (33,3%) que “confiam quase sempre”, 14 acham “razoáveis” os jornais e 22 os julgam como “bons”. Os leitores desconfiam ou confiam “quase sempre” no noticiário e julgam como “boa” a qualidade dos jornais, conforme mostra a TAB. 21. Não houve aluno que declarasse ser “excelente” o nível dos jornais impressos e um não quis opinar.

Assim como poucos estudantes julgam “baixíssima” a qualidade do noticiário, é também reduzido o número daqueles totalmente descrentes. Isto demonstra haver baixa expectativa de se encontrar “verdades” nos jornais. Entre estudantes de outras graduações e moradores de Viçosa, predominou a avaliação entre “razoável” e “excelente”, como vimos no capítulo anterior. Assim, o conhecimento mais aprofundado sobre as práticas de apuração e redação conduziriam o futuro produtor de informação a um menor rigor em relação ao julgamento da qualidade dos jornais brasileiros.

TABELA 21
CREDIBILIDADE DOS IMPRESSOS SEGUNDO A QUALIDADE DO NOTICIÁRIO

Grau de confiança nos jornais	Avaliação quanto à qualidade											
	Sem opinião		Baixíssima		Pouca		Razoável		Boa		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não tenho opinião	1	50	-	-	-	-	1	50	-	-	2	100
Totalmente desacreditado	-	-	1	33	-	-	1	33	1	33	3	100
Desconfio quase sempre	-	-	2	10	6	30	10	50	2	10	20	100
Confio às vezes	-	-	1	2	7	14	22	44	20	40	50	100
Confio quase sempre	-	-	-	-	2	5	14	37	22	58	38	100
Confio plenamente	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	1	100
Total	1	100	4	4	15	13	48	42	46	40	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo; não houve avaliação "excelente".

Webjornalismo e qualidade – Ao substituímos a variável “jornalismo impresso” por “webjornalismo” no cruzamento com a qualidade destas mídias, seguiu -se a mesma tendência já apontada no item anterior. Os usuários tendem a julgar de menor confiança o que avaliam como de menor qualidade. A maioria dos alunos confia quase sempre ou sempre e julga com razoável ou boa a qualidade do webjornalismo. Um usuário não optou por nenhuma resposta e dez afirmaram não ter opinião sobre o assunto, como mostra a TAB. 2 2.

TABELA 22
CREDIBILIDADE NO WEBJORNALISMO SEGUNDO AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO NOTICIÁRIO

Grau de confiança no webjornalismo	Avaliação quanto à qualidade											
	Sem opinião		Baixíssima		Pouca		Razoável		Boa		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não marcou	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	1	100
Sem opinião	1	10	-	-	-	-	7	70	2	20	10	100
Total descrédito	-	-	-	-	-	-	1	50	1	50	2	100
Desconfio quase sempre	-	-	2	9	7	30	11	48	3	13	23	100
Confio às vezes	-	-	1	2	6	13	16	34	24	51	47	100
Confio quase sempre	-	-	1	3	2	7	12	39	16	52	31	100
Total	1	1	4	4	15	13	48	42	46	40	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.10 Autodefinição socioeconômica e credibilidade nos impressos e no webjornalismo

Credibilidade nos impressos - Entre os 20 estudantes que “desconfiam quase sempre”, a maioria (60%) declara-se vítima da estrutura socioeconômica. Dos 38 alunos que “confiam quase sempre” e “plenamente” (somados), 23 se auto-avaliam socialmente

“favorecidos” (61%) e 14 (37%) estudantes se disseram prejudicados, como mostra a TAB.23. Apenas um usuário “prejudicado” assumiu “confiar plenamente” e outro “favorecido” não opinou. O leitor que se sente mais prejudicado confia menos no que lê, confirmando parcialmente os estudos realizados à luz da abordagem Sense-Making (DWORKIN ET AL, 1999) de que “vitimização social” tem maior peso na decodificação crítica do que “classe social”. Como no estudo piloto com moradores e estudantes de Viçosa tal variável não promovera alterações, continuamos sem saber se o fato de ser usuário especializado foi determinante para este resultado.

TABELA 23
CREDIBILIDADE DOS IMPRESSOS SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Grau de confiança nos jornais	Auto-avaliação socioeconômica					
	Somos favorecidos		Somos prejudicados		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não tenho opinião	1	100	-	-	1	100
Totalmente desacreditado	2	67	1	33	3	100
Desconfio quase sempre	8	40	12	60	20	100
Confio às vezes	24	48	26	52	50	100
Confio quase sempre	23	61	14	37	37	100
Confio plenamente	-	-	1	100	1	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Webjornalismo – A substituição da variável “jornal impresso” por “webjornalismo” não promoveu alterações em relação ao cruzamento anterior, confirmando que o estudante que se vê favorecido tende a acreditar mais no jornalismo impresso. Não houve resposta “confio plenamente”, conforme se vê na TAB. 24.

TABELA 24
CREDIBILIDADE DO WEBJORNALISMO SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Grau de confiança no webjornalismo	Auto-avaliação socioeconômica					
	Favorecidos		Prejudicados		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Não marcou	1	100	-	-	1	100
Não tenho opinião	6	60	3	30	10	100
Totalmente desacreditado	2	100	-	-	2	100
Desconfio quase sempre	9	39	14	61	23	100
Confio às vezes	23	49	24	51	47	100
Confio quase sempre	17	55	13	42	31	100
Total	58	51	54	47	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.11 Credibilidade no jornal EM, no webjornalismo e nos impressos segundo participação em entidades

Credibilidade no Estado de Minas - Os estudantes mais engajados em agremiações políticas, organizações não governamentais e movimento estudantil, nessa ordem, tendem a avaliar mais criticamente o jornal Estado de Minas. A TAB.92 (APÊNDICE E) mostra que os 16 leitores (64%) que “acompanham de perto” e/ou “participam ativamente” de política são os mais críticos dos leitores do EM (soma de “totalmente desacreditado” e desconfiam “quase sempre”; 14 (53%) em ONG’s, e 13 (44%) em movimento estudantil. Não souberam opinar 22% dos entrevistados. Entre os oito alunos que “acompanham de perto” e “participam ativamente” de esportes, por exemplo, o percentual de desconfiança no EM é mais baixo: 32%.

Ao analisar o grupo mais crédulo (29 leitores) em relação ao noticiário publicado nesse jornal, observamos serem os dez (34%) que participam de ONG’s e associações, os nove (31%) que gostam de esportes e os cinco (17%) ligados a entidades religiosas. Separadamente, por entidades, dos alunos que afirmaram ser totalmente descrentes em relação ao jornal, três participam ativamente de sindicatos (100% deste segmento), três de movimento estudantil (30%), dois de política (22%) e dois de ONG’s (18%).

O resultado demonstra a associação entre o modelo de engajamento social e a avaliação que os leitores fazem do periódico e ainda que o comportamento informacional se relacione com o engajamento social.

Credibilidade no webjornalismo - Assim como em relação ao cruzamento entre a credibilidade conferida ao jornal Estado de Minas segundo a participação em entidades, discutido no capítulo anterior, os estudantes mais engajados em ONG’s, política e movimento estudantil são mais críticos em relação à credibilidade do webjornalismo. Os mais confiantes são aqueles estudantes mais engajados em agremiações esportivas e igrejas. Nenhum estudante afirmou “confiar plenamente” no webjornalismo brasileiro.

A TAB.93 (APÊNDICE E) mostra que dentre 37 envolvidos com ONG’s (acompanham de perto ou participam ativamente), 17 (35%) confiam às vezes no noticiário, o mesmo ocorrendo com 14 estudantes (29%) dos 30 com militância política e nove (20%) dos 22 envolvidos com o movimento estudantil.

Quando observamos qual era o perfil do estudante mais crédulo em relação ao webjornalismo, descobrimos serem os 26 estudantes dos 79 com nenhuma ou pouca participação (somados) em sindicatos de trabalhadores e os 22 dos 70 com nenhuma ou pouca

participação (somados) em associações de classe (como conselhos profissionais, OAB, etc). Fazem ainda parte do grupo dos mais crédulos 21 dos 61 alunos que acompanham de perto ou participam integralmente de atividades esportivas e 9 dos 33 envolvidos com ONG's. Um dado que se destaca é que 43 dos 66 estudantes que participam ativamente de igrejas e movimentos religiosos confiam quase sempre ou às vezes no webjornalismo. Os resultados confirmam a relação entre engajamento em entidades de atuação que visa à transformação sociopolítica e a decodificação crítica, nesse item a credibilidade midiática.

Credibilidade nos jornais impressos - A alteração da variável credibilidade em “webjornalismo”, no “jornal Estado de Minas” e no “jornalismo impresso em geral” apresenta pequenas modificações no resultado quando se promove o cruzamento com a variável “envolvimento social” (participação em entidades). Assim como nos capítulos anteriores, os alunos mais engajados socialmente com política e ONG's são os mais desconfiados do que lêem, confirmando a relação entre decodificação crítica e engajamento social.

Fazem parte do grupo dos 23 que afirmaram desacreditar totalmente ou desconfiar quase sempre (somados) do jornalismo impresso, 14 estudantes com pouca ou sem participação (somados) em esportes, 16 em ONG's e 14 estudantes que participam ou acompanham de perto a política. Dois alunos afirmaram não ter opinião, conforme se vê na TAB. 94 (APÊNDICE E).

Entre os que confiam plenamente no que lêem, encontramos um leitor com média participação em esportes, um em política, sindicatos e ONG's; um estudante que acompanha de perto associações de classe e outro de igrejas, e um estudante que pouco se interessa por movimento estudantil.

7.6.12 Qualidade dos impressos e do jornal EM segundo participação em entidades

Qualidade dos jornais impressos - Com o objetivo de investigar se a intensidade de participação social e o perfil da entidade interferem na maneira pela qual o estudante avalia a qualidade do jornalismo impresso brasileiro, promovemos o cruzamento entre estas duas variáveis. Observamos que o estudante que participe de entidades diretamente vinculadas a objetivos de transformação social (política, sindicatos, movimento estudantil), é mais crítico em relação à qualidade da mídia noticiosa, assim como em relação à variável credibilidade. Entre os estudantes que apreciam a qualidade do jornalismo brasileiro estão os que mais

participam de associações de classe, igrejas e esportes, nesta ordem. Nenhum estudante avaliou como “excelente” o nível do jornalismo.

Consideramos como “estudantes mais engajados”, aqueles que acompanham de perto ou participam ativamente das entidades listadas. Desse segmento, dos 35 que acompanham esportes, 13 (37%) julgam como bons os jornais; dos 30 da política foram apenas dez (30%); dos 13 de associações de classe 6 (46%) avaliam o noticiário como bom; 15 estudantes (31%) dos 47 engajados em ONG’s acham “bom” o jornalismo; entre os 26 engajados em igrejas, 11 (42%) consideram “bom”; dos 22 do movimento estudantil neste segmento, seis (27%) fazem a mesma avaliação e dos nove engajados em sindicato, três (33%) acham bons os jornais brasileiros, como se vê na TAB.95 (APÊNDICE E).

Qualidade do jornal Estado de Minas - Ao promovermos o cruzamento entre a avaliação do jornal Estado de Minas com a participação e/ou interesse em entidades, confirmamos que quanto mais o usuário seja engajado socialmente maior é o rigor em relação à qualidade do noticiário e, nesse caso, do jornal EM.

Entre os 35 estudantes que acompanham de perto ou participam ativamente de agremiação esportiva, dez avaliam o EM como “razoável” (34%) e outros dez como “bom” (34%). Dos 30 no mesmo segmento de política, 12 disseram ser o EM “razoável” (40%) e apenas seis como “bom” (20%). Dos 13 que acompanham de perto e participam ativamente de associações de classe, destacam-se sete estudantes que consideram o EM “razoável” (53%), a mesma avaliação fazem 18 dos 47 (38%) que acompanham de perto ou participam ativamente de ONG’s, e sete dentre os 22 de movimento estudantil, como se vê na TAB. 96 (APÊNDICE E).

Na categoria religião, dez estudantes avaliam o EM como “bom” (38%) entre os 26 da soma de “acompanho de perto” e “participo ativamente”. Dos nove que acompanham de perto ou participam ativamente de sindicatos, destacam-se quatro que julgam o EM como sendo de pouca qualidade (44%). Nenhum estudante que participa ativamente de política, sindicato, religião e movimento estudantil avalia como excelente a qualidade do EM.

7.6.13 Qualidade dos jornais impressos e do EM segundo assuntos de preferência

Qualidade dos jornais - Apenas 19 dos 144 estudantes consideram pouca ou baixíssima a qualidade dos jornais impressos brasileiros e, desses, dez apreciam temáticas ligadas a artes e cultura. Entre os seis que gostam de Televisão, cinco julgam ser boa a qualidade dos jornais. É o maior índice relativo. No geral, a maioria dos estudantes julga

como razoável ou bom os jornais. Entre os 56 que apreciam artes, 18 acham os jornais bons e 28 razoáveis. A tendência se inverte em relação a esportes e política, tendo maior avaliação de “bons” do que “razoáveis”, conforme mostra a TAB. 25.

TABELA 25
QUALIDADE DOS JORNAIS SEGUNDO OS ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Qualidade dos jornais	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sem opinião	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	1	100
Baixíssima	2	50	-	-	-	-	1	25	1	25	-	-	-	-	4	100
Pouca	8	53	-	-	-	-	3	20	2	13	-	-	2	13	15	100
Razoável	28	58	4	8	2	4	6	13	6	13	1	2	1	2	48	100
Boa	18	39	3	7	2	4	9	20	8	17	5	11	1	2	46	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Qualidade do jornal EM - “Artes e cultura” é o assunto de maior interesse para 56 estudantes (49%) dos 114 pesquisados, repetindo o resultado do estudo piloto. Dentro deste grupo de 56 leitores, 16 (29%) consideram “razoável” o jornal Estado de Minas, 20 (36%) como de “boa” qualidade e 15 (27%) não o avaliaram. Aqueles que melhor avaliam como “boa” a qualidade do jornal são os que têm preferência por notícias ligadas à “Televisão” e, representando 50% do total em seus respectivos segmentos, conforme mostra a TAB.26. Dos 19 alunos que gostam de esportes, 17% o consideram “razoável” e 14% bom. Os interessados por política são os mais críticos quanto à qualidade do jornal: somando -se “pouca” e “baixíssima” atingem 22% dos 18 integrantes do grupo. Do mesmo modo, entre os que julgam de “baixíssima” qualidade o noticiário do EM, 60% são os que têm maior preferência por esportes e entre os que julgam de “pouca” qualidade predominam os que preferem assuntos ligados à política. Vinte e quatro estudantes (21%) não opinaram.

TABELA 26
QUALIDADE DO JORNAL ESTADO DE MINAS SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Avaliação quanto à qualidade	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sem opinião	15	63	2	8	-	-	3	13	4	17	-	-	-	-	24	100
Baixíssima	1	20	-	-	-	-	3	60	1	20	-	-	-	-	5	100
Pouca	2	25	1	13	-	-	1	13	3	38	-	-	1	13	8	100
Razoável	16	44	1	3	1	3	6	17	6	17	3	8	3	8	36	100
Boa	20	54	3	8	2	5	5	14	4	11	3	8	-	-	37	100
Excelente	2	50	-	-	1	25	1	25	-	-	-	-	-	-	4	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.14 Credibilidade dos impressos e do webjornalismo segundo assuntos de preferência

Jornais impressos - Entre o grupo majoritário de 56 alunos que têm interesse por artes e cultura, a maioria “confia às vezes” (48%) seguido de “confio quase sempre” (53%) no noticiário dos jornais impressos em geral. Proporcionalmente, a mesma tendência ocorre entre os 19 apreciadores de esportes: 11 confiam às vezes (22%) e cinco confiam quase sempre (13%). Dos 18 que apreciam política, sete (14%) confiam às vezes e cinco (13%) confiam quase sempre (TAB.27).

Assim como no capítulo anterior, ao somarmos os resultados de “totalmente desacreditado” (5,6%) e “desconfiam quase sempre” (22,2%) encontraremos o maior número entre os leitores que preferem assuntos ligados à política. No sentido inverso, é entre os apreciadores da temática “Televisão” que se localiza o maior percentual (66,7%) entre os que “confiam quase sempre” no que lêem. Entre outras leituras, podemos avaliar que, ao acompanhar mais de perto a cobertura política, o leitor percebe os interesses ideológicos do veículo e passa a ter mais desconfiança no que lê.

TABELA 27
CREDIBILIDADE DOS JORNAIS IMPRESSOS SEGUNDO ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Grau de confiança nos jornais	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sem opinião	-	-	1	50	-	-	-	-	1	50	-	-	-	-	2	100
Total descrédito	2	67	-	-	-	-	-	-	1	33	-	-	-	-	3	100
Desconfio quase sempre	10	50	-	-	1	5	3	15	4	20	-	-	2	10	20	100
Confio às vezes	24	48	4	8	1	2	11	22	7	14	2	4	1	2	50	100
Confio quase sempre	20	53	2	5	1	3	5	13	5	13	4	11	1	3	38	100
Confio plenamente	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Webjornalismo - Assim como no mapeamento em relação ao jornalismo impresso, dentro do maior grupo por assunto de interesse (artes e cultura), a maioria dos estudantes desconfia quase sempre (13 citações), confia às vezes (21) ou confia quase sempre (14 alunos). De uma maneira geral, este é perfil de credibilidade dos estudantes, conforme se observa na TAB. 28.

TABELA 28
AVALIAÇÃO DA CREDIBILIDADE WEBJORNALISMO SEGUNDO ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Grau de confiança no webjornalismo	Assuntos de preferência															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
não marcou	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Não tenho opinião	6	60	1	10	1	10	-	-	1	10	1	10	-	-	10	100
Total descrédito	1	50	-	-	-	-	-	-	1	50	-	-	-	-	2	100
Desconfio quase sempre	13	57	1	4	1	4	4	17	2	9	-	-	2	9	23	100
Confio às vezes	21	45	2	4	1	2	12	26	7	15	2	4	2	4	47	100
Confio quase sempre	14	45	3	10	1	3	3	10	7	23	3	10	-	-	31	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.15 Consumo de Rádio, Televisão e Internet segundo participação em entidades

Conforme relatamos no item “motivo pelo qual não ouve Rádio segundo o período”, é bastante reduzida a audiência de programas de entretenimento e de noticiário em Rádio por parte dos estudantes de Comunicação Social da UFV. No entanto, algumas observações

podem ser feitas a partir da análise do consumo de programas de entretenimento e de noticiário em rádios.

Consumo de Rádio para lazer/entretenimento - Os estudantes com pouca e nenhuma participação em sindicatos (70% somados) são aqueles que menos ouvem (“0” minuto por semana) programas de lazer em Rádio, seguidos por igrejas e entidades (6 4%) e entidades esportivas (57%), conforme mostra a TAB.97 (APÊNDICE E). Do mesmo modo, aqueles que acompanham de perto e participam ativamente (41%, somados) de associações ou organizações não governamentais são também os que menos consomem o Rádio como lazer. O reduzido número de alunos que assistem acima de três horas semanais de Rádio para lazer não permite apontar tendências ou estabelecer padrões de interesse segundo o tempo despendido.

Consumo de Radiojornalismo - A TAB.98 (APÊNDICE E) revela tendência de diminuição do consumo de programas de radiojornalismo na medida que aumenta o interesse por política, associações, sindicatos e ONG’s. Em outras palavras, os seis alunos não procuram informar-se por essa mídia provavelmente porque não satisfaça suas necessidades informacionais. Um indício é que o inverso ocorre com os estudantes que acompanham de perto ou participam ativamente de agremiações esportivas: somando essas duas categorias (AP e PA) temos 83% dos alunos que consomem de 3 horas a 14 horas semanais de radiojornalismo. Como observamos, ressalte-se que a maioria dos noticiários citados trata prioritariamente de esportes.

Como no capítulo anterior, quem mais acompanha de perto ou participa ativamente de ONG’s são os que menos assistem a radiojornais (4 3% somados), bem como os estudantes sem e com pouca participação (69% somadas as duas categorias) em sindicatos. Apenas seis estudantes consomem acima de três horas semanais de radiojornalismo e tal universo não foi suficiente para estabelecer comparações entre participantes de entidades.

Consumo de Televisão para Lazer - Com o objetivo de detectar influências de participação em entidades ao consumo de mídia televisiva, promovemos o cruzamento dos agrupamentos “agremiação esportiva”, “organizações não governamentais”, “associações de classe”, “movimento estudantil”, “entidades religiosas” e “sindicato de trabalhadores” com as variáveis “Televisão geral” e “telejornalismo”.

Agremiação esportiva - De uma maneira geral, podemos afirmar que quanto maior a participação em agremiações esportivas, maior o consumo semanal de programas de entretenimento televisivo: entre o grupo de 18 alunos que assiste de dez a 31 horas semanais, o percentual dos que acompanham de perto e/ou participam ativamente atinge 45% dos estudantes deste segmento (TAB.99; APÊNDICE E). É como se o usuário praticasse e/ou tivesse interesse no assunto e acaba por acompanhar competições e informações correlatas na programação televisiva.

Ao contrário, menor participação significa menor audiência. Entre os estudantes que nada assistem, o índice diminui de 31% (sem participação) até 15% (participo ativamente); entre os que vêem de 1 minuto até 2 horas semanais, o percentual é de 33% (sem participação) e de 11% (participo ativamente); para os alunos que assistem de duas a quatro horas semanais, o percentual de sem participação sobe de 32% para 42% em pouca participação 42% e cai para 5% em participo ativamente. Por outro lado, percebe-se um certo equilíbrio entre os agrupamentos de alunos que assistem a mais de quatro horas semanais. É importante ressaltar que transmissões esportivas das emissoras de sinal aberto, em que predomina a modalidade futebol, foram classificadas como “lazer” e os programas especializados como “jornalismo” (exemplo: Globo Esporte). A mesma tendência – de aumentar a participação em entidades em razão inversa à audiência de Televisão - ocorre entre os estudantes que apreciam entidades religiosas.

Política – A TAB.99 (APÊNDICE E) mostra haver uma tendência de os estudantes com maior participação em agremiações políticas (partidos, entidades, etc) consumirem menos a programação de lazer das emissoras de Televisão. Na soma das categorias “participo ativamente” e “acompanho de perto”, em que se incluem 30 alunos, o percentual cai de uma média de 34% (para quem nada assiste) para 17% (para quem assiste de 10 a 31 horas semanais). No sentido oposto, a maior concentração dos “sem participação” em política está naqueles que apreciam Televisão para lazer. Quem menos participa assiste mais à Televisão: 46% dos estudantes sem e com pouca participação em política a nada assiste enquanto 61% passa de 10 a 31 horas semanais em frente à Televisão. A mesma tendência (maior participação = menor audiência) pôde ser verificada entre os estudantes que responderam ter interesse em associações de classe e movimento estudantil. Nos demais agrupamentos de entidades (sindicatos e ONG's), os dados não revelaram tendências de comportamento de consumo de Televisão para Lazer.

Consumo de Telejornalismo - Dos 22 estudantes que, por algum motivo, nada consomem de telejornal, 54,5% participa de sindicatos e de igrejas; 40,9% de associações de classe; 31,8% de movimento estudantil e agremiações esportivas; 22,7% de agremiações políticas e 9,1% em ONG's (TAB. 29), indicando que maior interesse em assuntos "áridos" leva à disposição em assistir a mais telejornais. O resultado pode envolver outras variáveis, como credibilidade e qualidade. É possível deduzir, com base também em cruzamentos anteriores deste estudo, que o aluno mais desconfiado ou crítico em relação à qualidade do noticiário e engajado em movimentos estudantis, política e ONG's, se interessa e menos por telejornais.

TABELA 29
CONSUMO DE TELEJORNAL E
PARTICIPAÇÃO EM TEMAS "ÁRIDOS"

Entre os 22 alunos que não gostam de telejornais,	
relativo a %	Freqüenta
54,5%	Igrejas
54,5%	Sindicato
40,9%	associações de classe
31,8%	agremiações esportivas
31,8%	movimento estudantil
22,7%	Política
9,1%	ONG's

Participação maior em movimentos estudantis e política corresponde a menor audiência a telejornais: dos dez alunos que participam ativamente de movimento estudantil, 70% consomem menos de duas horas semanais; o mesmo ocorrendo com 50% dos oito interessados em política, segundo comprova a TAB. 100 (APÊNDICE E).

Esportes – Verificamos haver abstinência de audiência a programas telejornalísticos entre os estudantes com nenhuma ou pouca participação nesse agrupamento: 32% e 23% respectivamente. Ou seja, dos 22 alunos que a nada assistem, 54,5% têm pouca ou nenhuma participação em agremiações esportivas. Quando observamos o lado inverso, os 26 estudantes que assistem a de 6 a 27 horas semanais, 46% estão entre os que acompanham de perto ou participam ativamente de agremiações esportivas.

Política – Os dados revelados mostram haver uma leve concentração de zero audiência de telejornal entre os estudantes com nenhuma ou pouca participação (23% e 27% respectivamente) em agremiações políticas. Aumenta um pouco a audiência (até duas horas

semanais) junto com o interesse por política: 40% média participação e 40% acompanho de perto.

Consumo de Internet - O grande volume despendido com consumo de Internet leva o usuário a não se envolver com as entidades listadas na TAB.101 (APÊNDICE E). É razoável supor que o usuário com histórico de 8 horas diárias de acesso à Internet e outras cinco de aulas tenha tempo reduzido para se envolver em atividades e entidades extra-curriculares.

Dentre os que passam de 30 a 60 horas semanais no computador, os interessados em ONG's são os que mais participam, com 61% tendo média participação ou acompanha de perto a temática. Neste caso específico, caberiam novas investigações no sentido de se caracterizar o tipo de envolvimento dentro do ambiente digital. É plausível admitir algum grau de participação em comunidades virtuais e associações de defesa de determinadas temáticas como, por exemplo, fóruns virtuais de defesa ambiental.

Dos 13 estudantes que passam até 3 horas na Internet, destacam-se os com pouca participação em esportes, os que acompanham de perto a política, os que participam ativamente de ONG's e têm média participação em movimento estudantil. Quem nada consome de Internet são os usuários que acompanham de perto esportes e política (um cada), os que pouco participam de sindicatos, ONG's e movimento estudantil (um cada), o estudante com média participação em associações de classe e outro sem participação em agremiações religiosas.

Consumo de Webjornalismo - Assim como em relação ao cruzamento anterior, a comparação entre o tempo de consumo de webjornalismo e a participação em entidades demonstrou que quanto mais tempo passa diante do computador, menores são as chances de se envolver socialmente.

Entre os sete usuários que consomem mais de doze horas semanais, destacam-se os que não participam de agremiações esportivas, igrejas e sindicatos, têm pouca participação em associações de classe e média participação em ONG's, conforme mostra a TAB.102 APÊNDICE E).

No segmento dos 60 estudantes que consomem até três horas semanais (e lembrando que todos pontuaram todas as opções de entidades) estão mais presentes os sem participação em esportes (17), em associações de classe (21), sindicatos (26), os com pouca participação

em política (19) e igrejas (20), os 19 que acompanham de perto ONG's, os 18 com média participação em movimento estudantil.

O mapeamento do ambiente informacional revela que a maioria dos estudantes de Comunicação Social não consegue estar envolvida socialmente em entidades e consumir uma quantidade adequada de notícias, pré-requisitos para uma boa formação profissional, como vimos na revisão de literatura.

7.6.16 Jornais impressos preferidos segundo participação em entidades

Com o objetivo de descobrir se a participação em determinado agrupamento de entidade promove alterações segundo o jornal impresso preferido, fizemos o cruzamento exibido pela TAB.103 (APÊNDICE E). Como vimos no item “jornal impresso preferido”, os jornais Folha de São Paulo (43% dos 114 alunos) e Estado de Minas (21%) foram os mais citados. O resultado desse cruzamento comprova a relação entre a situação, a lacuna e o comportamento informacional.

O jornal Folha de SP tem seus principais leitores entre os estudantes com média participação em política, que a acompanham de perto ou participam ativamente de agremiações políticas e entre os que acompanham de perto e participam ativamente de ONG's. Por outro lado, a pior performance da Folha (em comparação com o EM) está entre os leitores que participam ativamente de agremiações esportivas e sindicatos.

O EM tem destaque entre os estudantes com pouca ou nenhuma participação em esportes e política. Da mesma forma, a Folha é majoritariamente preferida entre leitores com pouca ou nenhuma participação em esportes, associações de classe, igreja e sindicatos. Os usuários que acompanham de perto ou ativamente de política e associações de classe também gostam de ler a Folha.

O jornal Brasil de Fato iguala em preferência com a Folha de S. Paulo entre os estudantes com participação ativa em agremiações políticas, e supera os demais jornais citados entre os estudantes com participação ativa em movimento estudantil e sindicato de trabalhadores. As melhores referências ao jornal O Lance (periódico esportivo), como se esperava, está entre os leitores que participam ativamente de esportes. Entre os que não têm preferência por nenhum jornal destacam-se os que acompanham de perto ou participam de agremiação esportiva e os usuários sem nenhum interesse ou participação em sindicatos.

7.6.17 Estrutura socioeconômica e assuntos de preferência segundo participação em entidades

Estrutura socioeconômica - Haverá alguma relação entre a participação em determinado tipo de entidade e a maneira como o estudante se percebe perante a estrutura socioeconômica? O aluno que se declara mais prejudicado é mais politicamente engajado? A fim de responder a essas questões, promovemos o cruzamento entre a autodefinição socioeconômica e a participação em entidades.

Ao analisar a participação em política, descobre-se haver pequena variação na soma de acompanhamento de perto e participo ativamente entre os que se declaram “favorecidos” (30%) e prejudicados (25%). Os dados mostram que os “favorecidos” participam mais do que os “prejudicados”, o que também pode ser entendido como que maior consciência política conduza os estudantes a uma avaliação mais benevolente da condição socioeconômica de sua própria família. Dito de outra maneira, o estudante participa de agremiações políticas e se interessa pelo tema e, exatamente pela sua consciência da realidade brasileira, se declara favorecido até mesmo por cursar uma universidade pública. Neste mesmo sentido, a TAB.104 (APÊNDICE E) revela que 65% dos 17 estudantes que participam ativamente de agremiações esportivas se autodeclararam vítimas da estrutura socioeconômica.

Quem se sente favorecido tende a participar menos de associações de classe: dos 70 alunos que não participam ou pouco participam (somados), 39 (55,7%) sentem-se favorecidos, 30 (42,8%) prejudicados e um não opinou. Dos oito estudantes que não participam de ONG's, seis declararam ser “favorecidos” e dois “prejudicados” enquanto que dos 46 que acompanham de perto e participam ativamente (somados) 21 são “favorecidos” e 25 “prejudicados”. Entre os onze que participam ativamente de ONG', oito estudantes (72,7%) se declararam prejudicados.

Na categoria religião foi onde encontramos maior variação. Os prejudicados acompanham de perto (63,2%) ou participam ativamente (57,1%) de entidades religiosas. Para avançar nessa discussão, seria interessante em outras pesquisas mapear a filiação religiosa destes estudantes a fim de observar se a autodeclaração apresenta vínculos com a doutrina religiosa.

A TAB.104 mostra ainda que os estudantes favorecidos pela estrutura socioeconômica participam menos de movimento estudantil do que aqueles que se declaram prejudicados: dos 57 com nenhuma e pouca participação, 35 são favorecidos (61,4%) e 22 prejudicados (38,5%). O mesmo ocorre em relação a sindicato de trabalhadores. Dos 77 que nada ou pouco participam, 41 (53,2%) são favorecidos e 36 (46,7%) se declaram prejudicados. O resultado

comprova o Sense-Making que embasa maior relevância à situação subjetiva de auto-avaliação do usuário durante determinada lacuna informacional do que objetivas condições socioeconômicas.

Segundo assuntos de preferência - Promovemos o cruzamento entre a participação em entidades e assuntos de preferência, a fim de confirmar pressupostos de que, por exemplo, o estudante com maior participação em agremiação política demonstraria igual interesse em leitura da editoria de política. Além desta, confirmou-se ainda que o aluno com maior participação em agremiação esportiva consome mais noticiário esportivo, comprovando a veracidade dos dados informados pelos usuários, conforme se observa na TAB.105 (APÊNDICE E).

Artes e Cultura - Como vimos no capítulo “assuntos de preferência”, “artes e cultura” é o principal interesse para 56 (49%) dos 114 estudantes, seguido de esportes (17%) e política (16%). Quem mais se interessa pelo assunto “artes” são aqueles com pouca participação em esportes e associações de classe (67% cada) e que acompanham de perto sindicato de trabalhadores (67%).

Esportes – Além dos alunos que declararam participar ativamente (65%) de agremiações esportivas, destacam-se aqueles sem participação alguma em ONG’s (67%) e com participação total em movimento estudantil (30%) e entidades religiosas (43%).

Política – Assim como no item anterior, os estudantes com maior participação em agremiações políticas são os que responderam ter mais interesse no noticiário político (50% de participação total e 36% de acompanhamento de perto). Também se destacam na preferência pela cobertura política os estudantes com participação ativa em associações de classe (67%) e quem acompanha de perto ou participa ativamente de sindicato de trabalhadores (33% cada).

7.6.18 Jornal impresso preferido segundo assuntos de preferência, autodefinição socioeconômica e qualidade dos jornais

Segundo assuntos de preferência - A TAB. 30 revela que entre os 49 estudantes que declararam preferir o jornal Folha de São Paulo, 51% procura o noticiário sobre artes e cultura, 20% política e 14% esportes. Quem gosta de política não procura o Estado de Minas, e seus 25 leitores lêem preferencialmente artes e cultura (56%), assuntos locais, esportes e Televisão (12% cada), confirmando o que foi discutido no Capítulo 6, quando se discutiu o periódico.

O terceiro jornal mais citado, O Globo, é procurado por seu noticiário de artes e cultura (42%), política (28%), economia e outros (14% cada). Entre os 15 leitores que declararam não ter jornal preferido, a maioria se distribui entre os que gostam de assuntos ligados a arte e cultura (60%), esportes (20%) e política (13%). O Brasil de Fato, que pratica jornalismo de opinião e de postura política clara, é preferido por quem gosta de artes e cultura (50%) e de política (50%). Da mesma forma, os leitores de O Lance, especializado em esportes, gostam mais deste assunto.

TABELA 30
JORNAL IMPRESSO SEGUNDO ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Jornal preferido	Assuntos															
	Artes		Locais		Economia		Esportes		Política		TV		Outros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
A Gazeta	2	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100
A Notícia	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	1	100
A Tarde	-	-	-	-	1	50	-	-	-	-	-	-	1	50	2	100
Brasil de Fato	2	50	-	-	-	-	-	-	2	50	-	-	-	-	4	100
Estado de Minas	14	56	3	12	1	4	3	12	-	-	3	12	1	4	25	100
Estado de SP	-	-	-	-	-	-	1	25	2	75	-	-	-	-	3	100
Folha de SP	25	51	3	6	1	2	7	14	10	20	2	4	1	2	49	100
Jornal do Brasil	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Lance	-	-	-	-	-	-	2	100	-	-	-	-	-	-	2	100
Não tem	9	60	1	7	-	-	3	20	2	13	-	-	-	-	15	100
O Globo	3	43	-	-	1	14	-	-	2	29	-	-	-	14	7	100
O Regional	-	-	-	-	-	-	2	100	-	-	-	-	-	-	2	100
O Tempo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	1	100
Total	56	49	7	6	4	4	19	17	18	16	6	5	4	4	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Segundo autodefinição socioeconômica - No cruzamento de jornal impresso preferido segundo autodefinição socioeconômica não foi possível detectar evidências de comportamento de escolha entre os estudantes. Os leitores dos dois jornais mais citados, Folha de São Paulo e Estado de Minas, dividem-se entre prejudicados e favorecidos.

Apenas no jornal Brasil de Fato, citado em “preferência de jornais e participação em entidades”, observa-se que das quatro citações, três se referem a estudantes que se autodeclararam “favorecidos” pela estrutura socioeconômica. Entre os que não têm preferência por nenhum jornal, destacam-se os dez que se declararam “favorecidos” contra os cinco que afirmaram ser “prejudicados” (TAB.31).

TABELA 31
JORNAL PREFERIDO SEGUNDO
AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Jornal preferido	Autodefinição (em números absolutos)			
	Não opinou	Favorecido	Prejudicado	Total
A Gazeta	-	-	2	2
A Notícia	-	1	-	1
A Tarde	-	-	2	2
Brasil de Fato	-	3	1	4
Estado de Minas	-	13	12	25
Estado de SP	1	-	2	3
Folha de SP	1	23	25	49
Jornal do Brasil	-	1	-	1
Lance	-	2	-	2
Não tem	-	10	5	15
O Globo	-	4	3	7
O Regional	-	-	2	2
O Tempo	-	1	-	1
Total	2	58	54	114

Segundo qualidade dos jornais - Perguntamos ao estudante sua opinião sobre a qualidade dos jornais impressos brasileiros e depois promovemos o cruzamento dessa variável com os jornais preferidos. O objetivo era detectar se uma boa avaliação do jornalismo em geral estaria vinculada a determinados periódicos.

A TAB. 32 comprova não ter havido variação significativa na avaliação entre os três órgãos preferidos, Folha de São Paulo, Estado de Minas e O Globo, e entre aqueles que não têm jornal preferido. Entre os que consideram de pouca qualidade os jornais brasileiros, 16% são leitores do EM e 12% da Folha de São Paulo, demonstrando que os leitores do jornal mineiro estão mais insatisfeitos com a qualidade de seu periódico. Entre os 40% de usuários que consideram boa a qualidade, se destacam os leitores de O Tempo, O Estado de SP, Lance e O Globo.

Apenas quatro usuários apontaram como “baixíssima” a qualidade: um é leitor do Brasil de Fato, outro da Folha e dois disseram não gostar de nenhum jornal. Não houve indicação de “excelente” para a qualidade dos jornais brasileiros.

TABELA 32
JORNAL PREFERIDO SEGUNDO AVALIAÇÃO DE QUALIDADE (IMPRESSOS E M GERAL)

Jornal preferido	Como avalia a qualidade dos jornais impressos brasileiros											
	Sem opinião		Baixíssima		Pouca		Razoável		Boa		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
A Gazeta	-	-	-	-	-	-	1	50	1	50	2	100
A Notícia	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	1	100
A Tarde	-	-	-	-	1	50	1	50	-	-	2	100
Brasil de Fato	-	-	1	25	-	-	2	50	1	25	4	100
Estado de Minas	-	-	-	-	4	16	11	44	10	40	25	100
Estado de SP	-	-	-	-	1	33	-	-	2	67	3	100
Folha de SP	1	2	1	2	6	12	21	43	20	41	49	100
Jornal do Brasil	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	1	100
Lance	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100	2	100
O Globo	-	-	-	-	-	-	1	14	6	86	7	100
O Regional	-	-	-	-	1	50	-	-	1	50	2	100
O Tempo	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	1	100
Não tem	-	-	2	13	2	13	9	60	2	13	15	100
Total	1	1	4	4	15	13	48	42	46	40	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.6.19 Jornal preferido e motivo de não consumir Televisão , Rádio e Internet

Televisão - A TAB.33 mostra que os 27 estudantes que não assistem a Televisão em função de falta de tempo se informam preferencialmente por intermédio do jornal Folha de São Paulo (12), Estado de Minas (6) e O Globo (3). Dos leitores da Folha, 60% alegam não ter tempo para assistir a Televisão e do EM representa 67%. Os cinco alunos que alegam não assistir Televisão por questão de hábito se distribuem entre leitores do jornal Brasil de Fato (2), Folha de SP (2) e O Globo (1). Entre os que justificam por não ter aparelho de Televisão em casa ou por não gostar, lêem a Folha de SP.

TABELA 33
JORNAL IMPRESSO PREFERIDO SEGUNDO MOTIVO PARA NÃO ASSISTIR TELEVISÃO

Jornal preferido	Justificativa																	
	Falta tempo		Não tem hábito		Falta tempo e qualidade		Prefiro outros meios		Faltam tempo e hábito		Faltam bons programas		Não tenho TV		Não gosto		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
A Gazeta	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
A Notícia	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
A Tarde	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Brasil de Fato	2	50	2	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100
Estado de Minas	6	67	-	-	1	11	1	11	1	11	-	-	-	-	-	-	9	100
Folha de SP	12	60	2	10	1	5	-	-	2	10	1	5	1	5	1	5	20	100
O Globo	3	75	1	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100
O Regional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	1	100
Não tem	1	33	-	-	-	-	-	-	1	33	1	33	-	-	-	-	3	100
Total	27	61	5	11	2	5	1	2	4	9	3	7	1	2	1	2	44	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Rádio – Assim como no item anterior, a TAB.34 aponta que 32 estudantes que não ouvem Rádio por falta de hábito se distribuem majoritariamente entre leitores do jornal Folha de SP (13), EM (6) e os entrevistados que declararam não ter jornal preferido (6). Entre os que alegam simplesmente não gostar ou por falta de tempo, destacam-se novamente os leitores dos dois jornais mais citados.

TABELA 34
JORNAL IMPRESSO PREFERIDO SEGUNDO MOTIVO PELO QUAL NÃO OUVE RÁDIO

Jornal preferido	Justificativa																		
	Não tem hábito		Prefiro outros meios		Não tem aparelho		Falta de tempo		Não gosta		Não gosta rádios locais		Falta de tempo e hábito		Sinal		Total		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
A Gazeta	1	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50	-	-	2	100
A Notícia	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
A Tarde	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Brasil de Fato	1	25	-	-	2	50	1	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100
Estado de Minas	6	29	2	10	2	10	6	29	2	10	2	10	-	-	1	5	21	100	
Estado de SP	1	33	-	-	-	-	-	-	1	33	1	33	-	-	-	-	-	3	100
Folha de SP	13	33	6	15	5	13	8	20	5	13	2	5	1	3	-	-	40	100	
Jornal do Brasil	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
O Globo	1	20	1	20	-	-	1	20	-	-	2	40	-	-	-	-	-	5	100
O Regional	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	1	100
O Tempo	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Não tem	6	46	1	8	-	-	2	15	2	15	1	8	1	8	-	-	13	100	
Total	32	34	9	11	9	10	19	20	11	12	8	9	3	3	1	1	93	100	

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Internet - Entre os cinco estudantes que alegam falta de tempo para não acessar a Internet, quatro lêem a Folha de São Paulo e um o jornal Estado de Minas (TAB.35). Os demais, que reclamam de preço, local ou falta do equipamento, também são leitores da Folha, o que demonstra a vinculação direta entre o aumento do tempo de consumo de uma mídia e o detrimento do consumo de outra.

TABELA 35
JORNAL PREFERIDO SEGUNDO MOTIVO PELO QUAL NÃO USA INTERNET

Jornais mais citados	Justificativa				Total
	Falta tempo	Falta computador	Custo	Falta local	
Estado de Minas	1	-	-	-	1
Folha de S. Paulo	4	1	1	1	7
Total	5	1	1	1	8

7.6.20 Revistas, jornais, programas de Televisão, de Rádio e sítios de Internet preferidos segundo o período

Revistas preferidas - Os periódicos mais lidos pelos estudantes de Comunicação Social da UFV são a revista Veja, com 49 citações (20%); Super Interessante 35 citações (14%); Época 23 (9%), Caros Amigos 19 (8%), Isto É 15 (6%), Piauí 13 (5%) e Carta Capital, que recebeu 12 referências (5%) (TAB.106) (APENDICE F).

Ao promover o cruzamento do período cursado com a revista preferida, observamos haver uma queda da preferência das revistas Veja, Isto É e Super Interessante. O segundo período representa 34,6% dos leitores da Veja, o quarto e o sexto 22,4% e o oitavo 20,4%. Esses leitores migram para revistas como a Carta Capital e Época, que amplia sua preferência entre os estudantes mais graduados. Esses números são ainda mais evidentes quando se percebe que o segundo período forneceu maior número de citações (75), depois o segundo (69), terceiro período (54) e último (50 citações), segundo mostra a TAB. 36. Essas alterações são resultado do que Sousa (2002) classifica como processos de aculturação, socialização e ideologização dos neófitos, conforme discutimos na revisão de literatura.

TABELA 36
NÚMERO DE REVISTAS CITADAS POR PERÍODO

Período	2º	4º	6º	8º	Total
Quantidade	75	69	54	50	248

Nota: Número absoluto de citações

Jornais preferidos - O cruzamento de jornal preferido com o período cursado demonstra alteração no hábito de consumo ao longo do curso. O jornal Brasil de Fato torna-se mais lido entre os alunos dos sexto e oitavo períodos, enquanto que o EM e a Folha de São Paulo têm distribuição mais equilibrada entre estudantes de todos os períodos (TAB. 37). Dos 15 estudantes que disseram não ter jornal preferido, 60% (nove) estão no segundo período, o que pode ser entendido como desconhecimento ou falta de hábito de consumo da mídia impressa.

TABELA 37
JORNAL PREFERIDO SEGUNDO O PERÍODO

Jornal preferido	Período				Total
	2º	4º	6º	8º	
A Gazeta	1	-	-	1	2
A Notícia	-	-	-	1	1
A Tarde	1	-	1	-	2
Brasil de Fato	-	-	2	2	4
Estado de Minas	7	7	6	5	25
Estado de SP		1	1	1	3
Folha de SP	12	20	7	10	49
Jornal do Brasil	-	1	-	-	1
Lance	1	-	1	-	2
Não tem	9	-	2	4	15
O Globo	2	2	2	1	7
O Regional	-	-	-	2	2
O Tempo	-	-	1	-	1
Total	33	31	23	27	114

Nota: Número absoluto de citações

Programas de Televisão preferidos - A programação da TV Globo é, de longe, a mais assistida pelos estudantes de Comunicação Social da UFV. O Jornal Nacional é o programa de Televisão preferido (58 citações), seguido por novelas (33), Jô Soares (25), Jornal Hoje (23), Jornal da Globo (16), Fantástico (15), Globo Esporte (14), e Bom Dia Brasil (12). “Pânico na TV” é o principal programa citado pelos usuários (7) não veiculado pela TV Globo. Ao analisar por períodos, percebemos diminuição da audiência do JN e de novelas à medida que o estudante avança do segundo em direção ao oitavo período da graduação. Enquanto 19 iniciantes assistem ao JN e três gostam de Jô Soares, nove estudantes do oitavo período assistem ao Jô Soares e oito ao JN. Dos 14 telespectadores que citaram Globo Esporte, apenas um é do oitavo período (TAB.38).

Esses dados comprovam a hipótese de que ao longo da graduação os estudantes tendem a se interessar por programação de Televisão mais informativa, por notícias mais “áridas” ou “sérias”, assim como participar de entidades que tenham por objetivo mudanças na estrutura social (política, ONG’s, e movimento estudantil, principalmente). O resultado confirma ainda a especificidade do estudante de Comunicação Social, que consome mais produtos jornalísticos na Televisão e no Rádio enquanto que os demais estudantes e moradores de Viçosa utilizam tais mídias para o entretenimento, conforme vimos no capítulo anterior.

Ao analisarmos o consumo das mídias Televisão, Rádio, Internet e jornais e revistas impressas, observa-se a existência de concentração de audiência de produtos midiáticos veiculados pelos grupos Folha da Manhã S/A (jornal Folha de São Paulo e UOL) e Globo (TV Globo, Globo.com, G1, Jornal O Globo). Os dois jornais impressos dos grupos respondem por 49% da preferência dos usuários; das 254 citações a programas de Televisão, 219 (86%) são veiculados pela Rede Globo (incluindo canais por assinatura e programa indefinidos, como “novelas” e “filmes”, entre outros); e 120 das 210 menções (57%) das fontes de webjornalismo também pertencem aos dois grupos midiáticos (se excluirmos “outros”, “não lê” e “notícias”, o percentual seria ainda maior).

TABELA 38
PROGRAMAS DE TELEVISÃO PREFERIDOS SEGUNDO O PERÍODO

Programa	Período					Programa	Período				
	2º	4º	6º	8º	Total		2º	4º	6º	8º	Total
Jornal Nacional	19	17	14	8	58	Grande Família	1	3	1	1	6
Novela	14	11	3	5	33	Sem Censura	2	-	3	1	6
Jô Soares	3	9	4	9	25	Recorte Cultural	1	1	1	2	5
Jornal Hoje	7	8	6	2	23	Altas Horas	1	3	-	-	4
Jornal da Globo	5	2	3	6	16	MGTV	1	-	3	-	4
Fantástico	4	3	4	4	15	Caldeirão do Huck	-	2	-	1	3
Globo Esporte	4	5	4	1	14	Esporte Espetacular	1	1	-	1	3
Bom Dia Brasil	5	2	2	3	12	Jornais	-	2	1	-	3
Futebol	3	2	2	3	10	Malhação	1	2	-	-	3
Filmes	3	3	-	2	8	Roda Viva	-	2	-	1	3
Pânico na TV	-	5	2	-	7	Seriados	2	-	1	-	3

Nota: Número absoluto de citações

Radiojornais preferidos - É insignificante o consumo de radionoticiários por estudantes de Comunicação Social, resultado que se assemelha ao do estudo piloto, em que não houve entre os entrevistados quem citasse espontaneamente e acertadamente o nome de algum programa jornalístico em rádio viçosense. O resultado é ainda mais preocupante quando se observa existir em pleno funcionamento a Rádio Universitária FM em sinal aberto, com programação de lazer e jornalística, inclusive com a participação de estagiários do curso de Comunicação Social/Jornalismo. O programa mais citado não é de conteúdo jornalístico (“Open Bar”); “Turma do Bate Bola” e “Quintal Esportivo” (três citações cada) giram em torno do futebol como entretenimento e “Líder FM” não é o nome de um programa, mas da emissora (TAB. 39).

TABELA 39
PROGRAMAS DE RADIOJORNALISMO PREFERIDOS SEGUNDO PERÍODO

Lista de programas	Período					Lista de programas	Período				
	2º	4º	6º	8º	Total		2º	4º	6º	8º	Total
10 Minutos de Informação	-	-	1	-	1	Pânico	-	1	-	-	1
A Voz do Brasil	-	-	-	1	1	Panorama Esportivo	1	-	-	-	1
Bastidores	-	1	-	-	1	Plantão Esportivo	-	1	-	-	1
Bate Bola	-	1	-	-	1	Qualquer Um	-	1	-	-	1
Cheiro de Relva	-	-	1	-	1	Quintal Esportivo	-	3	-	-	3
Diversos	-	-	1	-	1	Rádio Uol	-	1	-	-	1
Ferroteria	-	-	1	-	1	Radio Vivo	-	1	-	-	1
Futebol	1	-	1	-	2	Sete Melhores	-	1	-	-	1
Globo Esportivo	1	-	-	-	1	Toda	-	1	-	-	1
Jornada Esportiva	-	-	-	1	1	Turma Bate Bola	-	2	1	-	3
Jornal da Itatiaia	-	1	-	-	1	Universitária	-	-	-	1	1
Jornal da Pan	1	-	-	-	1	Vitamina	-	-	1	-	1
Líder FM	-	2	-	1	3	Voz do Brasil	-	1	-	-	1
Música e Notícia	1	-	-	-	1	Não Ouve	-	55	4	-	44
Noticias 10	-	-	1	-	1						
Open Bar	3	3	1	2	9						

Nota: Número absoluto de citações

Sítios de webjornalismo preferidos - O G1 é o sítio com maior acesso entre os estudantes de Comunicação Social da UFV com 34 citações, seguido pela Folha SP (33), UOL (32) e Globo (18). A Folha e o UOL fazem parte do mesmo grupo midiático, havendo convergência entre os endereços, inclusive com a publicação das mesmas notícias. O mesmo ocorre entre o G1 e o Globo.

Observa-se a tendência de diminuição da audiência ao G1 (caindo de 14 alunos do segundo período para 4 do oitavo) e, no sentido inverso, o aumento da leitura de Brasil de Fato (de nenhum para dois alunos do oitavo período). A TAB. 40 mostra redução entre os que não lêem noticiários *on line*, caindo de 7 do segundo e do quarto para 1 e 4 do sexto e oitavo períodos, respectivamente.

Entre os vários endereços na Internet que discutem a prática e a teoria do Jornalismo, apenas o Observatório da Imprensa foi citado (três vezes) e o Centro de Mídia Independente (CMI), por quatro estudantes, demonstrando pouca especificidade de consumo em comparação com os moradores de Viçosa e estudantes de outros cursos de graduação da UFV. No mesmo sentido, o resultado coincide com o levantamento da pesquisa piloto, em que prevaleceu audiência aos sítios UOL e Globo.com, enquanto na Internet em geral se destacaram, naquele ambiente, Orkut, MSN e Youtube.

TABELA 40
SÍTIOS DE WEBJORNALISMO PREFERIDOS SEGUNDO O PERÍODO

Webjornais	Período que cursa					Webjornais	Período que cursa				
	2º	4º	6º	8º	Total		2º	4º	6º	8º	Total
Brasil de Fato	-	-	1	2	3	Yahoo	1	1	1	5	8
Observatório da Imprensa	1	-	2	-	3	Terra	2	3	2	2	9
UAI	-	2	-	1	3	Globo	2	3	10	3	18
BBC	2	-	-	2	4	Não Lê	7	7	1	4	19
CMI	-	1	3	-	4	UOL	12	3	8	9	32
MSN	-	2	1	1	4	Folha de SP	5	16	6	6	33
Estadão	2	-	4	-	6	G1	14	10	6	4	34
						Total geral					27

Nota: em número absoluto de citações

7.6.21 Tempo de consumo de Televisão, Rádio e Internet segundo o período

Televisão em geral - Os estudantes dos sexto e do oitavo períodos consomem menos tempo semanal de Televisão do que aqueles dos períodos iniciais. Dos 27 alunos do oitavo período, 70% (19, somados) assiste a menos de quatro horas semanais e 30% nada assiste. Na mesma faixa de tempo, estão apenas 16 alunos do segundo período (48%), 11 do quarto (35%) e 17 do sexto período (74%) (TAB.41).

TABELA 41
 CONSUMO DE TELEVISÃO (LAZER) SEGUNDO O PERÍODO CURSADO

Tempo semanal de consumo	Período em curso									
	2º		4º		6º		8º		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0 min	8	31	4	15	6	23	8	31	26	100
0'1 min a 2h	4	22	3	17	8	44	3	17	18	100
2'1 a 4	4	21	4	21	3	16	8	42	19	100
4'1 a 6	6	35	8	47	1	6	2	12	17	100
6'1 a 10	7	44	5	31	2	13	2	13	16	100
10' 1 a 31	4	22	7	39	3	17	4	22	18	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Telejornal – A TAB. 42 mostra que entre os 12 usuários que mais consomem, acima de 10 horas semanais, destacam-se seis alunos do quarto período, responsáveis por 50% do consumo. Ressalte-se que no momento da coleta de dados esses alunos ainda não tinham cursado disciplinas de telejornalismo, prevista segundo a matriz curricular apenas para os quinto e sexto períodos.

Por outro lado, dos 22 estudantes que nada consomem de telejornalismo ao longo da semana, 46% estão no oitavo período e, do mesmo modo, entre os 27 estudantes do oitavo, dez (37%) consomem "0" minuto semanal. Esse mesmo grupo está entre os que menos assistem a telejornais nos blocos acima de 4 horas semanais de consumo, repetindo-se o ocorrido com a variável Televisão lazer.

O dado é indagador, pois esperava-se (ou se desejava) que o consumo de mídia noticiosa aumentasse ao longo do curso e não o inverso. No entanto, ao observarmos que o conculente tenha maiores restrições à qualidade e à credibilidade das mídias, inclusive a noticiosa, justifica-se a queda de consumo.

TABELA 42
CONSUMO DE TELEJORNAL SEGUNDO O PERÍODO

Tempo semanal de consumo	Período em curso									
	2°		4°		6°		8°		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
0 min	7	32	3	14	2	9	10	46	22	100
0'1 min a 2h	5	50	-	-	2	20	3	30	10	100
2'1 a 4	10	32	11	36	4	13	6	19	31	100
4'1 a 6	5	20	7	28	9	36	4	16	25	100
6'1 a 10	4	29	4	29	4	29	2	14	14	100
10' 1 a 27	2	17	6	50	2	17	2	17	12	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "N°" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Consumo de Rádio em geral - A reduzida audiência a programas de Rádio, aliada à ampla distribuição de preferência entre os poucos estudantes que citaram os programas preferidos, impossibilita a observação de tendências ou padrões de comportamento de consumo desta mídia, conforme podemos observar na TAB.43.

TABELA 43
CONSUMO DE RADIO (LAZER) SEGUNDO O PERÍODO CURSADO

Tempo semanal de consumo	Período cursado									
	2°		4°		6°		8°		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
0' min	22	28	20	25	19	24	19	24	80	100
0' 1 a 3	10	29	8	31	3	12	5	19	26	100
3' 1 a 22	1	13	3	38	1	13	3	38	8	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "N°" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Radiojornalismo - Um dado que se destaca é que parece haver aumento de consumo de radiojornalismo do segundo ao sexto período, a partir de quando volta a cair a audiência. É como se o aluno descobrisse aquela mídia quando a cursa e logo depois a abandona. Um resultado preocupante para os profissionais e professores da área é que 96% dos estudantes do oitavo período e 91% do segundo período nada consomem de radiojornalismo (TAB. 44). Em outras palavras, os quatro anos de ensino não lhe alteraram os hábitos em relação ao consumo de radiojornalismo. Um dos pontos surpreendentes é o aumento do gosto pela programação de Rádio em geral, o que nos sugere discutir o conteúdo programático das disciplinas da área.

TABELA 44
CONSUMO DE RADIOJORNAL SEGUNDO O PERÍODO CURSADO

Tempo semanal de consumo	Período cursado									
	2º		4º		6º		8º		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0' min	30	30	25	25	20	20	26	26	101	100
0' 1 a 3	2	29	2	29	3	43	-	-	7	100
3' 1 a 14	1	17	4	67	-	-	1	17	6	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Radiojornal e motivo pelo qual não lê - Assim como no capítulo anterior, a grande quantidade de estudantes que não ouvem radiojornal impossibilitou estabelecer características de comportamento de audiência segundo os motivos pelos quais não lê jornais ou revistas impressas, conforme se observa na TAB. 107 (APÊNDICE E).

Consumo de Internet em geral - A maioria dos estudantes estão na faixa de consumo de webjornal entre 1 minuto semanal até 6 horas semanais. A TAB.45 mostra que dos 28 alunos que consomem menos de seis horas semanais de programação geral de Internet, quinze (54%) estão no segundo período. Da mesma forma, dos 13 usuários que consomem menos de horas semanais, oito são do segundo período, o que demonstra que a Internet seja mais utilizada à medida que o estudante avança na graduação.

TABELA 45
CONSUMO SEMANAL DE INTERNET SEGUNDO O PERÍODO

Tempo semanal de consumo	Período que o aluno cursa									
	2º		4º		6º		8º		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0' min	1	100	-	-	-	-	-	-	1	100
0'1 a 3	7	58	3	25	1	8	1	8	12	100
3'1 a 6	7	47	4	27	2	13	2	13	15	100
6'1 a 12	7	26	4	15	7	26	9	33	27	100
12'1 a 20	5	23	7	32	5	23	5	23	22	100
20'1 a 30	5	21	8	33	5	21	6	25	24	100
30'1 a 60	1	8	5	39	3	23	4	31	13	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Consumo de webjornal – No grupo dos 53 alunos que consomem de 1 minuto a 3 horas semanais, 21 (40%) estão no segundo período, repetindo -se o mesmo padrão de consumo verificado em relação à audiência de Internet em geral. E os sete alunos que nada consomem estão no sexto período. É interessante observar que no momento da coleta de dados estes estudantes estão justamente matriculados na primeira disciplina ligada à Internet (Multimídia). Entre os 20 alunos que consomem de seis a doze horas semanais, destacam -se aqueles do sexto (25% dos alunos do período) e do oitavo (35%), conforme mostra a TAB.46.

TABELA 46
CONSUMO SEMANAL DE WEBJORNALISMO SEGUNDO O PERÍODO

Tempo semanal de consumo	Período que o aluno cursa									
	2º		4º		6º		8º		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0' min	2	29	3	43	-	-	2	29	7	100
0'1 a 3	21	40	14	26	8	15	10	19	53	100
3'1 a 6	6	23	7	27	7	27	6	24	26	100
6'1 a 12	3	15	5	25	5	25	7	35	20	100
3,30	-	-	-	-	-	-	1	100	1	100
12'1 a 18	1	14	2	29	3	43	1	14	7	100
Total	33	29	31	27	23	20	27	24	114	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

7.7 Comportamento informacional e evocação de notícias

Após o mapeamento do ambiente informacional, iniciamos o experimento de evocação. Desta etapa, participaram 86 dos 114 estudantes, alcançando um índice de 75, 4% de representação deste universo e de 61% do total de alunos do curso. O procedimento Message Questioning Interview foi aplicado para a primeira (N1) e segunda notícias (N2) enquanto que para as terceira (N3) e quarta (N4) pedimos aos estudantes que apenas lessem o material sem fazer qualquer tipo de marcação. A única pergunta era se havia lido aquela notícia anteriormente e o objetivo era tentar excluir esta interferência.

7.7.1 Primeira notícia

A primeira notícia (N1) objeto do experimento de leitura e evocação foi a respeito do aniversário de 40 anos do lançamento da música Travessia, de Milton Nascimento, durante o

Festival Internacional da Canção, ocorrido em outubro de 1967 no Maracanãzinho, no Rio de Janeiro (APÊNDICE C).

Com objetivo de melhor interpretar os dados apurados, agrupamos os alunos segundo o número de evocações e a partir desses grupos realizamos a interpretação de acordo com as variáveis propostas. Na Notícia 1, foram criados os blocos B0 (zero elemento evocado), B1 (um elemento evocado), B2 (duas evocações, sucessivamente), B3, B4, B5 e B6. Os blocos 5 e 6 são compostos por apenas cinco alunos e foram retirados da análise geral do levantamento quando sua pouca representatividade significasse distorções na comparação entre os blocos. Em outros momentos, quando se pretendia avaliar apenas dentro do conjunto de estudantes que evocaram mais de um elemento do lide, excluímos o B0 exatamente por não ter elemento evocado.

Quantidade de evocações - A Notícia 1 (Milton Nascimento) foi a que obteve maior número de evocações, superando em grande medida as Notícias 2, 3 e 4, com o índice de apenas 15% dos estudantes que não se lembraram de nenhum dado da notícia. Da N1, a maioria se lembrou de 2, 3 ou 4 elementos do lide, com 23%, 23% e 21% respectivamente. Três estudantes se lembraram de 5 elementos e dois de 6 elementos.

Período - Ao relacionar a evocação com o período em que o aluno estava cursando, estabelecemos um ranqueamento que apontou para uma significativa perda de qualidade de evocação dos alunos iniciantes. A TAB.47 mostra que dos 23 estudantes que se lembraram de quatro ou mais elementos, seis (33%) estão no 8º período, cinco (28%) no 6º período, oito no 4º (40%) e apenas quatro no segundo período (13%). Ao analisar por período, vemos que 60% dos estudantes do segundo período lembraram-se de dois ou menos elementos enquanto que o mesmo ocorre apenas com 40% do quarto período, 55% dos estudantes do sexto e 38% do oitavo período. O resultado demonstra que a carga de leitura adquirida ao longo do curso, ainda que não seja a desejável segundo os padrões de ensino, fez com que o usuário representasse na memória episódica parte das informações adquiridas (relação entre a informação nova com a antiga).

TABELA 47
EVOCAÇÕES DA N1 POR PERÍODO

Bloco evocativo	Período em curso									
	2º		4º		6º		8º		Total	
	Nº	% do bloco	Nº	% do bloco	Nº	% do bloco	Nº	% do bloco	Nº	% do bloco
BO	5	17	1	5	5	28	2	11	13	15
B1	3	10	4	20	2	11	1	6	10	12
B2	10	33	3	15	3	17	4	22	20	23
B3	8	27	4	20	3	17	5	28	20	23
B4	4	13	5	25	4	22	5	28	18	21
B5	-	-	2	10	1	6	-	-	3	3
B6	-	-	1	5	-	-	1	6	2	2
Total	30	100	20	100	18	100	18	100	86	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Elementos evocados - O sujeito da oração “quem” foi o principal elemento evocado pelos estudantes, com 66 citações (85%) no universo de 78 alunos, confirmando estudos anteriores realizados por Van Dijk (1990), que afirma recordar -se melhor dos lugares (onde) e as pessoas envolvidas (quem), conforme apresentamos na revisão de literatura. Em nosso experimento, apareceu em segundo lugar o fato em si, o “o quê” com 47 vezes (60%) e em terceiro “como” isto aconteceu, com 26 citações (33%).

A predominância expressiva do sujeito da oração (77% do total) nas evocações deve ser relacionada com a centralidade da figura do artista Milton Nascimento dada a quantidade de vezes em que foi mencionada pelos alunos a frase em latim que deu origem a seu nome. Em outras palavras, como foi bastante questionada a expressão *angelus domini nuntiavit Maria*, esperava-se maior evocação do nome “Milton Nascimento”. A pontuação da notícia na pessoa do sujeito – e não em sua carreira profissional - também foi acentuada com suas origens familiares, a questão da adoção, que levou inclusive a sete estudantes evocarem informações relacionadas à mãe e outros a criticarem o caráter “sensacionalista” da notícia que, segundo eles, deveria ter sido focada mais na carreira do artista.

Circunstância da lembrança – Percebemos uma clara vinculação entre a qualidade de evocação, o fato de ter sido utilizada entre o dia da leitura (segunda fase) e o experimento de evocação (terceira fase). A principal recorrência foi “conversa com amigos” (16 menções), “leu outra mídia” (8) e ao ouvir música (3 vezes), estabelecendo assim vínculos entre comportamento informacional e uso da informação.

Embora não seja considerada uma “notícia quente”, outros fatores contribuíram para a evocação, como a referência ao aniversário da carreira de Milton em outras mídias, a exibição da telenovela “Coração de Estudante” e um comercial exibido na Televisão na ocasião do experimento, confirmado por dois alunos. A isto explicará também “assuntos preferidos”, em que “artes” terá grande destaque, vinculando a assim, claramente, a relação entre assuntos preferidos e evocação, conforme endossou o aluno 588 após a leitura da N1: “foi a única que gostei de ler”.

Utilidade da informação – Para mensurar a variável “utilidade da informação” estabelecemos como critério a soma do número de vezes em que cada usuário evocou aquela notícia nas quatro semanas subsequentes ao experimento de leitura do jornal EM (entre a segunda e a terceira fase). O total foi dividido pelo número de usuários e aí chegamos a um índice para cada um dos sete blocos (B0, B1, B2, B3, B4, B5 e B6). (TAB.48)

Em relação à utilidade da informação (quantificando a questão da circunstância da lembrança), observamos que a média de utilização entre os alunos que evocaram apenas uma vez passa de “0” (B0) para 0,11 (B1); 0,38 (B2); 0,45 (B3); 0,44 (B4); 0,66 (B5) e, finalmente, 0,5 aos dois alunos que evocaram seis elementos do lide (B6). O resultado aponta para a relação entre uso e evocação: quanto maior a utilidade, maiores as chances de o leitor se lembrar da notícia lida.

TABELA 48
UTILIDADE DA INFORMAÇÃO

Quantidade de evocações	Índice de utilização
B0	0
B1	0,11
B2	0,38
B3	0,45
B4	0,44
B5	0,66
B6	0,5

Erros de informação - Obviamente, somente houve erros entre aqueles que expressaram evocações mas nos interessa neste momento qualificar, circunstanciar os erros. Assim como o “quem” foi o elemento mais evocado, também neste segmento o “quem” apareceu o maior número de erros, tendo os usuários feito referências a Djavan, Gilberto Gil, Caetano, Tim Maia, “Milton Santos” ou Tom Jobim.

Outra gama de erros esteve bem próxima da narrativa proposta pelo autor da matéria, com menções à infância de Milton (segunda maior causa de erros) quando no texto original apenas citou-se o horário de seu nascimento e o fato de ter sido criado por mãe adotiva. Durante o experimento de evocação, houve algumas referências ao “Clube da Esquina”, do qual Milton Nascimento e Fernando Brant foram fundadores, mas o texto em si não fazia referência ao Clube, o que podemos classificar como erro de “grau leve”. Não houve diferenças significativas entre o tipo de erro e o número de evocações ou em função do período cursado.

Observamos que os cantores citados fazem parte da geração de Milton Nascimento e quase todos participaram de festivais, temática central da N1, o que justificaria parte dos equívocos cometidos e confirma a Teoria dos Esquemas, segundo a qual o dado novo sempre interage com o já existente. Isto significa que as notícias (da forma como a lemos e a entendemos mas não exatamente como foram narradas) se representam cognitivamente em nossa memória formando o Modelo Situacional (VAN DIJK, 1990). Ao interpretar a Notícia 1, o usuário a agrupou a outras experiências acumuladas anteriores, imagens de festivais na Televisão, músicas preferidas, antigas fotografias estampadas nos jornais, idéias a respeito da repressão militar aos artistas, etc, atualizando um Modelo Situacional sobre fato anterior semelhante. Ao ser abordado na terceira fase deste experimento, o usuário trouxe fragmentos destas representações, daí os “erros” de informação.

Volume de marcações - Um dos dados que se sobressaem neste levantamento é que o volume de marcações através do Message Questioning Interview influencia na quantidade de elementos evocados posteriormente, confirmando a eficácia da técnica, realizada em outros experimentos (DERVIN, 2001).

A TAB. 49 revela a tendência de os usuários que mais marcaram seus textos se recordarem melhor das notícias àqueles que nada marcaram (B0), exceto aqueles do B4, cuja média foi 2,72 marcações por notícia. Um número menor de estudantes compôs o B5 e o B6 – os de maior evocação - mas foi nesse segmento também em que tinha havido anteriormente (Fase 2) o maior número de marcações, com média de 5 e 7 marcações por aluno.

TABELA 49
 RELAÇÃO ENTRE EVOCAÇÕES E
 MARCAÇÕES POR MQI DA N1

Quantidade de evocações	Média de marcações no texto por usuário
B0	2,87
B1	3
B2	3,28
B3	3,4
B4	2,72
B5	5
B6	7

Descrição do item de maior marcação - Embora o tema fosse de grande interesse, alguns a consideraram “confusa e entediante” (estudantes 633 e 632). A qualidade do texto foi objeto do maior número de críticas dos leitores. Entre os itens marcados com “/” foi solicitado ao leitor que, no critério de importância, pontuasse as questões em escala de 1 a 3. Nessa variável os principais comentários foram referentes às menções do jornalista à qualidade da composição de Milton Nascimento (a), aos festivais durante a ditadura militar (b), a expressão latina já anteriormente citada (c) e ao nascimento do artista (d).

A expressão latina foi considerada desnecessária e confusa, a questão do nome em relação ao horário de nascimento não ficou suficientemente justificada e mesmo a qualidade foi questionada. O texto é repleto de elogios à carreira do artista e de oposição à indústria cultural, mas alguns alunos contestaram, pois, segundo eles, Milton é “vendido como artista de massa”, vinculado a grandes gravadoras e reclamaram de bajulação, “puxa -saquismo” (o aluno 488 utiliza uma expressão vulgar), como mostra o QUADRO 4.

Outras reclamações foram não ter ficado claro o porquê de o apelido “bituca” ou se tratava de outra personagem, quais eram os outros parceiros a quem se refere o texto (aluno 659), a ausência de referente a Três Pontas, onde Milton foi criado (318), ao desconhecimento de quem é Fernando Brant, ao local de nascimento de Milton e à ausência do nome da mãe biológica. Esses comentários dos usuários são extremamente importantes, segundo a teoria do Sense-Making, para se observar como se situa o usuário no exato instante em que atravessa a ponte (metafórica) de um estado de conhecimento a outro, e as conseqüências que incorrerão, da mesma forma, para a formação e atualização dos modelos situacionais.

QUADRO 4
ITEM DE MAIOR MARCAÇÃO PELO MQI

Descrição do usuário
<i>Milton também é artista de massa</i>
<i>o que era FIC?</i>
<i>frase deslocada no texto</i>
<i>quais outros parceiros?</i>
<i>trecho sobre nascimento é dispensável, frase deslocada</i>
<i>trecho nascimento e ultimo parágrafo confuso e entediante</i>
<i>Deveria explicar quem é F. Brant</i>
<i>apesar de talentoso, Milton é vendido como cultura de massa</i>
<i>juízos de valor são grotescos</i>

Marcações que foram mais lembradas - Verificamos haver relação entre as marcações e os elementos posteriormente evocados, tal como ocorrera durante o estudo piloto. Além de interferir na pesquisa sobre os elementos do lide evocados, o comentário foi necessário para objetivar lacunas, pontes e necessidade e informação. A maioria não evocou exatamente aquele trecho ou expressão que havia considerado importante. Isto se justifica porque as marcações podem realizar-se a partir de volições do próprio leitor e não do texto em si e a interpretação envolve um complexo sistema de reconstrução que envolve lacunas informacionais, motivações e objetivos do usuário, credibilidade do noticiário e expectativas de uso daquela informação, como vimos na revisão de literatura. Por exemplo, o aluno 641 registrou 11 marcações (o de maior número dentre os colegas) mas nenhuma delas estava entre os 6 elementos evocados na fase posterior. Assim, o efeito da marcação por MQI atende à alimentação da representação da memória episódica em seus aspectos mais gerais.

Escala crítica - Com base nos comentários a respeito das marcações, esta belecemos uma escala crítica que varia de 0 a 3, sendo “0” o aluno que demonstrou nenhuma interpretação crítica da notícia lida e “3” o estudante que mais questionou a notícia 1. Somamos as avaliações atribuídas a cada aluno e dividimos o total pelo número de alunos daquele bloco, chegando então a uma média geral daquele bloco.

Neste segmento, o B0 teve média de 0,69, o B1 0,44; B2 de 0,57; B3 de 0,7; B5 de 0,25 e o B6, bloco de maior evocação, obteve escala crítica 2 (TAB. 50). Excluídos aqueles que nada evocaram, percebemos alguma relação entre a crítica, o diálogo com o texto, e a qualidade evocativa. Tal análise será consubstanciada ao promovermos o cruzamento de credibilidade com evocação.

TABELA 50
ESCALA CRÍTICA DA N1

Quantidade de evocações	Índice médio da crítica
B0	0,69
B1	0,44
B2	0,57
B3	0,7
B4	1
B5	0,33
B6	2

Soma de escala de importância – Como vimos na discussão da técnica de coleta de dados, após cada marcação “/”, os usuários deveriam registrar uma pontuação de 0 a 5 segundo o grau de importância que ele confere àquele trecho marcado. O procedimento reafirma os postulados Sense-Making da autonomia ao ponto de vista do ator, do usuário, no instante em que se vê frente a uma questão, ou problema, e não necessariamente aos critérios de importância pré-estabelecidos pelo emissor da mensagem e que, no caso da notícia, se caracterizam pelos elementos do lide.

Nessa variável, somamos as escalas realizadas após cada marcação por MQI e dividimos o total pelo número de alunos de cada bloco evocativo, criando um índice de escala de importância conferida àquela notícia lida. Posteriormente, a análise nos mostrou haver uma ligeira tendência a evocar mais elementos aqueles leitores que pontuaram com maior numeração seus comentários (TAB.51).

TABELA 51
EVOCAÇÃO SEGUNDO ESCALA DE IMPORTÂNCIA

Quantidade de evocações	Média da escala de importância
B0	5,61
B1	5,55
B2	6,42
B3	6,5
B4	5,5
B5	8,33
B6	11,5

Expectativa de uso - Foi sugerido que anotassem os primeiros sentimentos ou idéias que viessem à mente durante a leitura das palavras e frases iniciais. Estes registros tornaram-se a variável “expectativa de uso”, cuja maior incidência pode ser acompanhada na TAB.52 - e que condicionam a recepção da mensagem pois “tudo o que a mente vai compreender

depois, acompanhando ou não o locutor até o seu ponto final, é condicionado pelas imagens mentais disparadas neste primeiro instante” (MEDITSCH, 2003). Conforme vimos na revisão de literatura, o contrato de leitura pressupõe ao leitor saber quais tipos de notícia encontrará, sendo refratário a grandes surpresas, daí serem reduzidas as ocorrências de mudanças de opinião mas de reforço daquelas já existentes.

É neste sentido que verifica-se que os estudantes que imaginaram a cena do palco ou expressaram sentimentos estimulados por músicas de Milton Nascimento tiveram posteriormente maior número de evocações, confirmando os pressupostos de Van Dijk (1990) apontados na revisão de literatura. Vários alunos associaram o festival nos anos 1960 (citado pela notícia) ao regime militar - assim retomando a cena muitas vezes exibida pela Televisão - da importância dos festivais durante a ditadura. A abertura da N1, situando o fato no palco do Maracanãzinho, favoreceu a formação de uma imagem inicial de que o texto trataria de competição esportiva. Não foi possível detectar variações de evocação quanto à quantidade das expectativas pois apenas três dentre os 86 alunos não registraram expectativas de uso.

TABELA 52
MAIORES EXPECTATIVAS ANTES DA LEITURA

Nº de citações	comentário do leitor
15	que se tratava de biografia
9	imaginou o show
8	competição esportiva
8	festivais e ditadura
5	lembrança de músicas
2	leitura cansativa
2	imagens estádio cheio
2	lide interessante

Dúvida após ler – Imediatamente logo após a leitura, perguntamos aos entrevistados se tiveram críticas ou dúvidas em relação àquela notícia com o objetivo de caracterizar lacunas de informação. De uma maneira geral, o fato narrado pela N1 suscitou poucas dúvidas mas a qualidade do texto foi censurada. As principais questões registradas foram as realizadas junto às seguintes marcações: “latim”, “parceiros” e qual seria o “gancho”, o que motivou aquela matéria. Não foi percebida relação entre esta variável e a quantidade de elementos evocados ou ainda segundo o período cursado pelo estudante.

Leu antes? – Perguntamos ao usuário se havia lido antes aquela reportagem com o objetivo de tentar caracterizar, na fase seguinte, se a introdução desta variável promoveria alterações no experimento de evocação. Somente um dos 86 estudantes havia lido a matéria

antes daquele experimento e outros três disseram ter sabido do fato sem, no entanto, ter lido a N1. O resultado não oferece análises quanto à evocação.

Grau de interesse - O experimento não revelou nenhuma relação entre o grau de interesse pela N1 e o número de evocações. Em uma escala de interesse que variava de 0 a 4, a média geral dos 86 estudantes foi de 1,94. Podemos fazer uma distinção entre o interesse do leitor por aquela notícia que acabou de ler (e que foi muito criticada, segundo vimos) e o interesse por assuntos ligados a artes em geral (que demonstrou ser uma variável que influencia na quantidade de elementos evocados).

Impresso/hábito de leitura – A partir do mapeamento informacional, promovemos o cruzamento da frequência semanal de leitura (inclusive se lê “irregularmente”, “regularmente” ou “somente quando está em casa dos pais”) com a quantidade de evocação, caracterizando assim o comportamento informacional dos estudantes de Comunicação Social.

A média de consumo dos alunos que nada recordaram sobe de 1,07 e atinge 1,27 no B4. No grupo dos cinco alunos que fazem parte do B5 e B6 a média foi 0,6 e 1, respectivamente, motivada por dois estudantes que afirmaram não ler diários, pontuando “0” e, portanto, puxando significativamente a média para baixo. Enquanto a média geral dos estudantes foi de 1,16, a média dos que nada evocaram foi de 1,07 (TAB.53). O resultado confirma teorias sociocognitivas a respeito do consumo de notícias, que relacionam nível de decodificação e de evocação a hábito de consumo de jornais impressos.

TABELA 53
QUANTIDADE DE EVOCÇÃO DA
N1 POR HÁBITO DE LEITURA

Quantidade de evocações	Média do índice de leitura
B0	1,07
B1	1,11
B2	1,23
B3	1,25
B4	1,27
B5	0,66
B6	1

Telejornal, Televisão para Lazer, Radiojornal, Rádio para Lazer - O hábito de consumo de telejornalismo, radiojornalismo e programas de entretenimento na Televisão e no Rádio parecem influir na quantidade de evocação dos estudantes que participaram do

experimento. Embora menos evidente do que no experimento com jornais impressos, percebe-se que a partir do maior consumo de informações por intermédio das mídias eletrônicas, há uma correspondência na quantidade de evocações. Na TAB.54, a coluna à esquerda (blocos de evocação) representa a quantidade de evocações e as colunas à direita a média entre a soma do consumo das quatro mídias eletrônicas citadas anteriormente.

TABELA 54
EVOCAÇÃO SEGUNDO TOTAL EM MINUTOS DO CONSUMO DE TV E RÁDIO

Evocação	Consumo semanal em minutos				Média geral
	Telejornal	TV lazer	Radiojornal	Rádio lazer	
B0	240	165	7	7	104
B1	159	546	31	72	202
B2	328	276	32	28	166
B3	282	399	25	122	207
B4	253	330	27	27	159
B5	240	559	6	60	216
B6	840	240	-	-	270

Separadamente, a análise demonstra haver pequena variação na relação entre o número de evocações (representando por B0 a B6) e a média de consumo das mídias eletrônicas, conforme se vê na TAB. 55. Nesta perspectiva, a medição do consumo da mídia Rádio é prejudicada pela escassez de audiência, pois o resultado não reflete a média de uma totalidade mas a preferência de um número bem reduzido de alunos mas que não representa a média de todos. O mesmo já ocorrera no experimento piloto também devido ao baixo consumo de Rádio.

TABELA 55
EVOCAÇÃO SEGUNDO MÉDIA POR ALUNO DE CONSUMO DE TV E RÁDIO

Evocação	Telejornal	TV lazer	Radiojornal	Rádio lazer	Média geral
B0	4	2,76	0,13	0,13	1,75
B1	2,66	9,11	0'53	1'20	3,37
B2	5,47	4,61	0'54	0'48	2,77
B3	4,7	6,65	0'42	2'04	3,45
B4	4,22	5,5	0,45	0'46	2,65
B5	4	9,33	0'10	1	3,6
B6	14	4	-	-	4,5

Internet para lazer, Webjornalismo – Quanto à audiência de Internet, seja como lazer (Orkut, e-mails, YouTube, etc) ou como consumo de notícias (webjornalismo), não foi possível detectar diferenças de evocação segundo a quantidade de horas despendida.

Variabilidade de fontes - As indicações dos jornais e revistas preferidos foram contabilizadas e formaram o item “variabilidade de fontes”. Esta variável foi desdobrada em dois procedimentos de averiguação. No primeiro, partimos do pressuposto da existência de relação entre a diversificação de fontes de consumo de informação e a evocação sendo o usuário portador de maior acervo informacional - assim como ocorrera no estudo piloto com estudantes e moradores de Viçosa.

Promovemos então uma leitura horizontal, individualizada, tentando responder a esta hipótese e o resultado foi positivo para 52 alunos e negativos para 34. Em outras palavras, *a maioria dos estudantes que têm maior diversificação de leitura evocou melhor na terceira fase deste experimento*, reafirmando o que já ocorrera com os estudantes de outros cursos e moradores de Viçosa no estudo piloto. Em um segundo momento, apenas somamos os totais de cada aluno e dividimos pela quantidade de evocações, estabelecendo uma média em cada bloco. Nesta abordagem não foi possível observar alterações, conforme vemos na TAB.56.

TABELA 56
EVOCAÇÃO SEGUNDO A VARIEDADE DE FONTES

Evocação	Mais de 3 fontes	Média de fontes
B0	47%	3,2
B1	56%	3,5
B2	48%	3,2
B3	70%	4
B4	73%	4
B5	67%	3,3
B6	-	1,5

Credibilidade impresso, Webjornalismo, Estado de Minas, Índice de Credibilidade - De acordo com as respostas às opções de credibilidade oferecidas ao jornalismo impresso e webjornalismo em geral e ao jornal Estado de Minas, em particular, compusemos uma tabela em cruzamento com o número de elementos evocados e que formaram o B0, B1, B2, B3, B4, B5 e B6. Da soma da média geral das três opções de mídia, criamos uma quarta variável, o Índice de Credibilidade (IC), que é uma tentativa de se atingir uma análise ainda mais global da variável “credibilidade”.

Percebemos aumentar o índice de evocação à medida que diminui a crença que o leitor deposita naquela mídia, conforme mostra a TAB.57. Em outras palavras, nesta terceira fase deste experimento, quanto maior a desconfiança maior o número de lembranças, repetindo o que ocorrera com leitores do jornal Tribuna Livre durante a pesquisa piloto. Não sabemos explicar se este mecanismo opera em cruzamento com outras variáveis não detectáveis nesta

pesquisa, como nível de escolaridade, renda familiar, entre outras, ou se justifica por si só, o que demandaria novas investigações.

TABELA 57
EVOCAÇÃO DA N1 SEGUNDO
CREDIBILIDADE EM IMPRESSOS E AO WEBJORNALISMO

Evocação	Credibilidade		
	Impresso em geral	Webjornal	Índice de Credibilidade
B0	3,3	3,5	3,4
B1	3,2	2,3	2,8
B2	3	3,25	3,12
B3	3	2,55	2,77
B4	2,7	2,6	2,7
B5	3,6	2,7	3,2
B6	3	3	3

Qualidade/Brasil, Estado de Minas, Índice de Qualidade - Na primeira fase deste levantamento, perguntamos aos estudantes como avaliam a qualidade dos jornais impressos em geral e do jornal Estado de Minas em particular - de onde foram retiradas as quatro notícias lidas na fase posterior. Com o resultado, tal como fizemos no item anterior, compusemos o Índice de Qualidade (IQ), uma média da avaliação dos jornais em geral e do EM.

Nesta variável, podemos observar que, excluídos os alunos que evocaram 5 ou 6 elementos (e que constituem uma exceção, conforme alertamos no início deste capítulo), há uma tendência de maior evocação entre os leitores que avaliam mais criticamente as opções apresentadas – tal qual aconteceu quando foi introduzida a variável credibilidade. Obviamente, a amostragem possibilita algumas variações entre os blocos mas a tendência é claramente identificada pela TAB.58.

Com o objetivo de conferir esse resultado, fizemos a mesma avaliação mas a partir de uma leitura horizontal e com o mesmo universo de estudantes. Dado o elevado número de estudantes que desconhecem o jornal Estado de Minas, conforme apontamos no capítulo anterior, avaliamos apenas a categoria “jornais impressos” em geral. Nesta coluna havia cinco opções, de “não tenho opinião” (0) até “excelente” (5), e 85 estudantes marcaram entre as opções 1 e 4, que serviram de parâmetro para esta avaliação. O resultado confirmou a investigação anterior, com 46 estudantes confirmando a tese de que o maior grau de ressalvas quanto à qualidade dos jornais impressos em geral pode representar tendência para a quantidade de evocação.

TABELA 58
EVOCAÇÃO SEGUNDO A QUALIDADE DOS JORNAIS EM GERAL
E DO JORNAL ESTADO DE MINAS

Evocação	Qualidade		
	jornais brasileiros	jornal Estado de Minas	Índice de qualidade
B0	3,38	2,69	3,03
B1	3,22	3,11	3,16
B2	3,09	2,52	2,8
B3	3	3	3
B4	3,16	1,77	2,45
B5	3,33	3,33	3,33
B6	3,5	-	1,75

Autodefinição socioeconômica - De acordo com pesquisas desenvolvidas por Van Dijk, o leitor que se percebe como socialmente prejudicado teria um perfil mais crítico perante o mundo e apresentaria tendência para evocar com maior qualidade as notícias que consumiu. Assim como no estudo piloto, não percebemos alterações significativas ao introduzirmos esta variável em nosso levantamento, embora possamos apontar uma leve tendência contrária a esta tese, principalmente, entre os estudantes membros do B4 e B5. A TAB. 59 revela que quanto mais o aluno se vê favorecido socialmente maior foi o número de elementos evocados. Caberia investigar em futuros levantamentos se outras variáveis decorrentes de um efetivo benefício socioeconômico promovem maior evocação.

TABELA 59
EVOCAÇÃO DA N1 SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Bloco	Nº usuários*	Prejudicados**	Favorecidos**
B0	13	6,9	8,1
B1	10	4,6	5,8
B2	20	12,7	11,6
B3	20	9,3	13,9
B4	18	8,1	12,7
B5	3	2,3	1,1
B6	2	100	-

Nota: * em números absolutos; ** relativo a %

Entidades (nível de participação ou interesse) - Entre as opções apresentadas, a maioria dos alunos que participaram do experimento de evocação registrou maior envolvimento com organizações não governamentais (152 citações), política (132) e esportes (120), conforme vimos no capítulo anterior. Quando promovemos o cruzamento dos blocos de

evocação, percebemos melhor evocação de elementos do lide (B3, B4 e B5) entre aqueles de maior participação ou interesse por política.

Entre os estudantes que nada evocaram foi onde a opção “interesse por esporte” e “ONG” teve maior representação (20 citações cada). Entre os usuários que evocaram 5 elementos (B5) política e esportes empataram com 3 citações cada. Somente no B6, esportes obteve a primeira colocação, com 7 citações. A introdução desta variável demonstrou ainda haver maior engajamento social e/ou interesse entre os estudantes com maior número de evocações. Tal tendência foi confirmada quando somamos todas as escalas de participações, por bloco, e depois tiramos uma média geral. (TAB. 60). Se o leitor mais socialmente engajado dialoga e evoca melhor as informações, ele também receberá menor influência da mídia pois as mensagens concorrerão com conceitos sociais, influência de líderes e de grupos ou entidades.

TABELA 60
EVOCAÇÃO SEGUNDO ESCALA DE PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Evocação	Ordem de engajamento	Média de engajamento	Escala de participação
B0	ONG 20 ; ESP 20 ; REL 15; POL 14 ; EST 12 ; CLA 7 ; SIN 5	7,15	0,389
B1	ONG 18 ; POL 17 ; REL 13; EST 13 ; ESP 12 ; CLA 8 ; SIN 2	9,22	0,369
B2	ONG 46 ; ESP 26 ; POL 26; REL 25 ; EST 25 ; CLA 12 ; SIN 11	8,14	0,368
B3	POL 37 ; ESP 33 ; ONG 30; EST 25 ; CLA 24 ; REL 22 ; SIN 12	9,15	0,376
B4	ONG 33 ; POL 33 ; EST 25; ESP 21 ; SIN 23; REL 19 ; CLA 17	9,5	0,379
B5	POL 3 ; ESP 3 ; CLA 2 ; SIN 2; EST 6 ; ONG 5 ; REL 5	8,66	0,37
B6	ESP 7 ; ONG 3 ; POL 2; REL 2 ; EST 2 ; CLA 2 ; SIN 2	10	0,356

Assuntos preferidos - No cômputo geral, em número de vezes que aparece independente da ordem de opção, artes aparece com 81%, política (71%), local (69%), Televisão (59), esporte (50%) e economia (41%), conforme mostra a TAB.61.

TABELA 61
EVOCAÇÃO DA N1 SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Assuntos	citações como 1ª opção	Percentual	Assuntos	nº geral de citações	percentual em que é citado
ART	36	42	ART	70	81
ESP	16	19	POL	61	71
POL	12	14	LOC	59	69
			TV	51	59
			ESP	43	50
			ECO	35	41

Com o objetivo de aprofundar a investigação da interferência da preferência de assuntos na qualidade da evocação, promovemos o cruzamento e a preferência interna dentro de cada bloco evocativo e como primeira opção. Artes continua sendo citada como primeira opção em todos os blocos, exceto no B6, quando empata com esportes. No critério de citações gerais, mas ainda interna, por blocos, artes é mais citada no B0 (12 vezes), B2 (18), B3 (14), B4 (15), B5 (3) e B6 (2). Locais se destaca no B1 (7 citações), B4 (15) e B3 (3). TAB.108 (APÊNDICE E).

7.7.2 Segunda notícia

A segunda notícia utilizada como objeto do experimento de leitura e evocação refere-se ao indiciamento de quatro servidores públicos do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais acusados de “promover uma megaqueima de arquivo” (APÊNDICE C). Assim como no capítulo anterior, analisamos o resultado do experimento de evocação com a N2 agrupando os alunos em blocos segundo o número de evocações e a partir destes grupos realizamos a interpretação de acordo com as variáveis propostas.

Devido ao menor número de evocações, em comparação com a N1, foram criados apenas três blocos: B0 (zero elemento evocado), B1 (um elemento evocado), B2 (duas evocações) e B3 (três evocações). Como se vê na TAB.62, o B0 tem 49 membros, sendo responsável por mais da metade de todos os estudantes. Entendemos que tal disparidade pode, em alguns momentos, influir no resultado da análise comparativa com os demais grupos. O B0, também por não ter elemento evocado, foi retirado da análise quando se pretendia comparar blocos de evocações.

Quantidade de evocações – A Notícia 2 obteve menos evocações que a N1, com o índice de 57% (49) dos 86 estudantes que não se lembraram de nenhum elemento da notícia. Dentre os 37 que evocaram, o B1 tem 15 membros, o B2 13 e o B3 é composto por 9 leitores, com índices de 17%, 15% e 10% respectivamente. Por ordem de interesse, revelamos no mapeamento informacional que os estudantes preferem artes, o que explica parcialmente a redução da quantidade de evocação a partir da primeira notícia.

Período - Ao relacionar a evocação com o período em que o aluno está cursando, estabelecemos um ranqueamento que confirmou o oitavo período como o de maior qualidade

evocativa. O B3 está composto por 67% de membros do oitavo período, 22% do segundo e 11 do quarto período (TAB 62)

TABELA 62
EVOCAÇÃO POR PERÍODO

Evocação	Período									
	2º período		4º período		6º período		8º período		Total	
	Nº alunos	% do bloco	Nº alunos	% do bloco	Nº alunos	% do bloco	Nº alunos	% do bloco	N. alunos	% do bloco
BO	18	37	12	24	10	20	9	18	49	100
B1	5	33	3	20	5	33	2	13	15	100
B2	5	38	3	23	4	31	1	8	13	100
B3	2	22	1	11	-	-	6	67	9	100
Total	30	33	19	20	19	84	18	27	86	100

Elementos evocados – Para análise da N2, recolhemos as palavras ou expressões evocadas que compuseram um banco de elementos e que foram posteriormente descritas e interpretadas. A maioria das lembranças esteve relacionada a alguma idéia de incêndio criminoso cometido por servidores sob encomenda de políticos e a variações decorrentes desta idéia, basicamente o “o quê” aconteceu, tal como ocorrera com o experimento piloto com estudantes de outros cursos e moradores de Viçosa. Os principais elementos evocados foram (14 vezes), “incêndio” (13), “corrupção” (12) e “local do fato” (9 vezes). Também foram citados “funcionalismo”, “servidores”, “justiça” e “nomes de acusados”, entre outros.

Entre os 15 leitores do B1 a palavra “política” apareceu dez vezes e “corrupção” quinze. No B2, predominaram “incêndio” (6 vezes), “corrupção” (5) e (3 citações) e no B3 foram (1), “corrupção” (3) e “incêndio” (7 vezes). Após este resultado, retornamos ao texto - resposta sobre o que se recordavam e confirmamos que a alta menção à palavra “política” no B1 deve-se a leitores que simplesmente se lembravam de a N2 tratar -se de “um político corrupto” sem, no entanto, se estender no tema provavelmente por não terem a que se referir. Os demais leitores que se recordaram foram paulatinamente sendo mais precisos na evocação e “política” deu vez a “incêndio”.

Circunstância da lembrança – No experimento da N2 não houve lembrança/utilização entre o dia da leitura (segunda fase) e o experimento de evocação (terceira fase) um mês depois. A N2 tratava de desdobramentos de um fato ocorrido um ano antes e nestes 30 dias não houve novas referências ao episódio no próprio EM (que acompanhamos) ou em outras mídias (em que tivemos conhecimento).

Utilidade da informação – Como vinculamos a utilidade da informação à quantificação da circunstância da lembrança, não houve, neste critério adotado, uso da informação, embora saibamos que, possivelmente, ao ler notícias de igual teor, algum estudante que participara do experimento lembrar-se-ia naquele momento do incêndio criminoso ocorrido no Tribunal de Contas do Estado.

Erros de informação – A cobertura jornalística do fato narrado na N2 está situada entre a abordagem política (motivação política) e policial (um incêndio criminoso) e tal característica levou a vários erros de informação. O desconhecimento das funções de um tribunal de contas (órgão de apoio a parlamentos na fiscalização de atos do executivo) e do Ministério Público levou alguns leitores a entenderem ser um órgão do Poder Judiciário ou mesmo do aparato de segurança pública estadual. A tentativa de vasculhar a memória para a resposta pode ser outra explicação para os erros de informação detectados. Os principais equívocos foram: “corrupção policial”, “corrupção no Senado”, “juízes presos”, “votação de projeto”, “governo PSDB”, “incêndio em Fórum” e “arquivos Polícia Militar”.

Volume de marcações - A literatura discutida no Capítulo 7 pressupõe que o volume de marcações através do MQI influenciará na quantidade de elementos evocados posteriormente. Assim como durante o experimento com a N1, os alunos que mais marcaram seus textos se recordaram melhor das notícias àqueles que nada marcaram (B0). Chegamos a esta conclusão após somar o número de marcações de cada bloco e deste total retirar uma média. No B0 a média foi de 2,63; no B1 subiu para 2,66; no B2 alcançou o máximo de 4,15 e no B3 a média foi de 2,66.

Descrição do item de maior marcação – Ao contrário da N1, notícia “leve”, a N2 pode ser classificada como uma notícia complexa, de compreensão mais difícil e foi escolhida justamente para (a) compararmos com a N1 e (b) avaliarmos se o fato de ter mais dados, mais elementos, traria maior ou menor evocação. Como prevíamos, o texto foi considerado “pesado” por boa parte dos leitores. De fato, o caso em si é de difícil explicação pois envolve suspeitas, indícios, provas e contra-provas, Judiciário, governo, legislativo e segurança pública mas foi tratado dentro dos meandros da política, o que levou o repórter a dar um tratamento cauteloso à narrativa. Neste sentido, surgiram várias dúvidas por parte dos leitores, conforme mostra o QUADRO 5:

QUADRO 5
ITEM DE MAIOR MARCAÇÃO DA N2

Descrição do usuário
<i>Não entendo porque continuam a receber salários se não estão trabalhando...</i>
<i>Porque foi provocado o incêndio?</i>
<i>Gostaria de saber o significado da palavra nepotismo</i>
<i>Não citou as novas provas apresentadas</i>
<i>Frase não esclarece quem são os 'superiores'</i>
<i>Quais são as provas?</i>
<i>Texto não especifica o termo 'graduado'</i>
<i>Não foi especificado o porque da queima de arquivo</i>
<i>Não entendi porque testemunhas seriam intimidadas</i>
<i>Teve provas? Foi julgado? Condenado?</i>
<i>Contradição (do texto): 3 ou 4 acusados?</i>
<i>Notícia incompleta</i>
<i>Quais são os indícios significativos?</i>
<i>O que foi queimado?</i>
<i>O MP não faz parte da Justiça?</i>

Foram feitos 28 comentários com críticas ao texto (“lide incompleto”, “texto não é claro”, “trecho confuso”), 12 críticas ou julgamento ao fato em si (“é absurda a quantidade de crimes que os três são acusados”) ou a pessoas citadas e seis elogios ao texto (“jornal mostrou também o ponto de vista dos acusados”), entre outras referências, comprovando o caráter ativo do usuário, que dialoga com o texto a partir do instante que o percebe.

Marcações que foram mais lembradas – Confirmamos haver relação entre as marcações e os elementos posteriormente evocados, mas, como ocorreu na N1, a maioria dos leitores não evocou exatamente o que havia considerado importante. Como afirmamos na análise da N1, as marcações podem se realizar a partir de opiniões do leitor a respeito do fato e não do texto em si. As marcações mais lembradas foram: comentário sobre os acusados (5 vezes), corrupção (5) e incêndio (4 vezes).

Escala crítica – Assim como no experimento com a N1, estabelecemos uma escala crítica (0 a 3) baseada nas marcações, sendo 0 a interpretação acrítica da notícia lida. Neste segmento, o experimento com a N2 comprovou que quanto maior o diálogo com o texto, maior a possibilidade de evocação.

Soma de escala de importância - Nesta variável somamos as notas atribuídas a cada “/” e dividimos pelo número de alunos, estabelecendo uma média por bloco. Neste cruzamento, o B2 e o B3 apresentaram média superior aos demais (TAB. 63).

TABELA 63
EVOCAÇÃO SEGUNDO ESCALA DE IMPORTÂNCIA

Evocação	Média
B0	5,85
B1	4,73
B2	8,76
B3	6,33

Expectativa de uso – Tão logo lessem as expressões iniciais, o leitor deveria registrar seus primeiros sentimentos e idéias que, como vimos, condicionam a interpretação do restante da leitura. Estes registros formaram um banco que tornou-se a variável “expectativa de uso” por intermédio da qual observamos que os leitores demonstraram falta de interesse ou mesmo aborrecimento pela temática “política e corrupção” (TAB.64). Confirma-se assim que a cobertura predominantemente negativa, sensacionalista, “aborrece” aos leitores, tornando -os incrédulos quanto à credibilidade e utilidade daquelas informações. É neste primeiro momento que atualizam-se as primeiras idéias e “pré-conceitos” a respeito daquele fato e que põem abaixo os mitos da neutralidade, imparcialidade e neutralidade.

TABELA 64
EVOCAÇÃO SEGUNDO EXPECTATIVA ANTES DA LEITURA

Nº de citações	comentário do leitor
19	Corrupção
17	aborrecimento com a temática corrupção
10	crítica ao texto
10	referência a suspeitos ou a pessoas
3	imagem do incêndio

O fato de apenas 11 entre 86 estudantes não terem registrado expectativa de uso demonstra alta adesão ao experimento e confirma que a pré-leitura é responsável pelo ambiente em que a mensagem irá se integrar. O usuário considera sua participação na pesquisa, percebe os colegas ao lado, se vê diante de pontes e lacunas informacionais. Ao dizer “lá vem mais uma notícia chata sobre corrupção”, o usuário inicia a formação da superestrutura para o esquema cognitivo de interpretação tendo em vista sua resposta ser condicionada a determinadas situações. No entanto, não foi possível estabelecer vínculos entre a qualidade da expectativa de uso e posterior evocação mas confirmar os pressupostos Sense-Making de que a observação humana é coagida por limitações que circundam este olhar. Ao contrário da N1, que despertou interesse na leitura e formação de imagens visualizando o show de Milton Nascimento no Maracanãzinho ou de festivais durante a ditadura militar, a maior parte das avaliações iniciais a respeito da N2 foi bastante

desfavorável, como vemos no QUADRO 6, o que talvez ajude a explicar o baixo interesse na leitura e conseqüente nível reduzido de evocação.

QUADRO 6
MAIORES EXPECTATIVAS ANTES DA LEITURA DA N2

Descrição
<i>Mais uma safadeza no Brasil</i>
<i>Mais uma matéria de corrupção</i>
<i>Mais corrupção!</i>
<i>Tipo de notícia que pouco me interessa</i>
<i>Ih! Lá vem mais uma notícia chata sobre corrupção!</i>
<i>Mais uma notícia de corrupção que vai sumir daqui a uma semana</i>
<i>Notícia importante mas chata de ler</i>
<i>Que preguiça de ler isto!</i>
<i>Início de texto chato</i>
<i>Não gostaria de ler tal assunto</i>
<i>Início cansativo por nomes e siglas</i>

Dúvida após ler – Após a leitura, os estudantes foram estimulados a registrar eventuais dúvidas que foram analisadas e classificadas em categorias. Na N1 houve poucas dúvidas mas na N2 surgiram 17 questões ligadas à investigação do incêndio: estas foram as principais motivações de dúvidas após a leitura. Em seguida apareceram 17 críticas ao texto e dois comentários em relação à temática. Não foi percebido vínculo entre esta variável e a quantidade de elementos evocados ou segundo o período que cursa. Algumas dúvidas apontadas pelos leitores (QUADRO 7).

QUADRO 7
DÚVIDAS APÓS LER A N2

Descrição
<i>Trecho confuso sobre sigilo bancário...</i>
<i>Não consegui entender o contexto</i>
<i>Quais eram os reais motivos do incêndio?</i>
<i>Qual a defesa dos acusados?</i>
<i>O que foi revelado com a quebra do sigilo?</i>
<i>Qual Oliveira? Tem dois...</i>
<i>O MP não faz parte da Justiça?</i>
<i>Porque continuam a receber salários?</i>

Leu antes? Dos 86 estudantes, três já haviam lido a matéria e outros 12 souberam do fato sem, no entanto, ter lido a N2. A introdução desta variável não significou alteração no resultado deste experimento de evocação mas observamos ter a N2 um maior volume de conhecimento do que a N1 sem que isto tenha correspondido a maior volume de evocação ou mesmo de compreensão da notícia, como vimos anteriormente.

Grau de interesse - O experimento não revelou nenhuma relação entre o grau de interesse pela N2 e o número de evocações segundo os blocos. Em uma escala de 0 (nenhum interesse) a 4 (máximo de interesse), a média geral dos 86 estudantes foi de 1,87 enquanto na N1 a média de interesse tinha sido de 1,94. Ressalte-se que a questão foi proposta após a leitura da notícia, cuja qualidade e tema foi muito criticada pelos leitores e, como vimos na revisão de literatura, a memória de curto prazo tem capacidade limitada (VAN DIJK, 1990) e o usuário seleciona aquelas que se ajustam a seu modelo de crenças (SOUZA, 2002).

Impresso/hábito de leitura - O resultado confirma pesquisas a respeito do consumo de leitura de notícias, que conferem maior nível de evocação entre os leitores de jornais impressos. De acordo com a frequência semanal de leitura (quantas vezes por semana, se lê “irregularmente”, “regularmente” ou “somente quando está em casa dos pais”), foram pontuados os níveis de leitura. Conforme vemos na TAB.65, os estudantes que tiveram maior pontuação, ou seja, que lêem mais, foram os membros do B3 (1’666), com maior volume de evocação. Em seguida aparecem os estudantes do B2 (1’307), depois B0 (1’306) e B1 (1’2).

TABELA 65
EVOCAÇÃO POR HÁBITO DE LEITURA IMPRESSO

Bloco	Média
B0	1,306
B1	1,2
B2	1,307
B3	1,666

Telejornal, Televisão para Lazer, Radiojornal, Rádio para Lazer – Como afirmamos no capítulo sobre ambiente informacional, poucos estudantes consomem a mídia Rádio e dentre estes, dois ou três a utilizam intensamente. Sendo assim, onde estes radioouvintes estiverem, eles “puxam” demasiadamente para o alto a média de consumo daquele bloco, “contaminando” a média geral daquele grupo. É o caso dos estudantes 55637 e 55639 que consomem, sozinhos, 26 horas semanais de radiojornalismo, mais do que a soma de todos os outros 47 colegas reunidos (22h 30 min). O mesmo ocorre quando se analisa o consumo de programas de entretenimento no Rádio.

A TAB.66 mostra que os estudantes do B1 e B2 consomem mais produtos jornalísticos de Televisão do que do B0 e B3. Como foi dito na análise da N1, quanto mais informação é consumida por diversas mídias, inclusive entre o momento de leitura e posterior experimento de evocação, maiores serão as chances de o estudante se recordar do que foi lido.

TABELA 66
EVOCAÇÃO SEGUNDO CONSUMO DE MÍDIA ELETRÔNICA

Bloco	Telejornal	TV Lazer	Radiojornal	Rádio Lazer
B0	274	362	88	92
B1	474	400	20	17
B2	394	282	16	50,7
B3	146	165	-	116,6

Nota: em minutos semanais

Internet para Lazer, Webjornalismo/Hábito de consumo - Assim como em relação ao consumo de impressos, Televisão e Rádio, promovemos o cruzamento entre o consumo de Internet (geral e webjornalismo) e o nível de evocação. De acordo com a TAB.67, percebe-se maior média de consumo de Internet entre os blocos 1 e 3 (geral) e 0, 2 e 3 (webjornalismo).

Como na análise do Rádio, há uma disparidade provocada pelos alunos 55639 e 55645 que consomem, sozinhos, 110 horas semanais de Internet (geral) e os alunos 47861 e 52950 que consomem 28 horas (soma dos dois) de Webjornalismo. Estes quatro leitores respondem por 15% do consumo de Internet em geral e de Webjornalismo, elevando substancialmente a média dos 49 membros do B0. Isto significa que, retirados da lista apenas para efeito ilustrativo, comprovaríamos a afirmação do capítulo anterior de que o consumo de notícias favorece a evocação. Observe-se que na análise da N1 estes estudantes ficaram “espalhados” entre os blocos 0 e 3, ao contrário da N2, em que se concentraram.

TABELA 67
EVOCAÇÃO SEGUNDO CONSUMO DE INTERNET

Bloco	Geral	Webjornalismo
B0	877	242
B1	1082	217
B2	845	298
B3	1080	240

Variedade de fontes - As indicações dos jornais e das revistas preferidas foram contabilizadas e formaram o item “variedade de fontes”. Esta variável foi desdobrada em dois procedimentos de averiguação. No primeiro, partimos do pressuposto de que quanto mais diversificado o hábito de leitura maior seria a chance de evocação e promovemos uma leitura horizontal, individualizada, tentando responder a esta hipótese. De 0 a 3 fontes foram consideradas como pouca variedade e acima de 3 como boa variedade. Nesta perspectiva, conforme mostra a TAB.68, o resultado não é conclusivo. No segundo momento, apenas somamos os totais de cada aluno e dividimos pela quantidade de evocações, estabelecendo

uma média em cada bloco. Nesta abordagem percebemos que, retirado o B0 (sem evocação), houve um aumento gradual da média de fontes, repetindo o experimento da N1: maior variedade de fontes amplia a possibilidade de evocação.

TABELA 68
EVOCAÇÃO SEGUNDO VARIEDADE DE FONTES

Bloco	nº alunos	média fontes
B0	49	3,38
B1	15	3,13
B2	13	3,15
B3	9	3,66

Credibilidade/Impresso, Webjornalismo, Estado de Minas, Índice de Credibilidade - Uma das hipóteses deste estudo e discutido na revisão de literatura, é que a variável “credibilidade” provoca interferência na qualidade da evocação, conforme analisado na N1, em que se demonstrou naquele experimento haver aumento do índice de evocação à medida que diminui a crença que o leitor deposita naquela mídia. Os dados recolhidos com o experimento da N2 não permitem igual afirmação, conforme se vê na TAB.69.

TABELA 69
EVOCAÇÃO DA N2 SEGUNDO CREDIBILIDADE
EM JORNAIS IMPRESSOS E AO WEBJORNALISMO

Evocação	Credibilidade		
	Impresso em geral	Webjornal	Índice de Credibilidade
B0	3,1	2,71	2,9
B1	2,93	2,73	2,83
B2	3	2,69	2,84
B3	2,88	2,88	2,88

Qualidade Brasil, Estado de Minas, Índice de Qualidade - Como vimos na discussão da N1, os estudantes avaliaram a qualidade dos jornais brasileiros em geral e do Estado de Minas em particular, a partir do qual criamos o Índice de Qualidade. Quanto menor a nota avaliativa, mais insatisfeito é o usuário. Neste segundo experimento comprovamos haver uma tendência de melhor evocação entre os leitores mais insatisfeitos com a qualidade do noticiário dos jornais em geral, como mostra a TAB.70.

TABELA 70
EVOCAÇÃO SEGUNDO A QUALIDADE DOS JORNAIS EM GERAL E DO ESTADO DE MINAS

Bloco	jornais em geral	jornal EM	Índice de qualidade
B0	3,16	2,71	2,89
B1	3,33	2,06	2,7
B2	3,32	2,46	2,84
B3	2,77	2,55	2,66

Autodefinição socioeconômica - Não percebemos alterações significativas ao introduzirmos em nosso levantamento a variável “estrutura socioeconômica”. A única alteração ocorre entre os membros do B3, em que 66% dos estudantes se percebem favorecidos socialmente mas não podemos afirmar ser uma tendência pois, como se observa na TAB.71, os estudantes membros do B2 e B1 se distribuem equitativamente entre as duas opções. Resultado semelhante já havíamos detectado quando da análise da N1, contrariando os estudos desenvolvidos por Van Dijk (1990) e apresentados na revisão de literatura.

TABELA 71
EVOCAÇÃO DA N2 SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Bloco	Nº usuários	Prejudicados**	Favorecidos**
B0	49	29	27,9
B1	15	8,1	9,3
B2	13	15,1	6,9
B3	9	3,4	6,9

Nota: * em números absolutos; ** relativo a %

Entidades (nível de participação ou interesse) - Como vimos no item anterior, a maioria dos alunos registrou maior envolvimento com ONG's (152 citações), política (132) e esportes (120), seguido por movimento estudantil (107), religião (103), entidades de classe (76) e sindicato de trabalhadores (58).

Ao promovermos o cruzamento dos blocos de evocação com o engajamento, não observamos alterações quanto à média da intensidade de participação nas entidades mas na *qualidade* deste engajamento. Ou seja, a evocação recebe influência do tipo de engajamento, principalmente do envolvimento em entidades que tratam de temas mais “áridos”, como ONG's e política.

A TAB.72 mostra que esportes, por exemplo, que recebeu 94 citações no B0, é a terceira colocada no B1, quinta no B2 e última no B3, comprovando que a atividade não está na primazia dos leitores que mais evocaram, ao contrário da participação de política e ONG's na preferência dos estudantes que mais se lembraram das notícias lidas. Estas alterações

também haviam sido percebidas no experimento com a N1. Ao somarmos todas as escalas de participação, por bloco, e depois tirarmos uma média por entidade (são 7), não confirmamos que maior média significa maior evocação, conforme observado em relação à N1.

TABELA 72
EVOCAÇÃO POR NÍVEL DE PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Bloco	Entidade e quantidade (soma dos alunos)	Nº citações	Media engajamento
B0	ESP 94, POL 90, ONG 83, EST 68, REL 65, CLA 47, SIN 31	478	1,39
B1	ONG 32, REL 16, ESP 13, POL 10, EST 10, CLA 8, SIN 6	95	0,9
B2	ONG 25, POL 21, REL 18, EST 17, ESP 14, SIN 13, CLA 11	117	1,28
B3	POL 16, ONG 12, EST 12, CLA 10, SIN 8, REL 3, ESP 3	62	0,98

Nota: O número posterior à entidade significa o número de citações recebido por aquela mesma entidade .
As abreviaturas referem-se a esportes, política, organizações não governamentais, movimento estudantil, religião, associações de classe e sindicato de trabalhadores .
O resultado engajamento foi obtido a partir da soma de todas as citações divididas pelo número de entidades. A escala foi pontuada de 0 a 5.

Assuntos preferidos - No geral, em número de citações, artes aparece como primeira opção em todos os blocos evocativos. O resultado é esperado por ter tal assunto sido o de principal gosto entre os leitores, conforme apontado no mapeamento informacional. A TAB.109 (APÊNDICE E) aprofunda a investigação, separando os interesses por ordem e em número de vezes que é citado dentro de cada bloco. Quando investigamos as citações gerais, independente de ordem de preferência, vemos que os assuntos política e locais se revezam como segunda e terceira opção dentre os blocos.

7.7.3 Terceira notícia

A terceira notícia objeto do experimento refere-se a uma pesquisa desenvolvida pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) que calcula o impacto econômico causado por acidentes nas estradas brasileiras (APÊNDICE C). Assim como o procedimento adotado para as demais análises (N1 e N2), foram criados os blocos B0 (zero elemento evocado), B1 (um elemento evocado), B2 (duas evocações) e B3 (três evocações). A qualidade (baixa) e o pequeno número de evocações da N3 e N4 nos levaram a categorizar as expressões evocadas sem caracterizá-las enquanto elementos do lide.

Quantidade de evocações – Como mostra a TAB.73, o B0 tem 69 membros, sendo responsável por 80% de todos os estudantes. Dos 17 restantes, que foram em alguns

momentos os únicos objetos de nossa análise, o B1 teve seis membros, o B2 teve nove e o B3 apenas dois membros, com índices de 6,9%, 10,4% e 2,3% respectivamente.

Período – O B0 é composto por 20 estudantes (67%) do segundo período, 18 do quarto (95%), 14 do sexto (74%) e 17 do oitavo período (94%). Ressalte-se que a maioria dos 86 participantes (34,8%) do experimento é do segundo período e que 80,2% de todos os participantes se localizam no B0, como se vê na TAB. 73. A disparidade prejudica a avaliação do cruzamento dos blocos de evocação por período (o mesmo ocorrerá em relação à N4).

TABELA 73
EVOCAÇÕES DA N3 POR PERÍODO

Blocos	Período e número de membros									
	2º P		4º P		6º P		8º P		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
BO	20	67	18	95	14	74	17	94	69	80,2
B1	2	7	-	-	4	21	-	-	6	6,9
B2	7	23	1	5	-	-	1	6	9	10,4
B3	1	3	-	-	1	5	-	-	2	2,3
Total	30	100	19	100	19	100	18	100	86	99,8

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Elementos evocados – A maioria das evocações remeteu a “acidentes”, “mortes nas estradas” e “gastos com acidentes”. Um dado novo neste experimento foram as referências ao jornal Estado de Minas como sendo o veículo responsável pela publicação, o que não havia ocorrido quando da tentativa de evocação da N1 e N2 (que também trouxeram no pé da página a assinatura da fonte de onde foi extraída a notícia).

Circunstância da lembrança – Apenas dois alunos fizeram referências a terem se lembrado da reportagem após a leitura da notícia. O aluno 58673 disse ter conversado com os amigos e o 58636 disse que “notícias assim sempre passam na TV”, daí ocorrer o “encaixe” deste fato em outros modelos situacionais prévios, permanentemente atualizados que, se por um lado favorece o entendimento do fato, por outro reforça o enquadramento já existente.

Utilidade da informação – Como vinculamos a utilidade da informação à quantificação da circunstância da lembrança, não houve, neste critério adotado, uso da informação.

Erros de informação – Como o usuário interpreta a mensagem e transpõe o momento da dúvida, segundo o Sense-Making, é fundamental para compreender os erros quando do experimento evocativo: o esforço (e o desejo) de alguns usuários em se lembrar das notícias levou-os a mencionar circunstâncias ou detalhes inexistentes. As novas mensagens recebidas encaixam-se na superestrutura, reorganizando antigas categorias, delas retirando informações quando em evocações naturais. Por outro lado, também a distorce, pois as novas notícias tendem a buscar na memória o modelo anterior, e suas variações que se assemelham à nova mensagem. É o se repetiu com a Notícia 3: embora divulgasse uma pesquisa sobre custo econômico da violência nas estradas, boa parte dos leitores respondeu, quando do experimento de evocação, tratar-se de comparativo entre acidentes nas estradas em determinados feriados – uma temática recorrente no noticiário televisivo, principalmente, após longos feriados (QUADRO 8).

QUADRO 8
ERROS EVOCATIVOS DA N3

Descrição
<i>condições das estradas e investimentos necessários para melhorias Minas Gerais está entre os estados com maior número de acidentes Aumentou o número de mortes em comparação com período anterior Dados da Polícia Rodoviária Federal sobre má conservação</i>

Escala crítica – O experimento com a N3 não é conclusivo dada a disparidade de composição numérica entre os blocos. O B0 teve média de escala crítica em 2, B1 em 1,8, B2 em 2 e B3 em 1,5.

Leu antes? Dos 86 estudantes, um afirmou que leu a N3 e três que souberam do fato narrado pela notícia antes do experimento de leitura da N3, o que também não nos permit e análises conclusivas.

Impresso/hábito de leitura – Repetiu-se neste experimento o ocorrido com a N1 e N2, confirmando pesquisas que conferem tendência de maior nível de evocação entre os leitores de jornais impressos, com B3 atingindo média de 1,5 (TAB.74).

TABELA 74
EVOCAÇÃO POR HÁBITO DE LEITURA

Bloco	Média
B0	1,1
B1	1,3
B2	1,1
B3	1,5

Telejornal, Televisão para Lazer, Radiojornal, Rádio para Lazer/Hábito de consumo - Como exibiu o ambiente informacional, poucos estudantes consomem a mídia Rádio e, dentre estes, apenas dois ou três utilizam várias horas semanais. Sendo assim, onde estes alunos estiverem “puxam” demasiadamente para o alto a média de consumo daquele bloco, “contaminando” a média geral daquele grupo, como ocorreu quando da análise desta categoria na N2.

A TAB.75 mostra que os estudantes do B1 e B2 consomem mais produtos jornalísticos de Televisão do que do B0 e B3. Como foi dito na análise da N1, quanto mais informação é consumida por diversas mídias, inclusive entre o momento de leitura e posterior experimento de evocação, maiores serão as chances de o estudante se recordar do que foi lido.

TABELA 75
EVOCAÇÃO SEGUNDO MÉDIA DE CONSUMO DE MÍDIAS ELETRÔNICAS

Bloco	Telejornal	TV lazer	Radiojornal	Rádio lazer
B0	276	369	46	73
B1	335	230	-	20
B2	168	218	26	26
B3	750	90	-	60

Nota: em minutos semanais

Internet para lazer, Webjornalismo/Hábito de consumo - A TAB.76 aponta para maior média de consumo de Internet (geral) dos estudantes pertencentes aos blocos 0 e 3 e, em relação ao consumo de webjornalismo, para os blocos 0, 1 e 2. Não há razão para o bloco 2 apresentar nível de consumo (569 geral e 115 webjornalismo) exceto o fato de estarem localizados neste agrupamento alunos que consomem pouco a mídia Internet, puxando “para baixo” a média geral semanal.

TABELA 76
EVOCAÇÃO DA N3 SEGUNDO CONSUMO DE INTERNET

Bloco	Geral	Webjornalismo
B0	984	257,7
B1	780	250
B2	568	115
B3	940	245,3

Nota: em minutos semanais

Variedade de fontes - Partimos da premissa, confirmada nos experimentos anteriores, que maior variedade de fontes indicaria melhor qualidade de evocação. No experimento com a N3, observamos que o B0 teve média de 3,55 fontes, o B1 4 fontes e o Bloco 2 teve 3,77 (TAB.77).

TABELA 77
EVOCAÇÃO SEGUNDO VARIEDADE DE FONTES

Bloco	média fontes
B0	3,55
B1	4
B2	3,77

Credibilidade/Impresso, Webjornalismo, Estado de Minas, Índice de Credibilidade - Uma das hipóteses deste estudo e discutido na revisão de literatura, é que a variável “credibilidade” provoca interferência na qualidade da evocação, conforme analisado na N1, em que se demonstrou, naquele experimento, haver aumento do índice de evocação à medida que diminui a crença que o leitor deposita em determinada mídia. Os dados recolhidos com o experimento da N3 não permitem igual afirmação, conforme se vê na TAB.78.

TABELA 78
EVOCAÇÃO DA N3 SEGUNDO CREDIBILIDADE
EM JORNAIS IMPRESSOS E NO WEBJORNALISMO

Bloco	Credibilidade		
	Impresso em geral	Webjornal	Índice de Credibilidade
B0	2,98	2,72	2,85
B1	2,83	1,77	2,3
B2	3,44	3,11	3,27
B2	3,5	3	3,25

Qualidade Brasil, Estado de Minas, Índice de Qualidade - Como vimos na discussão da N1 e N2, foi avaliada a qualidade dos jornais brasileiros em geral e do jornal Estado de Minas em particular, a partir da qual criamos o Índice de Qualidade. O IQ

conferido pelos membros do B0 é 2,81, do B1 é 2,6, do B2 é 3 e do B3 é 4 (TAB.79). Neste terceiro experimento, não foi possível identificar interferências na evocação.

TABELA 79
EVOCAÇÃO DA N3 SEGUNDO A QUALIDADE DOS
JORNAIS BRASILEIROS EM GERAL E DO JORNAL EM

Blocos	Qualidade		
	jornais brasileiros	jornal EM	índice de qualidade
B0	3,11	2,5	2,81
B1	3,16	2,16	2,66
B2	3,33	2,66	3
B3	4	4	4

Autodefinição socioeconômica - Não percebemos alterações significativas ao introduzirmos esta variável em nosso levantamento. Conforme se observa na TAB.80, a única alteração significativa ocorre entre os membros do B1 e B2, em que se inverte o percentual de evocação entre os dois blocos.

TABELA 80
EVOCAÇÃO DA N3 SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Bloco	Nº usuários	Prejudicados**	Favorecidos**
B0	69	39,5	40,6
B1	6	4,6	2,3
B2	9	3,4	6,9
B3	2	1,1	1,1

Nota: * em números absolutos; ** relativo a %

Entidades (nível de participação ou interesse) - Ao promovermos o cruzamento dos blocos de evocação com o engajamento, observamos que a média de participação nas entidades dos blocos 1 e 2 é superior às de B0 e B3 (que tem apenas dois membros), o que demonstra novamente uma relação entre participação e evocação (TAB.81).

TABELA 81
EVOCAÇÃO POR NÍVEL DE PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Bloco	Entidade e quantidade (soma dos alunos)	Nºcitações	média engajamento
B0	ONG 123, POL 103, ESP 97, REL 83, EST 75, CLA 48, SIN 40	569	8,24
B1	ONG 15, EST 12, POL 11, CLA 9, SIN 7, REL 6, ESP 3	69	11,5
B2	POL 13, ESP 12, CLA 10, REL 13, ONG 14, SIN 6	83	9,22
B3	ONG 4, POL 2, EST 2, SIN 2, CLA 2	12	6

Nota: o número posterior à entidade significa o número de citações

As abreviaturas referem-se a esportes, política, organizações não governamentais, movimento estudantil, religião, associações de classe e sindicato de trabalhadores

Assuntos preferidos - O cruzamento do índice de evocação da N3 segundo a ordem de assuntos preferidos repete no Bloco 0 a ordem geral de preferência, tendo artes em primeiro lugar com 78,2% e política e local em segundo (68,1% cada), conforme mostra a TAB. 110 (APÊNDICE E).

7.7.4 Quarta notícia

A quarta notícia objeto do experimento refere-se a uma outra pesquisa, agora desenvolvida em escolas públicas de Minas Gerais. De acordo com a Notícia 4, o professor da Universidade Federal de Minas Gerais José Francisco Soares afirma que mais recursos financeiros não garantem maior qualidade de ensino e que as variáveis renda, ocupação e escolaridade das famílias não são “preponderantes para se determinar o sucesso escolar” (APÊNDICE C).

Quantidade de evocações – A N4 foi a recebeu o menor número de evocações. Como consequência do número de elementos evocados, foram criados os blocos B0 (zero elemento evocado), B1 (um elemento evocado) e B2 (duas evocações). O B0 tem 78 membros (90,6% de todos os estudantes), o B1 possui cinco membros (5,8%) e o B2 tem três estudantes (3,4%). Como dissemos anteriormente, em relação ao experimento com a N3, a disparidade de membros entre os blocos prejudicou a análise de algumas variáveis. Além do assunto em si (os alunos se interessam mais por artes), outros fatores para a diminuição da qualidade de evocação podem ter sido a ordem de leitura do “apressado” leitor dos dias atuais e o cansaço com o experimento (a N4 foi a última).

Período – O B0 é composto por 25 estudantes do segundo período (83%), 19 do quarto (100%), 18 do sexto (95%) e 16 do oitavo (89%). Conforme mostra a TAB.82, 100% dos alunos do quarto período nada recordaram, o mesmo ocorrendo com 95% do sexto período.

TABELA 82
EVOCAÇÕES DA N4 POR PERÍODO

Bloco	2º período		4º período		6º período		8º período		Total	
	Nº alunos	% bloco	Nº alunos	% bloco	Nº alunos	% bloco	Nº alunos	% bloco	Nº alunos	% bloco
B0	25	83	19	100	18	95	16	89	78	91
B1	2	7	-	-	1	5	2	11	5	6
B2	3	10	-	-	-	-	-	-	3	3
Total	30	100	19	100	19	100	18	100	86	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

Elementos evocados – Dos oito estudantes que se recordaram da N4, as principais evocações foram expressões equivalentes a “educação em Minas Gerais” e a “dados sobre educação”. Note-se que, apesar do fato ser de extrema gravidade pois envolve o órgão fiscalizador dos órgãos executivos estaduais, confirma-se que as notícias utilizadas neste experimento se configuram dentro de um espectro que leva à debilidade do passado .

Circunstância da lembrança – Apenas dois alunos fizeram referências a terem se lembrado da reportagem após a leitura da notícia. O aluno 58637 disse ter conversado com os amigos e o 58642 afirmou ter se lembrado da N4 quando leu textos para “aula de Sociologia”.

Utilidade da informação – Neste experimento, foi limitada a possibilidade de análise desta variável dada a pouca evocação.

Erros de informação – Assim como na N3, os principais erros cometidos pelos estudantes durante a tentativa de evocação foram informações de reportagens de igual teor repetidamente veiculadas pelos jornais. Neste caso, comparação entre rendimento de alunos oriundos de escolas públicas e privadas.

Escala crítica – Os dados extraídos através do experimento da N4 também não permitem a afirmação de conclusões. A média crítica do B0 foi 2, do B1 1,6 e do B2 foi 2,3.

Leu antes? Dos 86 estudantes, apenas três afirmaram que já tinham conhecimento do fato narrado pela N4.

Impresso/hábito de leitura – A baixa quantidade de elementos evocados não permitem análise (TAB.83).

TABELA 83
EVOCAÇÃO POR HÁBITO DE LEITURA

bloco	média
B0	1,17
B1	1,4
B2	0,66

Televisão, Rádio e Internet / Hábito de consumo - A TAB. 84 mostra não ser possível estipular tendências de evocação por cruzamento com consumo de mídia eletrônica

em função da disparidade do número de membros em cada bloco. Enquanto a média de consumo de radiojornalismo do B0 foi de 41,5 minutos semanais, por exemplo, nenhum dos três estudantes do B2 consome a mídia Rádio como veículo informativo .

TABELA 84
EVOCAÇÃO DA N4 SEGUNDO MÉDIA DE CONSUMO DE MÍDIAS ELETRÔNICAS

Bloco	Nº alunos	Consumo em minutos					
		Telejornal	TV lazer	Radiojornal	Rádio lazer	Internet geral	Webjornalismo
B0	78	280	324	41,5	68,9	959,9	250,7
B1	5	294	231	48	12	1032	228
B2	3	158	750	-	40	300	150

Variabilidade de fontes - A TAB.85 mostra que os estudantes do B0 têm média de 3,14 de fontes de informação, o B1 tem 3,8 e o B2 tem 3,66, confirmando a validade desta variável em experimentos de evocação.

TABELA 85
EVOCAÇÃO SEGUNDO VARIEDADE DE FONTES

Bloco	nº alunos	média fontes
B0	78	3,14
B1	5	3,8
B2	3	3,66

Credibilidade/Impresso, Webjornalismo, Estado de Minas, Índice de Credibilidade - Conforme se vê na TAB. 86, a média do Índice de Credibilidade do Bloco 0 é de 2,85 enquanto é de 3,6 no B1 e 2 no B2. Os dados recolhidos com o cruzamento entre evocação da Notícia 4 não permitem considerar se a variável “credibilidade” provocou interferência na qualidade desta evocação.

TABELA 86
EVOCAÇÃO DA N4 SEGUNDO CREDIBILIDADE DE JORNAIS IMPRESSOS E DO WEBJORNALISMO

Bloco	Credibilidade		
	Impresso em geral	Webjornal	Índice de Credibilidade
B0	3	2,7	2,85
B1	3,6	3,6	3,6
B2	1	3	2

Qualidade Brasil, Estado de Minas, Índice de Qualidade - Além do número de membros de cada bloco, houve também uma grande diferença entre as variáveis “Brasil” e “Estado de Minas”, o que tornou inadequado estabelecer padrões de comportamento entre índice de qualidade e evocação dos leitores da Notícia 4. A TAB.87 mostra que o IQ do B0 foi 2,87, do B1 2,5 e do B2 foi 2,66.

TABELA 87
EVOCAÇÃO SEGUNDO A QUALIDADE
DOS JORNAIS BRASILEIROS EM GERAL E DO JORNAL EM

Bloco	Qualidade		
	Jornais brasileiros	jornal EM	Índice de qualidade
B0	3,15	2,6	2,87
B1	3,6	1,4	2,5
B2	2,66	2,66	2,66

Autodefinição socioeconômica – Conforme se observa na TAB. 88, os três leitores que mais evocaram (B2) se autodeclararam favorecidos pela estrutura socioeconômica brasileira. No entanto, observando os experimentos com as notícias anteriores, não podemos afirmar a existência de padrão de evocação a partir da introdução da variável “autodefinição quanto ao padrão social” na Notícia 4.

TABELA 88
EVOCAÇÃO DA N4 SEGUNDO AUTODEFINIÇÃO SOCIOECONÔMICA

Bloco	Nº usuários*	Prejudicados**	Favorecidos**
B0	78	46,5	44,1
B1	5	2,3	3,4
B2	3	-	3,4

Nota: * em números absolutos; ** relativo a %

Entidades (nível de participação ou interesse) - A quantidade de membros pertencentes ao primeiro bloco (78) ocasionou a repetição da ordem de engajamento nas entidades, como se vê na TAB. 89, de maneira que o cruzamento dos blocos de evocação não permitiu análise da Notícia 4.

TABELA 89
EVOCAÇÃO POR NÍVEL DE PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Bloco	entidade e quantidade (soma dos alunos)	Nº citações	Média engajamento
B0	ONG 144, POL 125, ESP 114, EST 101, REL 89, CLA 70, SIN 56	699	1,29
B1	ONG 11, REL 11, ESP 3, POL 5, EST 5, CLA 2, SIN 2	39	1,28
B2	POL 5, ESP 5, CLA 5, REL 3	17	0,8

Nota: O número posterior à entidade significa o número de citações recebido por aquela mesma entidade.

As abreviaturas referem-se a esportes, política, organizações não governamentais, movimento estudantil, religião, associações de classe e sindicato de trabalhadores.

O resultado engajamento foi obtido a partir da soma de todas as citações divididas pelo número de entidades. A escala foi pontuada de 0 a 5.

Assuntos preferidos - No geral, em número de vezes que aparece como assunto de preferência, independente da ordem de opção, artes surge em maior número de vezes, atingindo 81% no B0, 80% no B1 e 100% no B2. Em segunda opção, estão política no B0 (72%), locais no B1 (80%) e televisão no B2 (100%), conforme demonstra a TAB.111 (APÊNDICE).

8. CONCLUSÃO

Iniciamos o caminho mirando o horizonte incerto despertado pelas indagações iniciais a respeito de que situações e lacunas levariam à busca de informações, o comportamento e hábito de leitura de notícias do estudante de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, características de evocação de notícias e maneira pela qual a decodificação de notícias influencia em uma posterior evocação. E chegamos ao final desse percurso com poucas respostas, algumas pistas e sugestões de novas pesquisas, conscientes de que o resultado desta tese, embora modesto porque sempre inacabado, contribua para o acúmulo de conhecimentos que fazem o homem e a ciência avançarem.

Como os postulados teóricos indicam haver importantes diferenças de acordo com a situação (consumo de notícias em momento de lazer ou cotidiana) e ambiente (em laboratório ou casual) em que ocorre do experimento, além dos distintos privilégios de abordagem (qualitativo e quantitativo) tornou-se um grande desafio a comparação entre o resultado dos estudantes e moradores (pesquisa piloto) com o dos estudantes de Comunicação Social. Assim, promovemos incessante diálogo entre os dois experimentos, mas a análise comparativa somente ocorreu quando tal estratégia nos ofereceu alguma segurança metodológica.

Os resultados mais significativos, à luz de teorias e discussões, como o Sense-Making e a teoria sociocognitiva de Van Dijk, são agora agrupados nos subcapítulos Fundamentos de Pesquisa (8.1), Ambiente Informacional (8.2), Evocação de informações (8.3) e Recomendações (8.4).

Antes, devemos afirmar que buscamos a verdade ainda que no início do caminho soubesse que jamais a encontraria como valor absoluto, mas que deveríamos entregar-nos humildemente a esta busca. Assim, parafraseio Euclides da Cunha (1998) e Tucídides (1986), ao descrever a guerra de Peloponeso: procurei ater-me aos dados revelados, buscando a essência através de cada verdade aparente, sem procurar nomes ou rostos por detrás do número de matrícula que me revelasse, influenciasse ou trouxesse à mente a imagem do aluno contestador, deselegante ou conformado e polido.

8.1 Fundamentos de Pesquisa

Os estudos sobre consumo de notícias se beneficiaram de progressos registrados em outros campos do conhecimento, mas ainda pouco sabemos como funciona o complexo sistema de compreensão e registro de informação em nosso cérebro. Esta tese pretendeu acrescentar uma contribuição da Ciência da Informação e da Comunicação Social para o avanço neste escopo de pesquisa - por isto ressaltamos a aprovação da abordagem interdisciplinar entre as duas áreas. Pois é um imperativo teórico dos dois campos descortinarem tais segredos para saber qual informação o leitor “se utiliza para construir o conhecimento mais geral e os modelos de atitudes” (VAN DIJK, 1990, p. 258).

Algumas respostas às perguntas que efetuamos no início desta investigação nos certificam da validade dos preceitos teóricos, do Sense-Making e dos postulados sociocognitivos. A análise dos dados obtidos por intermédio do estudo de caso com o mapeamento informacional e do experimento de evocação com os dois universos de pesquisa, moradores de Viçosa e estudantes da Universidade Federal de Viçosa, nos permitem confirmar os pressupostos da primeira hipótese desta tese: o comportamento informacional e o uso de informações são motivados pela situação e pela lacuna de informações.

A lacuna de informações do estudante de Comunicação Social é suprida quando busca romper barreiras para sua formação profissional durante o movimento para a produção de sentido e esse (comportamento) movimento deixa marcas que podem ser melhor percebidas e previstas do que a tentativa de se padronizar em atributos de constância. Deixando para trás a referência da casa (e da influência) dos pais, morando em repúblicas, ele deixa também outras referências, como a de antigas entidades sociais, e adquire outras, como do combativo movimento estudantil; passa a se interessar mais por alguns assuntos, como estimulantes inserções em ONG's em detrimento de outros, como assuntos religiosos; ao longo da graduação muda hábitos de consumo midiático; muda a frequência e o tempo de acesso a determinadas mídias; avalia com maior rigor a qualidade e a credibilidade do que percebe no ambiente midiático; percebe a necessidade de leitura de notícias para sua formação; revê, inclusive, a si e à sua família como membros da elite ou da margem social brasileira. E todas essas percepções lhe possibilitam conformar nova visão de si e do mundo. Torna-se mais crítico.

Lastreados na descrição e nas interpretações dos dados, podemos confirmar a segunda hipótese, segundo a qual o comportamento informacional é uma construção individual, mas há padrões comuns de consumo e de evocação de notícias no universo de usuários especializados em

informação. Neste sentido, atributos demográficos e pessoais não são melhores instrumentos do que situações de lacuna e de necessidade de informação para medir evocação de notícias. Estruturas sociocognitivas podem condicionar o comportamento e a evocação de leitura e as mensagens jornalísticas não movem as pessoas, mas apenas auxiliam na construção de sentido, confirmando os pressupostos teóricos de que o leitor é ativo e dialoga com a mensagem consumida, acatando ou rejeitando o direcionamento de leitura proposto pelo veículo, descartando elementos da notícia ou a incorporando ao acervo da memória. O resultado confirma ainda a contribuição dos meios de comunicação para a construção e a mudança das identidades individuais e coletivas e sua função no organismo social, conforme discutido na revisão teórica desta tese.

Este estudo reforça que pesquisas de comportamento de usuários não devem negligenciar o ambiente e a situação de consumo, determinante para as atitudes informacionais e são condição para o arquivo, a transmissão e a recuperação das próprias informações. Além de caracterizar objetivamente o usuário e seu comportamento informacional, revela facetas do que o usuário de informações faça com o que consome e durante esse consumo.

Como a revisão bibliográfica já sugeria, a complexidade do tema comportamento informacional aponta para a urgência de novos estudos, tentando compreender o descarte de informações, aperfeiçoando o Sense-Making e a técnica de coleta de dados, inclusive diversificando perfis de usuários, ordem de leitura e de temática de notícias, reiterando a dimensão criativa e o envolvimento do pesquisador para pesquisas sobre comportamento informacional.

8.2 Ambiente informacional

A carga horária média de assistência a disciplinas obrigatórias de um estudante do quarto período de Comunicação Social da UFV em 2007 foi de 15 horas semanais⁵⁷. A pesquisa apontou que os alunos passam, em média, 10 h e 43 min assistindo a Televisão (em geral) e 20 horas consumindo Internet (em geral), o que, somadas Televisão e Internet, atingem um pouco mais de 30 horas semanais de consumo de mídia eletrônica (excetuando Rádio). É o dobro da audiência a aulas expositivas do próprio curso.

No início da graduação, o calouro não tem hábito de leitura, no final não tem tempo; entre o quarto e o sexto períodos pode ainda faltar dinheiro para adquirir. Ou ainda: como

⁵⁷ Códigos das disciplinas: COM 231 (4 h/a, ECO 286 h/a, COM 250 h/a, COM 230 h/a e COM 240 h/a)

nunca teve hábito, prefere outros meios. O principal argumento para o não consumo de algumas mídias noticiosas é a falta de tempo, razão que provavelmente se repetiria caso houvessem sido incluídas no questionário perguntas sobre o motivo de não participarem de entidades e/ou organizações sociais. Chama a atenção observar tais justificativas e comparar a soma do tempo de consumo de Televisão e de Internet com a carga horária semanal de aulas. O resultado desta pesquisa aponta a vinculação direta entre o consumo de mídias: um aluno que assiste a longas horas de programação televisiva e/ou à Internet, tende a não ler jornais – e vice-versa. Outros questionamentos surgem quando se observa que alunos iniciem em o curso alegando falta de hábito (21,7%) ou preço (39,1%) como justificativa para não ler jornais. Como escolheram a profissão se não tinham hábito de consumir jornais? Resulta que tomaram contato com a profissão, e a escolheram, por intermédio dos telejornais ou do webjornal, suposição comprovada pelo comportamento informacional ao longo do curso.

Ao fim de um extenso trabalho com estudantes de escolas do ensino médio e fundamental de Belo Horizonte, Bretas (2000, p.205) conclui que estar conectado à Internet significa a possibilidade de “projetar o próprio eu” e ampliar relacionamentos, ao contrário dos objetivos do jornalista, cuja função principal é projetar “o outro” e suas idéias. Os adolescentes daquele universo de pesquisa estão hoje colando grau e não temos indicações que tenham alterado significativamente seus padrões interativos: esta pesquisa mostra que durante a graduação a falta de tempo irá gradativamente impedir ou justificar a ausência do jornalismo em seu comportamento informacional, ocorrendo a substituição do consumo noticioso em favor de entretenimento, troca de mensagens e/ou de bate-papo virtual. Como vimos na revisão de literatura, esses futuros profissionais deverão, no seu cotidiano, explicar o mundo “complexo” e “de difícil explicação” e, para tal, o “novo jornalista” passará a ser cada vez mais intérprete de informações.

A pesquisa mostrou que, além de reduzido volume e alta credibilidade no noticiário, há fragmentação e predomínio do consumo de mídias informativas de conteúdo pouco aprofundado, o que nos permite sugerir a nova problemática: em que medida a predisposição a acreditar no que lêem e a satisfação com a qualidade do noticiário atende como perfil adequado ao egresso em Comunicação Social. Se 60% dos estudantes de Comunicação Social da UFV circulam mais de doze horas semanais no mundo web, talvez apenas socializando-se em sítios de conversação, como se instrumentalizar para explicar esse mundo complexo? São questões que merecem ser investigadas em novas abordagens sobre o universo deste usuário especializado.

Esta tese descortinou características e limitações de busca de informação por questões de acesso e local de conexão, por custo dos produtos (principalmente da mídia impressa), além dos fatores tempo, constrangimentos, influências do curso, de leituras de interesse pessoal e propostas pelos professores, de organizações, movimentos e entidades sociais, dos colegas, enfim, do próprio ambiente informacional, que é formado e também forma o estudante, confirmando assim a segunda hipótese.

Os crescentes avanços tecnológicos levaram a uma explosão informacional que incentiva a segmentação de produtos e serviços midiáticos, colocando em risco o estabelecimento de debates públicos de temas comuns à sociedade e dos quais o jornalista deve ser o principal mediador. Os estudantes se encontram em ambientes virtuais de bate-papo, enviam notícias lidas em webjornais, encaminham *links* de textos, mas há poucos indícios de que o fazem como pertencentes a uma comunidade (virtual ou não) de leitores de determinados veículos, como membros de uma opinião pública, que discute temas de relevância, interferindo na condução das coisas públicas. Como vimos, a quase totalidade do ambiente informacional circunscreve-se a veículos de produção noticiosa massiva, pouco analítica e com viés ideológico que dispensa o debate de idéias, mas incentiva sua propaganda, restringindo o acesso de informações úteis que sirvam para a alimentação da superestrutura textual, para os leitores “tomarem decisões consistentes e racionais”, como discutimos na introdução desta tese.

O mapeamento do ambiente informacional confirma ainda a reconfiguração do consumo midiático, com a substituição da versão impressa pela versão *on line* de alguns jornais, e não sabemos como dialogam com o conteúdo dessas mídias. Revelamos que os grupos Folha de São Paulo e O Globo são responsáveis pela quase totalidade do noticiário consumido (soma dos ambientes eletrônico e impresso), enquanto que são reduzidas as explorações de outras possibilidades especializadas no mundo digital, perpetuando-se o predomínio do monopólio da mídia tradicional (e oligárquica, no caso brasileiro) em detrimento da possibilidade conferida pela Internet de aprofundamento, democratização e diversificação de consumo midiático, como jornais estrangeiros, *blogs* especializados e veículos de conteúdo mais aprofundado – cuja existência somente é possível no ambiente *web*, exatamente por seu baixo custo de tratamento e distribuição.

A segunda hipótese de nossa tese ressaltou o caráter de usuário especializado do estudante de Comunicação Social, atribuindo-lhe comportamento informacional diferenciado. Tal hipótese se confirmou na revisão de literatura, quanto à necessidade, à lacuna e ao volume de informações consumidas no estudo comparativo com estudantes de outros cursos,

mas não conseguimos perceber variações quanto à qualidade ou ao conteúdo informativo. Em relação ao envolvimento social também detectamos distinta participação, tendo os moradores e estudantes de outros cursos de graduação preferência por igrejas e movimentos religiosos enquanto que os estudantes de Comunicação Social, principalmente após os períodos iniciais, se engajam prioritariamente em associações e organizações não governamentais. A perspectiva favorável de inserção socioeconômica do estudante de Comunicação Social é também superior à dos demais estudantes e, principalmente, em relação aos moradores de Viçosa e um dos motivos pode estar na avaliação política mais crítica da realidade econômica e política nacional por parte dos futuros jornalistas, de mostrado no perfil do engajamento em entidades. Quanto a assuntos de interesse, os três universos pesquisados preferem “artes e cultura” e têm avaliações positivas da qualidade e da credibilidade dos produtos noticiosos.

Tais resultados, que remetem ao perfil de usuário especializado, confirmam ainda a quarta hipótese de nossa tese na qual afirmamos que as variáveis envolvimento social, autodefinição socioeconômica, hábito de leitura e decodificação das mensagens interferem no comportamento informacional. No entanto, embora os estudantes de Comunicação Social constituam um grupo com algum grau de homogeneidade, há diversidade na situação (contexto), lacuna, necessidade de informação e comportamento informacional que precisam ser observados e estudados para melhor compreensão dos padrões de leitura e evocação de notícias. Um melhor conhecimento a respeito desse grupo possibilitaria ainda ampliar o hábito de leitura, pois mesmo aqueles que necessitam profissionalmente do consumo de informações, como o universo pesquisado, não estão sendo atendidos em sua expectativa de satisfação das funções e qualidade do noticiário midiático, responsável pela criação e pela manutenção do hábito de leitura, segundo explica a Teoria do Uso e Gratificação.

Como discutimos, a teoria sociocognitiva considera que o processamento de notícias passa por sua representação através de atualização do conhecimento, alimentando e reformulando a superestrutura textual. Mostramos ainda na revisão de literatura que a palavra escrita possui poder de convicção mais profundo, é o principal formato de propagação de informações no que diz respeito à interpretação, à análise e ao aprofundamento de grandes questões e que permite uma compreensão mais abalizada dos conhecimentos relatados, com suas origens, contextualizações e conseqüências. Na revisão de literatura, vimos que o consumo de notícias forma uma dos vértices do triângulo que configuram a formação profissional, auxiliando na formação do conhecimento sobre “as coisas do mundo”. Considerando verdadeira a assertiva segundo a qual a “principal característica de um bom jornalista é ‘ser’ ou ‘estar’ bem informado, e à luz da discussão dos resultados desta

investigação, o que esse pré-requisito significa nos dias atuais? Se estivermos corretos na análise, podemos afirmar, lastreados no resultado desta tese, estar havendo uma baixa formação dos estudantes de Comunicação Social da UFV, ainda que se ressalte não ser descartável a atualização dos modelos situacionais a partir de consumo casual de notícias. Identificados padrões de situação e lacuna de informação, atentamos para a necessidade de leituras para assuntos mais “áridos” para melhor compreensão de fatos e situações complexas. Do mesmo modo, como complemento da formação do profissional de informação, devem ser estimulados sua participação e seu interesse em entidades e organismos sociais a fim de tomar contato com as fontes originais de informação, debate e opinião pública, com as verdadeiras demandas sociais, ampliando a abertura ao engajamento para além do movimento estudantil.

8.3 Evocação de informações

Confirmamos pesquisas explicitadas no Capítulo 3, que apontou serem “pobres” a evocação natural do discurso jornalístico. Embora não possamos estabelecer comparação efetiva do nível de evocação dos universos investigados, pois utilizamos metodologias ligeiramente diferentes, admitimos o baixo desempenho qualitativo dos grupos. No interior do grupo dos estudantes de Comunicação Social, o mapeamento informacional e o experimento de evocação de notícias nos permitem afirmar que, de uma maneira geral, evoca mais e melhor o estudante que lê jornais, tem diversificadas fontes de informação e apresenta decodificação mais crítica, dialoga com o texto enquanto o lê e com maior engajamento social. Esse resultado confirma os pressupostos da quarta hipótese, segundo a qual há interferência na evocação das variáveis participação em entidades e interesse em assuntos, hábito de leitura e decodificação das mensagens, mas não confirmamos a validade da variável auto-avaliação socioeconômica por não promover alterações nem no experimento de leitura nem no cruzamento de outras categorias investigadas no presente estudo de caso.

Conforme sustenta a teoria sociocognitiva, os detalhes se evaporam facilmente mas o leitor com maior nível de decodificação crítica amplia a qualidade de evocação, principalmente no experimento com a N1. O diálogo, a crítica com o texto, o que nesta tese classificamos como decodificação crítica, aumenta a chance de evocação posterior. Os dados nos mostram que o aluno veterano tem menos confiança no que consome, tem maior envolvimento social, e tais variáveis, reunidas ou isoladamente, são determinantes na qualidade da evocação, confirmando parcialmente a influência das variáveis apresentadas na

quarta hipótese desta tese (envolvimento social, autodefinição socioeconômica, hábito de leitura e decodificação das mensagens). Podemos então afirmar que a formação atende em alguma medida às recomendações do MEC para o perfil do egresso em Comunicação Social, conforme apontamos no capítulo Revisão de Literatura.

Confirmamos ainda a terceira hipótese, segundo a qual as informações contidas no lide são melhor evocadas que as demais narradas no restante da notícia, principalmente o sujeito protagonista da notícia (“quem”). Conforme os experimentos realizados por Van Dijk (1990), o segundo elemento mais evocado seria o lugar onde ocorreu a ação (“onde”), mas em nossa investigação predominou o fato em si, o ocorrido (“o quê”). O experimento com os estudantes de Comunicação Social demonstrou haver predisposição para evocação do sentido geral da notícia anteriormente lida, e que se recorda melhor da idéia, de palavras-chave que sintetizam o acontecimento narrado do que, precisa e nomeadamente, os elementos do lide. Neste experimento evocativo, as informações evocadas são acompanhadas de juízo, idéias, avaliações, críticas e compreensões que circundam o fato em si, pois, como discutimos na revisão de literatura, as pessoas não produzem sentido de fatos objetivamente, mas os ancoram em entendimentos e ao contexto (necessidade de informação, cultura, conhecimento do mundo e experiências pessoais). Por esse motivo, é frequente o cometimento de erros de informação acompanhados de referências próximas às originais, ou como se observou, substituiu-se “Milton Nascimento” por “Milton Santos” ou “Djavan” (Notícia 1).

O ambiente midiático interfere no comportamento informacional e na formação dos modelos situacionais. Vimos que a imagem do que seja um festival à época da ditadura militar ou da trajetória de um artista abandonado pela mãe (Notícia 1), dos enredos policiais que muitas vezes envolvem a cena política brasileira (Notícia 2), de estimativas, pesquisas e diversos ângulos de abordagens sobre acidentes nas estradas (Notícia 3) e das muitas e variadas facetas que envolvem a qualidade do ensino público brasileiro (Notícia 4) são representações cognitivas midiáticas que se formam ao se encontrar com modelos situacionais pré-existentes.

O experimento corroborou os estudos que afirmam ser de mais difícil evocação as informações mais novas e conflitantes com as representações já existentes na memória episódica. Das quatro notícias que utilizamos no experimento, apenas a N1 (40 anos do lançamento de “Travessia”), não trazia informação absolutamente nova e foi a que recebeu melhor qualidade de evocação. Conforme vimos na revisão de literatura, notícias locais favorecem a evocação, o que parcialmente justifica que o fato narrado pela N1 e pela N2 (que

tratam de assuntos mais claramente identificados com Minas Gerais) tenham sido as notícias melhor evocadas, embora as outras duas também trouxessem questões referentes a o Estado.

O mapeamento informacional mostrou que a maioria dos 114 estudantes afirmou preferir assuntos ligados às artes e cultura (49,1%), esportes (16,7%) e política (15,8%) e, no experimento, a notícia melhor evocada foi a que abordava a carreira do cantor Milton Nascimento, uma notícia de caráter “leve”, segundo a conceituação de Patterson (2003) discutida na revisão de literatura. As demais notícias, “sérias” (N2, N3 e N4), receberam menor evocação. Nos perturbam, e estimulam, questionar em que medida a ordem de leitura das quatro notícias ou dos atributos das próprias narrativas interferiram no resultado.

Embora tenham revelado inegável influência ao serem introduzidas, não podemos assegurar que as variáveis “informação nova”, “notícias locais”, “assuntos preferidos” ou “notícias sérias” tenham sido preponderantes para os resultados acima descritos. Como se observa, iniciamos esta tese com um problema originado de várias indagações e, ao final, descobre-se o despertar de outras mais, gerando a necessidade do prosseguimento de reflexão teórica e experimentos evocativos. O mesmo perfil de estudantes, com suas lacunas e necessidades, apresentaram padrão distinto de evocação, indicando a urgência de ampliar os estudos cognitivos na graduação e nas áreas da Ciência da Informação e da Comunicação Social.

8.4 Recomendações

Ao iniciar a problemática desta tese, convocamos para o debate o papel do cientista da informação e do comunicador social a respeito da complexidade de entender, tratar e disseminar as informações que circulam e que dão sentido ao mundo -cada vez mais inexplicável. Os resultados nos indicaram a relevância de discutir maior proximidade entre estas duas áreas, principalmente em abordagens teóricas e metodológicas que privilegiem comportamento informacional, consumo e uso de informações, bem como novos estudos incorporando outras áreas do conhecimento, como a psicologia cognitiva, a ciência cognitiva, a neurolinguística e a neuropsicologia.

Discorremos que a metodologia da notícia deva ser objeto central para o futuro jornalista durante seus quatro anos de graduação e concluímos que, segundo a análise dos resultados apontados pelo estudo de caso, torna-se necessário rever o projeto pedagógico do curso de Comunicação Social da UFV e discutir as diretrizes curriculares apontadas para a área pelo Ministério da Educação e Cultura. Mais especificamente, invoca-se a redesenhar a

matriz curricular, repensar a distribuição do número de disciplinas e construir novos paradigmas para a metodologia de ensino segundo as características de consumo e situações de lacuna e uso da informação, nível de decodificação e padrões de evocação de notícias revelados neste estudo. Deve ser discutida a tradicional repartição entre disciplinas técnicas de mídia impressa, telejornalismo, radiojornalismo e webjornalismo, tendo como perspectiva a ambiência digital que perpassa todas estas mídias.

Este estudo sinalizou para alguns aspectos para a criação, ou a ampliação, do hábito de leitura nas formas de consumo, expectativas, preferências e necessidades apontadas, podendo - se sugerir a oferta de oficinas de audiência a programas de Rádio, Televisão, webjornalismo e mídia impressa para que o aluno comece a consumir com regularidade tais mídias já no início da graduação, bem como o conteúdo de crítica midiática perpassando, todo o curso a fim de problematizar os critérios de qualidade e decodificação das mensagens.

Como a principal justificativa para os estudantes de Comunicação Social não consumirem jornais ou revistas impressas tenha sido “preço”, levantamos a necessidade de serem disponibilizados em locais públicos e de fácil acesso aos estudantes, bem como criar programas de estímulo à leitura de publicações disponíveis eletronicamente de forma gratuita. Poderíamos ainda estudar a possibilidade de convênios entre a UFV e publicações de prestígio a fim de que seu conteúdo possa ser acessado nos laboratórios do curso.

Os postulados Sense-Making ainda são pouco explorados nas academias brasileiras, embora os estudos de Dervin e de seus seguidores constituam um dos mais inovadores do campo da CI na qual tenha o maior número de publicações. A Ciência da Informação participa de incursões nas áreas da Ciência Cognitiva, como o grupo de pesquisa “Estudos Cognitivos em Ciência da Informação” da ECI da Universidade Federal de Minas Gerais, que podem gerar contribuições substantivas para a compreensão da formação do conhecimento por intermédio do consumo midiático. Mas o tamanho do desafio leva à necessidade de estimular a ampliação de criação de grupos de estudo, simpósios e seminários sobre o tema. Da mesma forma, seus instrumentos de coleta de dados, como a eficácia da ferramenta MQI, nos estimulam a propor a disseminação de seu uso em laboratórios e em sala de aula, bem como em outros ambientes, durante exercícios e experimentos gerais de lacuna, necessidade e uso de informação.

Mais que os resultados, as pontes levantadas a cada situação de lacuna durante esta investigação nos remetem à necessidade de o campo da Ciência da Informação ampliar seus horizontes nessa perspectiva sociocognitiva da informação e do espaço midiático. São raros os estudos nessa área que permeiem o uso e a evocação da informação e a Ciência da Informação

já dispõe de referenciais teóricos e metodológicos para assumir tais desafios. A Ciência da Informação, a nosso ver, acertadamente se constitui como campo teórico sem se separar da realidade concreta, evitando tornar-se promotora do que Freire classificou de um mero jogo ou de um “balé de conceitos”. (FREIRE & SHOR, 1987, p. 131). Nesse sentido, na CI estão depositadas esperanças de aprofundar o presente estudo da área midiática, como se sabe, na qual todos os outros campos buscam se legitimar.

Esta tese é um trabalho da Ciência da Informação que escolheu como objeto de estudo estudantes de uma área próxima, da Comunicação Social, no que esperamos serem os resultados apresentados como estímulo para reflexões que as enriqueçam, pois embora trabalhem com o mesmo objeto, a informação, um conceito polissêmico, é central para as duas áreas. Ousamos compreender o universo informacional desse determinado grupo, como poderia sê-lo de outro, a partir dos referenciais teóricos e metodológicos da Ciência da Informação. Ambicionamos que a presente investigação contribua para o conhecimento de como a informação se registra na memória para posterior evocação, uma das dimensões mais desconhecidas por pesquisadores das áreas da Ciência da Informação e da Comunicação Social. E que as lacunas existentes neste estudo estimulem outras pesquisas no sentido da persistência à indagação científica, objetivando desvendar “os segredos” ainda não revelados do comportamento informacional e especificamente da evocação de notícias.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Eliany Alvarenga. A Construção social da informação: dinâmicas e contextos. **DataGramaZero** – Revista de Ciência da Informação, v. 2. n.5, out/2001.
- ARTHUR da S. Bernardes: Um estadista da República. **Jornal da UFV**, Viçosa, 11 ago. 1983.
- BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. São Paulo, Ática, 1990.
- BARTLETT, F.C. **Remembering**. Londres: Cambridge University Press, 1995. p. 301 -314.
- BAUMAN, Z. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro, J. Zahar, 1999.
- BONINI, Adair. **Gêneros Textuais e Cognição**. Um estudo sobre a organização cognitiva da identidade dos textos. Editora Florianópolis: Insular, 2002.
- BORGES, M.; CABRAL, A.; LIMA, G.; DUMONT, L.; NAVES, M. Estudos cognitivos em ciência da informação. **R. Eletr. Biblioteconomia CI.**, Florianópolis, n. 15, 1º sem. 2003
- BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às Ciências da Comunicação**. Bauru, SP: Edusc, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997
- BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Ensino Superior. Resolução CNE/CES 16, de 13 de março de 2002. Disponível em: <<http://www.mec.gov.br/sesu/ftp/resolucoes/1602ComSocial.doc>>. Acesso em: 25 mai 2006
- BRETAS, Maria B. A. S. **Interações telemáticas: estudo sobre jovens internautas de Belo Horizonte**. Tese (Doutorado) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2000.
- CABRAL, Águeda M.; BARROS, Marcelo A.; BEZERRA, Ed Pôrto. **Estratégia de Comunicação apoiada na hipermídia para formação de empreendedores socialmente responsáveis**. XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador-BA, 2002.
- CARRATO, A. Imprensa Mineira: um monopólio próximo ao fim. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Paralelo 15, 1997.

CARTER, R. F., Ruggels, W. L., Jackson, K. M., & Heffner, M. B. (1972). Application of signaled stopping technique to communication research. In P. Clarke (ed.), **New models for communication research**. Beverly Hills, CA: Sage, 1972.

CASTRO CALDAS, A. Neurobiologia do comportamento humano. In: **Colóquio/Ciências – Revista de Cultura Científica**. Ano 4. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1992.

CHAPARRO, M. Carlos. **Pragmática do Jornalismo**. São Paulo: Summus, 1994.

CHAVES, Consuelo. **Qualidade da ‘informação jornalística’**: estudo na grande imprensa escrita de Belo Horizonte. Dissertação (Mestrado) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2000.

CHAVES, Consuelo J. **A participação das fontes formais na qualificação da notícia**. 2005. Tese (Doutorado) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

CHEUK, W-Y, B., & Dervin, B. (1999). A qualitative Sense-Making study of the information seeking situations faced by professionals in three workplace contexts. **The Electronic Journal of Communication** [On-line serial] 9 (2, 3, & 4).

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo Cortez, 2006.

CHOMSKY, N.; HERMAN, E. **Banhos de sangue**. São Paulo, Difel, 1976.

COSTA, Cândida A.O. **Aplicação da abordagem Sense-Making no estudo do comportamento informacional de pesquisadores de um instituto de pesquisa tecnológica**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Ciência da Informação, UFMG, Belo Horizonte, 2000.

CUNHA, Euclides. **Os sertões**. Rio de Janeiro: Ed. Record, 1998.

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras: Schwarcz, 1990.

DE DUVE, Christian. Poeira Vital: **A vida como imperativo cósmico**. P. 309-351. Ed. Campus, 2004.

DERVIN, Brenda. **An overview of Sense-Making research**: concepts, methods and results to date. International Communications Association Annual Meeting. Dallas, May, 1983.

DERVIN, Brenda. From the mind's eye of the user: the sense-making qualitative-quantitative methodology. In: Jack D. Glazier and Ronald R. Powell, **Qualitative Research in Information Management** (Libraries Unlimited, 1992, pp.61-84).

DERVIN, Brenda. Chaos, order, and Sense-Making: a proposed theory for information design. In: JACOBSON, R. (ed.) **Information Design**. Cambridge: MIT Press, 1996

DERVIN, B.; NILAN, M. Information needs and uses. **ARIST**, v.21, p.3-33, 1986,

DERVIN, B.; HUESCA, R. Practicing journalism communicatively: Moving from journalism practiced as ideology to journalism practiced as theorized practice. In: B. Dervin ; L. Foreman-Wernet (with E. Lauterbach) (Eds.) **Sense-Making Methodology reader: Selected writings of Brenda Dervin** (pp. 309 -324). Cresskill, NJ: Hampton Press, 2003.

DERVIN, Brenda; FOREMAN-WERNET, Lois; LAUTERBACH, Eric. Index to the writings of Brenda Dervin, 2003. Disponível em: <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/bib/bibdervinindex.html>.

DWORKIN, M., FOREMAN-WERNET, L., DERVIN, B. Sense-Making and television news: an inquiry into audience interpretations. **The Electronic Journal of Communication**, v.9, 1999.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 1999

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em Jornalismo: Redação, Captação e Edição no Jornal Diário**. Petrópolis: Vozes, 1984.

ERBOLATO, Mário L. Leitura de jornais, como motivar a juventude. In **Revista Brasileira de Comunicação**, v.9, n.54,. p.47-54. Jan/jun, 1986

ESPÍRITO SANTO, Patrícia. **Leitura e interatividade feminina nos jornais impressos: a postura da leitora do Estado de Minas**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

FAUSTO NETO, Antônio. A deflagração de sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. In SOUSA, M. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo:Brasiliense, 2002.

FERNANDES, Geni Chaves. **A Ameaça: Tempo, Memória e Informação**. Tese de Doutorado. IBICT/MCT - ECO/UFJF. Rio de Janeiro, 2004.

FERREIRA, G. Marcus. **Uma leitura dos estudos dos efeitos: da era das certezas às incertezas e mistérios da recepção**. Intercom, 2003.

FERREIRA, G.; GOMES, I. **Avaliação das Condições de Ensino**. Manual de avaliação do curso de Comunicação Social-Jornalismo da UFV. Brasília: MEC-Inep, 2004. 18p. Relatório.

FERREIRA, Sueli Mara S. P. **Redes Eletrônicas e Necessidades de Informação: abordagem do Sense-Making para estudo de comportamento de usuários do Instituto de Física da USP**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 1995.

FERREIRA, Sueli Mara S. P. Estudo de Necessidades de Informação: dos paradigmas tradicionais à abordagem Sense-Making. Porto Alegre: **ABEBD**, 1997.

FERREIRA, Sueli Mara S. P. Design de biblioteca virtual centrado no usuário: a abordagem do Sense Making para estudos de necessidades e procedimentos de busca e uso da informação. **Ciência da Informação**, 26, mai/ago 1997.

FIGUEIREDO, Nice M. Estudo de Usuários. **Estudo de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994, cap. 2, p.7-20.

FRANÇA, Vera V. **Jornalismo e vida social**: a historia amena de um jornal mineiro. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 1998.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Vozes, 1978.

FREIRE, Paulo; SHOR, I. **Medo e ousadia**: o cotidiano do professor. Rio, Paz e Terra. 1986.

GARCIA, Luiz (org). **Manual de Redação e estilo**. O Globo, São Paulo, 1994

GIOPATO, Waldemir F. **Necessidades de Informações gerenciais dos usuários do Sistema de Serviço Militar do Exército Brasileiro**: uma abordagem centrada no usuário. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2004.

GONZÁLES DE GOMEZ, Maria N. O objeto de estudo da Ciência da Informação: paradoxos e desafios. **Ciência da Informação**. Brasília: v. 19, n. 2, p. 117-122. jul./dez. 1990

GUERRA, Hebert N. **As universidades federais de Minas Gerais**. Uma análise de seus indicadores de desempenho. Belo Horizonte, 2006. 159 p. Dissertação (Mestrado) - Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. "Encoding/decoding". In: **Culture, media, language**. Working papers in Cultural Studies. London: Hutchinson/ CCCS, 1980.

HALLIN, D. The american news media. In: **We keep America on top of the world**: television journalism and the public sphere. London and New York, 1994.

HERSCOVICI, Alain; BOLANO, César; MASTRINI, Guillermo. Economia política da comunicação e da cultura: uma apresentação. In: LOPES, Maria; FRAU-MEIGS, Divina; SANTOS, Maria (orgs). **Comunicação e Informação: Identidades e Fronteiras**. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000. P. 87-103.

JAMESON, Fredric. **Virada cultural: reflexões sobre o pós-modernismo**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2006.

JORNAL da Associação Nacional de Jornais. Brasília, 2004. Disponível em: <<http://jornalanj.digitalpages.com.br>>. Acesso em: 15 mai 2006.

KARAM, Francisco J. A antiguidade greco-romana, o lead e a contemporânea narrativa jornalística. Sala de prensa, Vol. 2, ano III, ago. 2000. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art150.htm>>. Acesso em: 30 nov 2005.

KURZ, Robert. **Folha de São Paulo**. 13 de janeiro de 2002. Caderno Mais!. Pag. 15.

LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. São Paulo: Ed. Vozes, 1979.

LAVILLE, Christian e DIONNE, Jean. **A construção do saber**. Manual de Metodologia da pesquisa em Ciências Humanas. Porto Alegre: Artes Médicas/Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LEFFA, V. **Aspectos da leitura**: uma perspectiva psicolinguística. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 1996.

LEITE, Rogério C. C. (org). **Manual de Redação**: Folha de São Paulo. São Paulo: Folha de São Paulo, 1987.

LEMONS, Cláudia R.F. **Seis questões sobre o Jornalismo**: uma leitura da imprensa brasileira nos anos 90 a partir de Ítalo Calvino. Tese de Doutorado. Faculdade de Letras/UFMG. Belo Horizonte, 2001.

LIMA, Alceu A. **O Jornalismo como gênero literário**. Rio de Janeiro: Agir, 1969.

LIMA, Venício. Breve roteiro introdutório ao campo de estudo da comunicação social no Brasil. In: **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Perseu Abramo, 2001, p. 21 -53.

LINS E SILVA, C.E. **O adiantado da hora** – a influência americana sobre o Jornalismo brasileiro. São Paulo, Summus, 1991.

MAGALHÃES, Evaldo F. **Os jornalistas do “Estado de Minas” e o uso da internet como fonte de pesquisa no trabalho**. 2005. Dissertação (Mestrado) – Escola de Ciência da Informação, Belo Horizonte, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MARQUES DE MELO, José. Comunicação de Massa X Leitura. IV Jornada Paulista de Biblioteconomia e Documentação. **Ensaios da Associação Paulista de Bibliotecários**, n. 1. São Paulo, 1993.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Pedagogia da Comunicação: Matrizes Brasileiras**. São Paulo, Angellara Ed., 2006.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo, Ed. Summus, 2003.

MARTELETO, Regina. Informação: elemento regulador dos sistemas, fator de mudança social ou fenômeno pós-moderno? **Ciência da Informação**, Brasília, 16 (2): 169-80, jul./dez.1987.

MARTIN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em Comunicação Social. In: SOUSA, Mauro W. (org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1994. p.39-68.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Médios: olvidos y desmemorias. Debilitam el pasado y diluyen la necesidad de futuro. **Ciberlegenda**, n. 6, 2001.

MARTINS, Eduardo (org.). **Manual de Redação e Estilo**. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 1990.

MEDITSCH, Eduardo. **A Compreensão da Mensagem no Radiojornalismo: uma abordagem cognitiva**. XXVI CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO. Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro de 2003.

MEDITSCH, E. A filosofia de Paulo Freire e as práticas cognitivas no Jornalismo. **Comunicação & Educação**, São Paulo: v. IX, n. 27, p. 15-30, 2003.

MORLEY, David.. **Television, audiences and cultural studies**. London; New York: Routledge, 1992. P. 251-289.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX** (O Espírito do Tempo). Forense Universitária, RJ, 1975.

OLIVEIRA, Valdir C. **Os moinhos de papel: um estudo sobre a narrativa jornalística, o repórter e a cidadania na imprensa belo-horizontina**. 1996, Tese (doutorado) - Universidade de São Paulo, 1996.

ORLANDI, Eni. Uma questão de leitura: a noção de sujeito e a identidade do leitor. In: **A linguagem e seu funcionamento**. São Paulo, Pontes Editores, 1996.

PACHECO, Leila Maria Serafim. A informação enquanto artefato. **Informare**, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p.20-24, jan./jun. 1995.

PATTERSON, Thomas E. Tendências do Jornalismo Contemporâneo. **Media & Jornalismo**, v.1 n.2 Lisboa, 2003.

PINHO, J.B. Os alunos do IAC e os meios de comunicação de massa. 1986. Disponível em <http://hdl.handle.net/1904/7832>. Acesso em: 01 out. 2006.

PINTO, M. V. B. **Práticas informacionais para a construção da cidadania**: Um estudo de caso sobre os atores sindicais da Rede Municipal de BH. Dissertação (Mestrado). Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

POLESEL, C.; DELIBERADOR, Luzia. **Jornal não é fonte para universitários maringauenses**. Xxvi Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro de 2003.

PORTO, Mauro P. Muito além da informação: mídia cidadania e dilema democrático. **São Paulo em Perspectiva**. V. 12, n.4, out-dez/1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VIÇOSA. Catálogo informativo sobre a cidade. Disponível em: <<http://www.vicosamg.gov.br/conteudo/vicosamnumeros.htm>>. Acesso em: 15 de jun. 2008.

RABAÇA, Carlos A.; BARBOSA, Gustavo G. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo, Ática, 1995.

RAMOS, Murilo César. Da comunicação às comunicações: uma contribuição ao debate conceitual. In: LOPES, M.I.V.; FRAU-MEIGS, D.; SANTOS, M.S.T. (orgs). **Comunicação e informação**: identidades e fronteiras. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000.

REIS, Hiliana. **Fronteiras, territórios e espaços interculturais**. XXVII Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Porto Alegre, 30 ago a 3 set/2004.

SALGADO, Luciana M.A **biblioteca virtual do estudante brasileiro da escola do futuro da USP**: um estudo da sua estrutura e de seus usuários. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação–USP, 2002.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.41-62, jan/jun 1996.

SERRA, Paulo. Informação e Cidadania – Notas para uma discussão. Biblioteca On Line de Ciências da Informação, Portugal, Universidade da Beira-Interior, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-informacao-cidadania.pdf>>. Acesso em: 15 mai 2008.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. Ed. Senac, São Paulo, 2001

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria H. . **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do Jornalismo** . Chapecó: Argos, 2002

SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SULZBERGER, Arthur. **O Estado de S. Paulo**, 8 de fevereiro de 2007

TAYLOR, R. S. **Value-added process in information system** . Norwood, NJ: Ablex, 1986.

TEMER, Ana C. R. Pessôa. **Notícias, dicas e serviços** – um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo. 2000, 142 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2000.

TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001 .

TRAVANCAS, Isabel S.T. **O Mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

TUCÍDIDES. **História da guerra do Peloponeso**. Brasília: UNB, c1986.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Colégio de Aplicação. Disponível em: <<http://www.coluni.ufv.br/colégio.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2007.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Curso de Comunicação Social. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Viçosa, MG. Disponível em <www.ufv.br/ccom>. Acesso em: 12 jul 2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Comissão Permanente de Vestibular e Exames. Disponível em: <http://www.copeve.ufv.br>. Acesso em: 10 jul. 2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento. UFV em Números 2007. Viçosa, 2007. Disponível em: <<http://www.ufv.br/proplan/ufvnumeros/numeros2007.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. REUNI - Documentos, Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento. UFV em Números 2007. Viçosa, 2008.

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO BERNARDO DO CAMPO. Cátedra Unesco de Jornalismo. São Bernardo do Campo (199_). **Seminário de Ciências da Comunicação- Identidade da imprensa brasileira no limiar do século XXI**

VAN DIJK, Teun A. La notícia como discurso: **Comprensión, estructura y producción de la información**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1990.

VAN DIJK, Teun A. **Cognição, discurso e interação**. 4^a.ed. São Paulo: Contexto, 2002.

WEBSTER, Frank. Theories of the information society, London, Routledge, 1995. Cap. 6. P. 101-134: **Information management and manipulation** : Jurgen Habermas and the decline of the public sphere.

WERSIG, Gernot. Information science and theory: a weaver bird's perspective. In: V akkari, P.; CRONIN, B. **Conceptions fo library and information science** : historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992.

WILSON, T. D. El modelato orientado al usuario: una perspectiva global. **Anales de Documentación**, n.2. P. 85-94, 1999.

WILSON, T. D. Recent trends in user studies: action research and qualitative methods. **Information Research**, v. 5, n.3, april 2000. Disponível em: <<http://information.net/ir/5-3/paper76.html>>

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Questionário pesquisa piloto

Pesquisa Piloto

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO 1

BLOCO 1 – IDENTIFICAR PERFIL

- 1.1 Nome: _____
1.2 E-mail: _____ Telefone fixo: _____ ; celular: _____
1.3 Local de moradia () república () pensão () família () alojamento () _____

BLOCO 2 – MAPEAR AMBIENTE INFORMACIONAL

Mídia impressa

- 2.1 Jornal impresso que lê com maior regularidade: _____
2.2 Número de edições que lê: () diária () duas vezes por semana () três vezes por semana () quatro vezes () cinco vezes () seis vezes () irregularmente () regularmente quando estou em casa de meus pais () não leio
2.3 Revista que lê com maior regularidade: _____
2.4 Periodicidade de leitura:
() semanal () mensal () irregularmente () regularmente quando estou em casa de meus pais () não leio
2.5 Motivo pelo qual não lê jornais ou revistas: () preço () hábito () não gosto () falta de tempo () prefiro outros meios () jornais são ruins () outros motivos (citar): _____

Mídia eletrônica

- 2.6 Programas de televisão que assiste (estimar tempo médio aproximado de exposição a cada programa):

Nome: _____ Minutos: _____ Frequência¹: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____

- 2.7 Motivo pelo qual não assiste: _____

- 2.8 Programas de rádio que ouve (estimar tempo médio aproximado de exposição a cada programa):

Nome: _____ Minutos: _____ Frequência²: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____

- 2.9 Motivo pelo qual não ouve: _____

Webmídia

- 2.10 Sites de serviços e de conteúdo geral mais acessados pela Internet (estimar tempo médio aproximado de navegação):

() Orkut Minutos: _____ Frequência: _____ () e-mails: Minutos: _____ Frequência: _____
() MSN : Minutos: _____ Frequência: _____ () Youtube: Minutos: _____ Frequência: _____
() _____ Minutos: _____ Frequência: _____ () _____ Minutos: _____ Frequência: _____

Noticiário on line

- 2.11 Sites de notícias mais acessados pela Internet (estimar tempo médio aproximado de navegação):

Nome: _____ Minutos: _____ Frequência³: _____
Nome: _____ Minutos: _____ Frequência: _____

- 2.12 Motivo pelo qual não acessa: _____

¹ Diária; duas vezes por semana; três vezes por semana; quatro vezes; cinco vezes; seis vezes; irregular ou não assisto

² Diária; duas vezes por semana; três vezes por semana; quatro vezes; cinco vezes; seis vezes; irregular ou não ouço

³ idem

BLOCO 3 – VARIÁVEL “CREDIBILIDADE DOS JORNAIS” E “DECODIFICAÇÃO CRÍTICA”.

A questões abaixo devem ser respondidas pontuando segundo as seguintes escalas:

“0” (não tenho opinião) “1” (totalmente descreditado) “2” (desconfio quase sempre)
“3” (confio às vezes) “4” (confio quase sempre) “5” (confio plenamente)

3.1 Como avalia a credibilidade dos jornais ou revistas impressas que lê?

Jornal 1 (nomear): _____ Pontuação: _____ Revista 2 (nomear): _____ Pontuação: _____
Jornal 2 (nomear): _____ Pontuação: _____ Outros (nomear): _____ Pontuação: _____
Revista 1 (nomear): _____ Pontuação: _____ Outros (nomear): _____ Pontuação: _____

3.2 Como avalia a credibilidade do noticiário on line que lê?

Site 1 (nomear): _____ Pontuação: _____ Site 3 (nomear): _____ Pontuação: _____
Site 2 (nomear): _____ Pontuação: _____ Outros (nomear): _____ Pontuação: _____

BLOCO 4 – VARIÁVEL “DECODIFICAÇÃO CRÍTICA”

As questões abaixo devem ser respondidas pontuando segundo as seguintes escalas:

“1” (baixíssima) “2” (pouca) “3” (razoável) “4” (boa) “5” (excelente)

4.1 Em geral, como considera os jornais e revistas impressas que lê, em relação à:

4.1.1 Quantidade de notícias () 4.1.2 Qualidade do noticiário ()

4.2 Em geral, como considera o noticiário on line que lê, em relação à:

4.2.1 Quantidade de notícias () 4.2.2 Qualidade do noticiário ()

BLOCO 5 – VARIÁVEL “ENVOLVIMENTO SOCIAL” (VITIMIZAÇÃO)

5.1 Como você se define e seus mantenedores, em conjunto, em relação à estrutura sócio-econômica do Brasil:

() prejudicado pela estrutura socioeconômica () favorecido pela estrutura socioeconômica

A questão abaixo deve ser respondida pontuando segundo as seguintes escalas:

“1” (baixíssimo) “2” (pouco) “3” (razoável) “4” (bom) “5” (intenso)

5.2 Avalie seu grau de interesse e/ou participação em relação às entidades abaixo :

- () agremiação política (partidos, entidades, et c)
() sindicato de trabalhadores
() sindicato patronal (sindicato de proprietários de terra, associação comercial, etc)
() associações de classe (conselhos de categorias, OAB, cooperativas, etc)
() organizações não governamentais (meio ambiente, cultura, etc)
() movimento estudantil
() igrejas, entidades religiosas, movimentos religiosos
() Citar outras que participe ou tenha interesse _____

BLOCO 6 – IDENTIFICAR LACUNA/NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO PARA DELINEAR PERFIL DO USUÁRIO

6.1 Acrescente em “outros” os assuntos de sua preferência (mesmo que você não encontre em seu jornal ou não leia por quaisquer motivos). Posteriormente, enumere em ordem crescente de interesse.

() artes e cultura () assuntos locais () esportes
() política () polícia () TV
() outros: _____ () outros: _____ () outros: _____

6.2 Enumere, em ordem crescente, os assuntos que você efetivamente lê:

() artes e cultura () política () outros: _____
() assuntos locais () polícia () outros: _____
() esportes () TV () outros: _____

BLOCO 7 – OBSERVAÇÕES FINAIS (use o verso, se necessário)

7.1 Considerações do usuário à respeito de sua experiência como consumidor de notícias ou em relação a este instrumento de pesquisa:

7.2 Observações do entrevistador em relação a este formulário e/ou ao entrevistado:

APÊNDICE B

Questionário estudantes de Comunicação Social

Prezado estudante,

*Você está participando de uma pesquisa de doutoramento a respeito de leitura de jornais. Contribua respondendo ao questionário abaixo **na ordem em que as perguntas aparecem**. O máximo de **precisão e lealdade** auxiliará no aprimoramento das práticas e da teoria do Jornalismo, inclusive para nosso curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. Nossos sinceros agradecimentos.*

QUESTIONÁRIO 1

1.1 Matrícula nº:

1.2 E-mail: _____ Telefone fixo: _____ Celular: _____

1.3 Local de moradia: República pensão família alojamento outro (citar) _____

2.1 Cite o jornal **impresso** preferido: _____

2.2 Assinale o número de **edições que lê**:

não leio diária duas vezes três vezes quatro vezes
 cinco vezes seis vezes irregularmente regularmente quando estou em casa de meus pais

2.3 Qual (is) **revista** (s) lê com maior regularidade (em ordem): _____; _____; _____

2.4 Assinale a **periodicidade de leitura**:

semanal mensal irregularmente regularmente quando estou em casa de meus pais não leio

2.5 Cite o motivo pelo qual **não lê** jornais ou revistas: () preço () hábito () não gosto () falta de tempo

prefiro outros meios jornais são ruins outros motivos (citar): _____

2.6 Enumere os programas de **televisão** a que assiste:

Nome: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos
 Nome: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos
 Nome: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos
 Nome: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos

2.7 Cite o motivo pelo qual **não assiste**: _____

2.8 Enumere os programas de **rádio** que ouve:

Nome: _____ Emissora _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos
 Nome: _____ Emissora _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos
 Nome: _____ Emissora _____ Estime a soma de tempo **semanal** de audiência: ___ horas e ___ minutos

2.9 Motivo pelo qual **não ouve**: _____

2.10 Se você ouve apenas música (**aleatoriamente**),

cite o nome da emissora (_____) e tente estimar tempo **semanal** de exposição: ___ horas e ___ minutos

2.11 Qual **local de acesso** predominante à internet?

residência UFV trabalho outro (citar) _____

2.12 Motivo pelo qual **não acessa** a internet: _____

2.13 Liste os **sites** que você **mais acessa**:

Orkut Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos
 E-mails Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos
 MSN Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos
 YouTube Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos
 Outros: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos
 Outros: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de consumo: ___ horas e ___ minutos

2.14 Noticiário *on line*

- Nome do noticiário: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de exposição: __ horas e __ minutos
 Nome do noticiário: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de exposição: __ horas e __ minutos
 Nome do noticiário: _____ Estime a soma de tempo **semanal** de exposição: __ horas e __ minutos

3.1 De uma maneira mais geral, como avalia a **credibilidade** dos grandes e tradicionais jornais impressos brasileiros?

- não tenho opinião totalmente desacreditado desconfio quase sempre
 confio às vezes confio quase sempre confio plenamente

3.2 Excetuando a versão eletrônica dos tradicionais jornais impressos, como avalia a credibilidade do **noticiário on line**?

- não tenho opinião totalmente desacreditado desconfio quase sempre
 confio às vezes confio quase sempre confio plenamente

3.3 Ainda em relação à **credibilidade**, qual imagem você tem do jornal Estado de Minas?

- não tenho opinião totalmente desacreditado desconfio quase sempre
 confio às vezes confio quase sempre confio plenamente

3.4 Em geral, como considera os jornais brasileiros em relação à **qualidade do noticiário**?

- não tenho opinião baixíssima pouca razoável boa excelente

3.5 Ainda a respeito de **qualidade**, qual idéia você faz do jornal Estado de Minas?

- não tenho opinião baixíssima pouca razoável boa excelente

4.1 Havendo a **necessidade de optar** entre apenas duas alternativas, como você se define (e a seus mantenedores, em conjunto), em relação à estrutura socioeconômica do Brasil:

- somos favorecidos pela estrutura socioeconômica
 somos prejudicados pela estrutura socioeconômica

4.2 Avalie seu **grau de interesse** para assuntos referentes aos temas abaixo (mesmo que você não participe efetivamente).

nenhum interesse	pouco interesse	médio interesse	acompanho de perto	total/participo ativamente	
					Agremiação esportiva
					Agremiação política (partidos, entidades, etc)
					Associações de classe (conselhos, OAB, etc)
					Associações ou org. não governamentais (meio ambiente, cultura, etc)
					Igrejas, entidades religiosas
					Movimento estudantil
					Sindicato de trabalhadores
					Outro (citar) _____

5.1 Enumere, em ordem crescente, os **assuntos de preferência** (mesmo que você não encontre em seu jornal ou não leia por quaisquer motivos):

- artes e cultura assuntos locais economia esportes
 política TV outros: _____ _____

6.1 Caso queira comentar sua experiência pessoal de consumo de notícias ou tecer algum comentário sobre o presente instrumento de pesquisa, por favor, faça-o aqui (uso o verso, se necessário).

APÊNDICE C

Notícias do experimento com estudantes de Comunicação Social

1) **Leia** a notícia no ritmo que normalmente o faz.

2) **Enquanto lê**, marque com o traço “/” a frase ou expressão em que tenha alguma dúvida ou questão a considerar, seguido da escala “1” (sem importância), “2” (importante) e “3” (muito importante).

Palco do Maracanãzinho, Rio de Janeiro, outubro de 1967. O jovem cantor, violonista e compositor Milton Nascimento, poucos dias antes de completar 25 anos, classifica três músicos no 2º Festival Internacional da Canção: Travessia, Morro Velho e Maria, minha fé. A partir daí, trilharia autêntica travessia rumo a uma das mais significativas trajetórias na música popular brasileira da segunda metade do século 20, projetando-se como um dos maiores cantores de seu tempo.

Milton nasceu às 18h, a hora do Angelus, em 26 de outubro de 1942, filho de Maria do Carmo do Nascimento, cozinheira que deixou Juiz de Fora, em Minas Gerais, para trabalhar no Rio de Janeiro. A hora do Angelus relembra para os católicos o momento da anunciação, feita pelo anjo Gabriel a Maria, da concepção de Jesus Cristo, como livre do pecado original. O seu nome deriva da

frase: Angelus Domini nuntiavit Mariae.

Bituca – apelido dado pela mãe adotiva, Lília Silva Campos –, como era conhecido na família e entre os amigos, depois do segundo lugar na classificação geral e da premiação como melhor intérprete do 2º FIC, inscreveria o nome Milton Nascimento no primeiro time de compositores e cantores que renovariam a MPB. Os festivais injetavam sangue novo no universo cultural brasileiro e a música ainda era uma das poucas manifestações de expressão popular no Brasil dos primeiros anos da ditadura militar.

O sucesso de Travessia, parceria de Bituca e Fernando Brant, projetou Milton como um cometa. Mas a criatividade e a qualidade musical do novo talento transcenderam os limites da passagem de um cometa e o transformaram em feixe de luz

permanente a apontar caminhos na música popular brasileira. O próprio Milton afirmou: “Isso está nas mãos do que se quiser chamar, pode ser Deus, pode ser destino, pode ser o que for”.

A primeira parceria do músico com Fernando Brant abriu alas para uma geração de grandes músicos e compositores mineiros. Milton Nascimento nunca transigiu em sua arte, nunca aceitou os apelos fáceis da massificação. E já declarou, incisivo: “A massificação vai bitolando a cabeça das pessoas e bitola a música popular brasileira também”. Assim, o cantor e compositor sempre procurou a qualidade musical, sabedor de que escolhera um caminho mais difícil. Porém, passadas quatro décadas de seu batismo de fogo com a interpretação de Travessia, fica a certeza de que a criatividade e a qualidade resistem a tudo. (Fonte: Jornal Estado de Minas)

3) **Imediatamente após ler**, retorne àquela dúvida ou questão que tenha marcado maior pontuação e anote ao lado da marcação se obteve resposta “incompleta” (I), “parcial” (P) ou “completa” (C).

4) **Faça aqui** um breve comentário sobre o item que tenha marcado a maior pontuação.

5) **Enquanto iniciava a leitura**, quais os primeiros pensamentos vieram à mente?

6) **Após ler a notícia**, houve alguma questão ou dúvida?

7) Já **tinha lido** esta notícia antes? Sim Não Não tinha lido mas soube por outras mídias

8) Em escala de 1 a 5, qual o seu **grau de interesse** por esta notícia?

nenhum pouco médio acompanhado de perto máximo interesse

1) Leia a notícia no ritmo que normalmente o faz.

2) Enquanto lê, marque com o traço “/” a frase ou expressão em que tenha alguma dúvida ou questão a considerar, seguido da escala “1” (sem importância), “2” (importante) e “3” (muito importante).

A Justiça acatou a denúncia do Ministério Público estadual (MPE) e vai julgar quatro funcionários graduados do Tribunal de Contas do Estado (TCE) apontados como responsáveis pelo incêndio criminoso ocorrido na sede do órgão, em 2002. Também por determinação da Justiça, dois dos acusados – Wallace de Oliveira Chaves (assessor de gabinete) e Hugo de Oliveira Veloso (coordenador de segurança) – foram afastados de suas funções a fim de facilitar o acesso livre às provas e evitar a possível intimidação de testemunhas.

Chaves, Oliveira, Rui Costa e Galeno Meneses (estes dois últimos, aposentados) são acusados de cometer três crimes: prática de incêndio em edifício público, supressão de documentos e formação de quadrilha. As penas podem ultrapassar a 15 anos de prisão. Os quatro negam ter participado do episódio.

Segundo o MPE, o incêndio foi criminoso e tinha o objetivo de

promover uma megaqueima de arquivo. As chamas que tomaram conta do 3º andar do tribunal, em 12 de abril de 2002, destruíram mais de 3 mil processos, muitos dos quais continham provas de desvio de dinheiro público, superfaturamento, corrupção e nepotismo, entre outras irregularidades (Veja ao lado a lista do material que foi queimado).

O Ministério Público afirma que Chaves, Oliveira, Costa e Meneses participaram da trama, obedecendo ordens superiores. Por falta de provas, não foram apontados os possíveis mandantes. Porém, o MPE afirma que há “indícios significativos” de que um dos autores do crime tenha sido o presidente do TCE na época do incêndio, José Ferraz, falecido em 2004. A família de Ferraz não comenta a afirmação.

O MPE espera identificar os possíveis mandantes do crime por meio da quebra dos sigilos bancário, fiscal e de comunicações (e-mails) dos acusados. Anteriormente, a Justiça havia negado o pedido do

Ministério Público. Na semana passada, porém, diante das novas provas apresentadas, a quebra dos sigilos foi aprovada.

Os dois funcionários afastados ocupavam cargos de confiança. Chaves era diretor-geral do TCE na época do incêndio e vinha exercendo a função de assessor de gabinete de conselheiro Antônio Andrada, corregedor do tribunal. Já Veloso era coordenador de segurança do órgão quando ocorreu o incêndio, cargo que continuava a ocupar até o seu afastamento. Ambos continuarão recebendo seus salários. Caso sejam inocentados, deverão voltar às suas funções. A Justiça pode ainda determinar a volta deles ao trabalho antes do término do processo.

Os quatro acusados já foram ouvidos em depoimento na 8ª Vara Criminal. Chaves, Oliveira e Costa negaram ter praticado os crimes. Já Meneses preferiu se calar. O próximo passo do processo será a convocação das testemunhas de acusação.

(Fonte: Jornal Estado de Minas)

3) Imediatamente após ler, retorne àquela dúvida ou questão que tenha marcado maior pontuação e anote ao lado da marcação se obteve resposta “incompleta” (I), “parcial” (P) ou “completa” (C).

4) Faça aqui um breve comentário sobre o item que tenha marcado a maior pontuação.

5) Enquanto iniciava a leitura, quais os primeiros pensamentos vieram à mente?

6) Após ler a notícia, houve alguma questão ou dúvida?

7) Já tinha lido esta notícia antes? Sim Não Não tinha lido mas soube por outras mídias

8) Em escala de 1 a 5, qual o seu grau de interesse por esta notícia?

nenhum pouco médio acompanhamento de perto máximo interesse

1) Tente ler a notícia abaixo no ritmo que normalmente o faz em situações cotidianas. Não faça marcações, como no experimento anterior.

A violência nas estradas do país não deixa apenas uma profunda ferida no coração de milhares de famílias que perdem entes queridos. Um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), batizado de Impactos sociais e econômicos dos acidentes de trânsito nas rodovias brasileiras, mostra que a sociedade e o poder público têm um prejuízo astronômico com a perda de produção e com as várias despesas – resgate de feridos, remoção de corpos, atendimento hospitalar, veículos danificados, entre outras – causadas pelas tragédias na malha viária. Em Minas, onde a imprudência é a principal causa dos desastres, a conta já ultrapassa R\$ 1,2 bilhão, o equivalente a 3,3 milhões de salários mínimos (R\$ 380). O valor foi calculado com base nas estatísticas das polícias rodoviárias Federal (PRF) e Estadual (PRE), entre janeiro e setembro deste ano.

O Ipea concluiu que um ferido representa uma média de R\$ 38.256 mil com a perda de produção e os diversos gastos.

Um morto, R\$ 281.216 mil. Na ponta do lápis, o prejuízo com as 1.563 pessoas que morreram nas MGs (769) e nas BRs (794) que cortam Minas, nos nove primeiros meses do ano, foi de R\$ 439,5 milhões. Já o custo com os 21.392 motoristas, passageiros e pedestres feridos nas estradas federais (9.178 pessoas) e nas estaduais (12.214) somou R\$ 818,4 milhões. Em todo o país, o que inclui as vias municipais, o instituto estima que o gasto foi de R\$ 22 bilhões em 2006. É como se, diariamente, R\$ 60 milhões fossem esparramados no asfalto do Brasil.

Em Minas, a média diária jogada fora (R\$ 1,2 bilhão divididos pelos 273 dias de janeiro a setembro) passa de R\$ 4 milhões. Mas o valor, possivelmente, é muito maior do que esse. Isso porque a PRF e a PRE não registram como óbito vítimas socorridas em hospitais e que perdem a vida em decorrência dos ferimentos no trânsito. Além disso, a estatística não incluiu o balanço de desastres deste mês – só nas

rodovias da União no estado houve 64 mortes e 958 feridos entre os dias 1º e 25 – e tampouco o de famílias que choraram a perda de parentes nas vias municipais. Além disso, a média projetada para cada morto ou ferido foi feita em dezembro e não levou em conta a inflação do período.

Doutor em engenharia de transporte e professor da Universidade Federal do ABC (SP), José Alex Santana participou do estudo do Ipea e chama a atenção para uma comparação: “O prejuízo com as mortes nas estradas é mais grave do que se pensa. É um problema bem superior às vítimas de câncer ou de problemas cardíacos, uma vez que a idade média de quem morre de câncer ou de ataque do coração é de 60 anos. Já a das vítimas da guerra no trânsito está em torno de 33 anos. Ou seja, a pessoa tinha uma longa vida pela frente”.

(Fonte: Jornal Estado de Minas)

2) Já tinha lido esta notícia antes?

Sim

Não

Não tinha lido mas soube por outras mídias

1) Tente ler a notícia abaixo no ritmo que normalmente o faz em situações cotidianas. Não faça marcações, como no experimento anterior.

A escola faz a diferença, mas não milagres. O título escolhido pelo professor José Francisco Soares, do Grupo de Avaliações e Medidas Educacionais (Game) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), para uma palestra na Câmara Municipal de Belo Horizonte esta semana, serve para desmitificar alguns mitos sobre aprendizagem na rede pública. O primeiro deles relaciona o desempenho dos alunos ao perfil socioeconômico e o segundo, às condições estruturais das escolas. Segundo os estudos do especialista, mais recurso não é sinônimo de qualidade de ensino. E, em condições de infra-estrutura semelhantes e público muito parecidos, as instituições podem obter resultados muito diferentes.

“Não se consegue produzir bons resultados sem estrutura, mas as boas condições não são a garantia da qualidade na educação”, afirma. Para comprovar sua conclusão, ele se vale de uma comparação entre as redes municipal de BH e estadual. Na primeira, o investimento per capita anual gira em torno de R\$ 3,1 mil. Enquanto no estado, o gasto com os alunos não ultrapassa R\$

1,7 mil. “Apesar da diferença, cerca de 50% dos estudantes de 4ª série em BH, nos dois sistemas, obtiveram nota abaixo do mínimo na última Prova Brasil, aplicada pelo MEC (Ministério da Educação), tanto em português quanto em matemática”, diz.

A justificativa de que a renda, ocupação e escolaridade das famílias são preponderantes para se determinar o sucesso escolar também cai por terra com as explicações do professor. Ele destaca que, quanto melhores esses indicadores, as notas são maiores. No entanto, em um mesmo nível socioeconômico, há resultados muito ruins e bons, inclusive dentro da mesma rede. O desenvolvimento desse raciocínio é embasado pelas notas do Sistema Mineiro de Avaliação da Educação Pública (Simave), teste feito pelo governo do estado e aplicado aos estudantes dos sistemas municipal e estadual. Há quatro anos, em matemática, crianças matriculadas na 4ª série de escolas municipais acertaram, em média, 170,4 questões em uma prova de 325 perguntas.

No entanto, houve escolas com nota muito inferior à média (146,44) e outras bem acima (194,34), ambas com público de mesmo perfil socioeconômico, considerado o mais baixo (nível 1). O mesmo pode ser percebido na rede estadual. A média girou em torno de 168 pontos, mas foram encontradas instituições com 135,16 e 200,82, dentro da mais baixa faixa de renda, ocupação familiar mais precária e menor escolaridade. Além de as médias das escolas municipais e estaduais serem próximas – mesmo com o investimento muito superior da prefeitura em educação –, em instituições cuja clientela é muito carente, independentemente do sistema, é possível se obter bons resultados ou não. Os especialistas concluíram que o foco da educação deve ser o resultado e, para se conquistar o cumprimento das metas, é fundamental uma gestão escolar engajada, capaz de conciliar a administração das instituições à execução e ao acompanhamento do projeto pedagógico.

(Fonte: Jornal Estado de Minas)

2) Já tinha lido esta notícia antes?

Sim

Não

Não tinha lido mas soube por outras mídias

APÊNDICE D

Questionário de evocação - estudantes de Comunicação Social

EXPERIMENTO DE EVOCAÇÃO

Prezado estudante,

*Esta é a terceira fase de nossa pesquisa de doutoramento a respeito de leitura de jornais. Responda às perguntas abaixo com o máximo de precisão, o que muito contribuirá no aprimoramento das práticas e da teoria do Jornalismo, inclusive para nosso curso de Comunicação Social. **Atenção: em hipótese alguma é aconselhável buscar auxílio com o colega.** Use o verso, se necessário. Somos agradecidos.*

Matrícula nº: [][][][][]

QUAL O MÁXIMO DE INFORMAÇÕES VOCÊ É CAPAZ DE EVOCAR DE NOTÍCIAS LIDAS EM 6 DE NOVEMBRO?

1) O que se lembra da **Notícia A**? (como, quando, onde, porquê, quem, o quê, e outras informações possíveis)

2) Descreva as circunstâncias em que se lembrou da **Notícia A** nas últimas semanas (em uma conversação, para algum trabalho, facilitando a leitura de outra notícia, etc).

* * *

3) O que se lembra da **Notícia B**? (como, quando, onde, porquê, quem, o quê, e outras informações possíveis)

4) Descreva as circunstâncias em que se lembrou da **Notícia B** nas últimas semanas (em uma conversação, para algum trabalho, facilitando a leitura de outra notícia, etc).

5) O que se lembra da **Notícia C**? (como, quando, onde, porquê, quem, o quê, e outras informações possíveis)

6) Descreva as circunstâncias em que se lembrou da **Notícia C** nas últimas semanas (em uma conversação, para algum trabalho, facilitando a leitura de outra notícia, etc).

* * *

7) O que se lembra da **Notícia D**? (como, quando, onde, porquê, quem, o quê, e outras informações possíveis)

8) Descreva as circunstâncias em que se lembrou da **Notícia D** nas últimas semanas (em uma conversação, para algum trabalho, facilitando a leitura de outra notícia, etc).

Uma última questão: estime, por favor, o tempo total semanal de consumo com internet.

A - Acesso a sites, e-mails, MSN, youtube, blogs, etc, na internet (incluindo noticiário): ___ horas e ___ min

B - Apenas com leitura de notícias na internet: ___ horas e ___ min

APÊNDICE E

Tabela estudantes de Comunicação Social

TABELA 90
HÁBITO DE LEITURA (FREQUÊNCIA) SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Frequência	Relativo a %																										Total									
	Política					Agrem. esportiva					Assoc. de classe					ONG's					Igrejas					Mov. estudantil					Sind. Trabalhador					
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	Pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	Pt	sp	pp	mp	Ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp		pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Não lê	8	31	39	23	-	8	31	15	39	8	31	31	39	-	-	8	23	31	39	-	8	31	31	23	8	23	31	31	8	8	46	23	31	-	-	100
Diária	20	20	20	20	20	20	80	-	-	-	20	40	40	-	-	-	40	20	40	-	60	40	-	-	-	20	20	20	40	-	40	40	20	-	-	100
2 vezes	-	17	17	50	17	17	-	17	50	17	17	50	17	17	-	17	17	17	50	-	17	33	17	17	17	17	67	17	-	-	33	17	50	-	-	100
3 vezes	17	33	50	-	-	33	33	17	-	17	-	50	33	-	17	-	-	50	17	33	50	-	17	33	-	33	-	50	17	-	33	33	17	17	-	100
6 vezes	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	100
Irregularmente	19	32	27	14	8	32	25	18	14	11	33	32	22	10	3	6	21	32	29	13	24	32	19	19	6	19	35	25	8	13	41	30	18	6	5	100
Regularmente*	-	30	40	25	5	30	20	10	5	35	35	15	35	15	-	15	25	25	30	5	30	40	20	5	5	15	30	40	10	5	40	30	25	5	-	100
Total	13	30	31	19	7	27	26	16	16	15	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	33	19	17	6	19	33	29	11	9	40	29	23	5	3	100
Em números absolutos																																				
Não lê	1	4	5	3	-	1	4	2	5	1	4	4	5	-	-	1	3	4	5	-	1	4	4	3	1	3	4	4	1	1	6	3	4	-	-	13
Diária	1	1	1	1	1	1	4	-	-	-	1	2	2	-	-	-	2	1	2	-	3	2	-	-	-	1	1	1	2	-	2	2	1	-	-	5
2 vezes	-	1	1	3	1	1	-	1	3	1	1	3	1	1	-	1	1	1	3	-	1	2	1	1	1	1	4	1	-	-	2	1	3	-	-	6
3 vezes	1	2	3	-	-	2	2	1	-	1	-	3	2	-	1	-	-	3	1	2	3	-	1	2	-	2	-	3	1	-	2	2	1	1	-	6
6 vezes	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	1
Irregularmente	12	20	17	9	5	20	16	11	9	7	21	20	14	6	2	4	13	20	18	8	15	20	12	12	4	12	22	16	5	8	26	19	11	4	3	63
Regularmente*	-	6	8	5	1	6	4	2	1	7	7	3	7	3	-	3	5	5	6	1	6	8	4	1	1	3	6	8	2	1	8	6	5	1	-	20
Total	15	34	35	22	8	31	30	18	18	17	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 91
PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES SEGUNDO O PERÍODO - EM NÚMEROS RELATIVOS E ABSOLUTOS

Período	Relativo a %																																		
	Ag. esportiva					Política					Assoc. Classe					Assoc/ONG's					Igrejas					Sind. trabalhadores					Mov. estudantil				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
2º	24	12	24	30	9	15	21	42	21	-	39	30	24	6	-	9	30	27	33	-	21	27	21	24	6	45	24	24	3	-	18	33	24	15	9
4º	29	29	13	10	19	16	32	26	26	-	26	29	29	13	3	10	26	26	19	19	29	23	26	16	6	35	39	19	6	-	23	26	39	10	3
6º	26	26	26	9	13	4	39	26	17	13	26	35	30	9	-	4	9	48	35	4	17	48	9	17	9	39	26	30	4	-	13	48	26	4	9
8º	30	40	-	11	19	15	30	26	11	19	26	33	26	7	7	7	15	22	41	15	33	37	19	7	4	37	26	19	7	11	22	26	26	11	15
Média	27	26	16	16	15	12	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	39	29	23	5	3	19	32	29	11	9
Número absoluto de alunos																																			
2º	8	4	8	10	3	5	7	14	7	-	13	10	8	2	-	3	10	9	11	-	7	9	7	8	2	15	8	8	1	-	6	11	8	5	3
4º	9	9	4	3	6	5	10	8	8	-	8	9	9	4	1	3	8	8	6	6	9	7	8	5	2	11	12	6	2	-	7	8	12	3	1
6º	6	6	6	2	3	1	9	6	4	3	6	8	7	2	-	1	2	11	8	1	4	11	2	4	2	9	6	7	1	-	3	11	6	1	2
8º	8	11	-	3	5	4	8	7	3	5	7	9	7	2	2	2	4	6	11	4	9	10	5	2	1	10	7	5	2	3	6	7	7	3	4
Total	31	30	18	18	17	14	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	45	33	26	6	3	22	37	33	12	10

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 92

CREDIBILIDADE DO JORNAL ESTADO DE MINAS SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Credibilidade conferida ao EM	Relativo a %																									total										
	Ag. esportiva					Política					Assoc. classe					Associações/ONG's					Igrejas						Sind. Trabalhador					Mov. estudantil				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Não tenho opinião	40	16	12	16	16	12	36	32	16	4	60	16	20	4	0	36	32	24	8	0	8	16	28	36	12	36	28	24	12	0	16	32	28	16	8	100
Total descrédito	22	22	11	33	11	0	11	-	67	22	11	33	22	-	33	11	22	33	22	11	11	11	11	44	22	11	22	22	11	33	44	22	22	11		100
Desconfio quase sempre	30	25	25	5	15	5	15	40	30	10	35	15	35	15	0	20	30	40	10	0	10	25	25	30	10	10	25	20	20	25	40	25	10	15	10	100
Confio às vezes	17	31	17	24	10	14	34	34	10	7	31	48	21	-	-	34	34	24	7	0	3	17	41	34	3	14	31	48	3	3	14	41	14	24	7	100
Confio quase sempre	28	34	10	10	17	24	34	28	10	3	45	31	17	7	0	31	34	24	3	7	7	31	28	24	10	17	45	24	10	3	31	34	24	7	3	100
Confio plenamente	-	-	50	-	50	0	50	50	-	-	50	-	50	-	-	50	-	-	50	0	50	-	50	-	-	50	50	-	-	-	-	-	-	##		100
Média	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	40	29	23	5	3	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	19	32	29	11	9	25	32	19	17	6	100
	Número absoluto de alunos																																			
Não tenho opinião	10	4	3	4	4	3	9	8	4	1	15	4	5	1	0	9	8	6	2	0	2	4	7	9	3	9	7	6	3	0	4	8	7	4	2	25
Total descrédito	2	2	1	3	1	0	1	-	6	2	1	3	2	-	3	1	2	3	2	1	1	1	1	4	2	1	2	2	1	3	4	2	2	1	-	9
Desconfio quase sempre	6	5	5	1	3	1	3	8	6	2	7	3	7	3	0	4	6	8	2	0	2	5	5	6	2	2	5	4	4	5	8	5	2	3	2	20
Confio às vezes	5	9	5	7	3	4	10	10	3	2	9	14	6	-	-	10	10	7	2	0	1	5	12	10	1	4	9	14	1	1	4	12	4	7	2	29
Confio quase sempre	8	10	3	3	5	7	10	8	3	1	13	9	5	2	0	9	10	7	1	2	2	9	8	7	3	5	13	7	3	1	9	10	7	2	1	29
Confio plenamente	-	-	1	-	1	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1	0	1	-	1	-	-	1	1	-	-	0	-	-	-	2	-	2
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	46	33	26	6	3	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	22	37	33	12	10	29	37	22	19	7	114

Nota: sp: sem participação

pp: pouca participação

mp: média participação

ac: acompanhamento de perto

pt: participação total / ativa

TABELA 93
CREDIBILIDADE NO WEBJORNALISMO SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Grau de confiança no webjornalismo	Relativo a %																									total										
	Ag. esportiva					Política					Sind. Trabalhador					Assoc. classe					Associações/ONG's						Mov. estudantil					Religião				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Não tenho opinião	36	27	27	9	-	-	55	27	18	-	55	18	27	-	-	45	45	9	-	-	9	9	45	36	-	36	18	36	9	-	27	36	18	18	-	100
Total descrédito	50	50	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	50	50	-	-	50	-	50	-	-	-	50	50	-	-	-	-	100	50	-	50	-	-	100
Desconfio quase sempre	35	26	13	17	9	17	13	26	35	9	9	43	30	13	4	22	26	35	13	4	4	22	17	48	9	35	30	17	17	35	30	22	9	4	100	
Confio às vezes	21	15	17	19	28	13	28	30	23	6	43	28	26	2	2	26	32	32	11	-	9	26	30	19	17	15	32	34	11	9	28	32	15	21	4	100
Confio quase sempre	26	42	13	13	6	16	39	39	3	3	58	26	13	3	-	39	32	19	6	3	10	19	35	35	-	35	39	19	6	-	13	35	23	16	13	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	40	29	23	5	3	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	19	32	29	11	9	25	32	19	17	6	100
Número absoluto de alunos																																				
Não tenho opinião	4	3	3	1	-	-	6	3	2	-	6	2	3	-	-	5	5	1	-	-	1	1	5	4	-	4	2	4	1	-	3	4	2	2	-	11
Total descrédito	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	1	-	1	-	-	2
Desconfio quase sempre	8	6	3	4	2	4	3	6	8	2	2	10	7	3	1	5	6	8	3	1	1	5	4	11	2	-	8	7	4	4	8	7	5	2	1	23
Confio às vezes	10	7	8	9	13	6	13	14	11	3	20	13	12	1	1	12	15	15	5	-	4	12	14	9	8	7	15	16	5	4	13	15	7	10	2	47
Confio quase sempre	8	13	4	4	2	5	12	12	1	1	18	8	4	1	-	12	10	6	2	1	3	6	11	11	-	11	12	6	2	-	4	11	7	5	4	31
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	46	33	26	6	3	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	22	37	33	12	10	29	37	22	19	7	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 94
CREDIBILIDADE EM JORNALISMO IMPRESSO EM GERAL SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Grau de confiança	Relativo a %																										total										
	Ag. esportiva					Política					Sind. Trabalhador					Assoc. classe					Associações/ONG's					Mov. estudantil					Religião						
	sp	pp	mp	Ac	pt	sp	pp	mp	Ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp		pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	
Sem opinião	50	-	-	50	-	-	50	-	50	-	50	50	-	-	-	50	-	-	50	-	50	-	-	50	50	-	-	-	50	-	50	-	-	100			
Total descrédito	33	33	-	33	-	-	-	-	33	67	-	33	33	-	33	-	-	-	67	33	67	-	33	-	-	-	-	-	1	-	-	-	33	67	100		
Desconfio quase sempre	35	25	10	-	10	10	-	-	-	-	10	-	1	-	-	-	10	25	-	-	-	-	10	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	100			
Confio às vezes	20	20	22	16	22	16	32	30	17	4	30	38	24	8	-	8	28	28	28	8	26	36	18	18	2	18	36	32	10	4	44	34	20	-	2	100	
Confio quase sempre	32	37	11	11	11	13	42	34	8	3	42	32	18	5	3	8	21	37	29	5	18	29	21	18	13	32	32	26	8	3	58	26	13	3	-	100	
Confio plenamente	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-	1	-	-	100	
Total	27	26	16	16	15	12	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	39	29	23	-	-	100	
Número absoluto de alunos																																					
Sem opinião	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	2			
Total descrédito	1	1	-	1	-	-	-	-	1	2	-	1	1	-	1	-	-	-	2	1	2	-	1	-	-	-	-	-	3	-	-	-	1	2	3		
Desconfio quase sempre	7	5	2	4	2	2	1	6	8	3	2	3	11	3	1	1	2	5	8	4	6	8	3	2	1	-	5	7	4	4	1	6	9	4	-	20	
Confio às vezes	10	10	11	8	11	8	16	15	9	2	15	19	12	4	-	4	14	14	14	4	13	18	9	9	1	9	18	16	5	2	22	17	10	-	1	50	
Confio quase sempre	12	14	4	4	4	5	16	13	3	1	16	12	7	2	1	3	8	14	11	2	7	11	8	7	5	12	12	10	3	1	22	10	5	1	-	38	
Confio plenamente	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114	

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 95
QUALIDADE DOS JORNAIS IMPRESSOS SEGUNDO À PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Avaliação quanto à qualidade	Relativo a %																												total							
	Ag. esportiva					Política					Assoc. classe					Associações/ONG's					Religião					Mov. estudantil					Sind. Trabalhador					
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp		ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Sem opinião	-	-	-	100	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	100
Baixíssima	25	-	25	50	-	25	-	-	50	25	25	25	50	-	-	-	50	25	25	-	100	-	-	-	-	25	25	-	-	50	25	25	25	-	25	100
Pouca	20	40	7	7	27	20	13	47	20	-	13	33	33	13	7	-	20	20	40	20	40	40	13	-	7	7	20	40	20	13	13	40	33	13	-	100
Razoável	35	19	17	15	15	15	29	29	21	6	31	33	27	8	-	10	13	33	35	8	21	33	17	21	8	21	29	31	13	6	42	25	27	6	-	100
Boa	22	33	17	15	13	9	39	30	13	9	35	28	24	9	4	9	28	30	24	9	20	33	24	20	4	22	39	26	7	7	50	30	13	2	4	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	40	29	23	5	3	100
Número absoluto de alunos																																				
Sem opinião	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Baixíssima	1	-	1	2	-	1	-	-	2	1	1	1	2	-	-	-	2	1	1	-	4	-	-	-	-	1	1	-	-	2	1	1	1	-	1	4
Pouca	3	6	1	1	4	3	2	7	3	-	2	5	5	2	1	-	3	3	6	3	6	6	2	-	1	1	3	6	3	2	2	6	5	2	-	15
Razoável	17	9	8	7	7	7	14	14	10	3	15	16	13	4	-	5	6	16	17	4	10	16	8	10	4	10	14	15	6	3	20	12	13	3	-	48
Boa	10	15	8	7	6	4	18	14	6	4	16	13	11	4	2	4	13	14	11	4	9	15	11	9	2	10	18	12	3	3	23	14	6	1	2	46
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 96
QUALIDADE DO JORNAL ESTADO DE MINAS SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Avaliação quanto à qualidade	Relativo a %																											Total								
	Agrem. esportiva					Política					Assoc. de Classe					ONG's					Religião					Mov. Estudantil					Sind. Trabalhador					
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp		mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Sem opinião	42	17	13	17	13	13	42	25	17	4	33	33	25	8	-	4	17	29	38	13	21	38	29	13	-	29	33	25	13	-	58	17	21	4	-	100
Baixíssima	-	20	20	20	40	20	-	40	20	20	20	20	60	-	-	20	60	20	-	-	60	20	-	-	20	-	60	-	20	20	20	40	40	-	-	100
Pouca	25	25	13	25	13	-	13	25	50	13	13	25	38	25	-	13	-	13	63	13	38	25	13	13	13	25	-	-	13	63	25	-	25	25	25	100
Razoável	28	22	22	17	11	8	17	42	25	8	19	36	25	14	6	6	14	31	39	11	19	36	22	17	6	3	31	47	14	6	19	50	25	3	3	100
Boa	24	41	8	14	14	19	41	24	11	5	43	30	27	-	-	8	32	35	19	5	27	30	16	19	8	30	35	27	3	5	54	24	19	3	-	100
Excelente	-	-	50	-	50	25	50	25	-	-	25	25	-	25	25	25	-	25	25	25	25	25	-	50	-	25	50	-	25	-	50	-	25	25	-	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	40	29	23	5	3	100
Número absoluto de alunos																																				
Sem opinião	10	4	3	4	3	3	10	6	4	1	8	8	6	2	-	1	4	7	9	3	5	9	7	3	-	7	8	6	3	-	14	4	5	1	-	24
Baixíssima	-	1	1	1	2	1	-	2	1	1	1	1	3	-	-	1	3	1	-	-	3	1	-	-	1	-	3	-	1	1	1	2	2	-	-	5
Pouca	2	2	1	2	1	-	1	2	4	1	1	2	3	2	-	1	-	1	5	1	3	2	1	1	1	2	-	-	1	5	2	-	2	2	2	8
Razoável	10	8	8	6	4	3	6	15	9	3	7	13	9	5	2	2	5	11	14	4	7	13	8	6	2	1	11	17	5	2	7	18	9	1	1	36
Boa	9	15	3	5	5	7	15	9	4	2	16	11	10	-	-	3	12	13	7	2	10	11	6	7	3	11	13	10	1	2	20	9	7	1	-	37
Excelente	-	-	2	-	2	1	2	1	-	-	1	1	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	-	2	-	1	2	-	1	-	2	-	1	1	-	4
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 97
 CONSUMO SEMANAL DE RADIO LAZER SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																									Total										
	Agrem. esportiva					Agrem. política					Assoc. de classe					Associações/ONG's					Igrejas						Mov. estudantil					Sind. Trabalhador				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	Pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
0' min	29	28	18	14	13	14	29	33	19	6	28	31	33	6	3	8	19	33	31	10	29	35	14	15	8	19	34	28	11	9	40	30	24	4	3	100
0' 1 a 3	19	27	12	27	15	15	35	23	19	8	38	35	12	15	-	8	27	23	31	12	15	35	31	15	4	23	35	27	4	12	42	23	23	8	4	100
3' 1 a 22	38	13	13	-	38	-	25	38	25	13	25	25	25	13	13	13	25	25	38	-	25	-	38	38	-	13	13	50	25	-	38	38	13	13	-	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	44	29	23	5	3	100
Número absoluto de alunos																																				
0' min	23	22	14	11	10	11	23	26	15	5	22	25	26	5	2	6	15	26	25	8	23	28	11	12	6	15	27	22	9	7	32	24	19	3	2	80
0' 1 a 3	5	7	3	7	4	4	9	6	5	2	10	9	3	4	-	2	7	6	8	3	4	9	8	4	1	6	9	7	1	3	11	6	6	2	1	26
3' 1 a 22	-	1	1	-	3	-	2	3	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	3	-	2	-	3	3	-	1	1	4	2	-	3	3	1	1	-	8
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 98
 CONSUMO DE RADIOJORNALISMO SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																									Total										
	Agrem. esportiva					Política					Assoc. de classe					ONG's					Igrejas						Mov. estudantil					Sind. Trabalhador				
	Sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	Sp	pp	mp	Ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
0' min	28	29	18	13	13	15	30	32	18	7	29	31	29	9	3	6	19	33	33	10	24	36	20	16	5	20	33	26	12	10	41	28	23	6	3	100
0' 1 a 3	29	14	-	43	14	14	43	-	29	14	43	29	14	14	-	14	29	14	43	-	29	14	14	43	-	14	43	43	-	-	57	29	14	-	-	100
3' 1 a 14	17	-	-	33	50	-	17	50	33	-	33	50	17	-	-	33	50	-	-	17	50	-	17	-	33	17	17	67	-	-	17	50	33	-	-	100
Total	27	26	16	16	15	14	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	39	29	23	5	3	100
Número absoluto de alunos																																				
0' min	28	29	18	13	13	15	30	32	18	7	29	31	29	9	3	6	19	33	33	10	24	36	20	16	5	20	33	26	12	10	41	28	23	6	3	101
0' 1 a 3	2	1	-	3	1	1	3	-	2	1	3	2	1	1	-	1	2	1	3	-	2	1	1	3	-	1	3	3	-	-	4	2	1	-	-	7
3' 1 a 14	1	-	-	2	3	-	1	3	2	-	2	3	1	-	-	2	3	-	-	1	3	-	1	-	2	1	1	4	-	-	1	3	2	-	-	6
Total	31	30	18	18	17	16	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	45	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 99
 CONSUMO DE TELEVISÃO (LAZER) SEGUNDO A PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																									Total										
	Agrem. esportiva					Assoc. de classe					Igrejas					Agrem. política					Sind. Trabalhador						Associações(ONG's)					Mov. Estudantil				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	Mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	Pt
0 min	31	23	23	8	15	19	31	35	15	-	31	38	8	23	-	8	38	19	19	15	35	31	27	8	-	4	12	31	46	8	15	19	38	15	12	100
0'1 min a 2h	33	22	17	17	11	28	44	28	-	-	22	28	28	-	22	11	17	56	11	6	61	17	22	-	-	11	22	22	39	6	28	39	22	11	-	100
2'1 a 4	32	42	16	5	5	11	53	26	5	5	26	32	21	21	-	11	32	26	21	11	32	26	32	-	11	26	37	26	11	5	32	37	16	11	100	
4'1 a 6	24	29	-	24	24	47	18	24	6	6	24	29	18	24	6	6	35	29	24	6	47	35	12	6	-	18	24	24	24	12	24	41	18	12	6	100
6'1 a 10	19	25	19	19	19	38	25	25	13	-	19	31	25	25	-	19	19	38	25	-	25	44	19	13	-	6	25	25	38	6	6	50	31	-	13	100
10' 1 a 31	22	17	17	28	17	44	17	22	11	6	28	33	22	6	11	28	33	22	17	-	44	22	22	6	6	11	22	39	11	17	39	22	22	6	11	100
Total	27	26	16	16	15	30	32	27	9	3	25	32	19	17	6	13	30	31	19	7	40	29	23	5	3	8	21	30	32	10	19	32	29	11	9	100
Número absoluto de alunos																																				
0 min	8	6	6	2	4	5	8	9	4	-	8	10	2	6	-	2	10	5	5	4	9	8	7	2	-	1	3	8	12	2	4	5	10	4	3	26
0'1 min a 2h	6	4	3	3	2	5	8	5	-	-	4	5	5	-	4	2	3	10	2	1	11	3	4	-	-	2	4	4	7	1	5	7	4	2	-	18
2'1 a 4	6	8	3	1	1	2	10	5	1	1	5	6	4	4	-	2	6	5	4	2	6	5	6	-	2	-	5	7	5	2	1	6	7	3	2	19
4'1 a 6	4	5	-	4	4	8	3	4	1	1	4	5	3	4	1	1	6	5	4	1	8	6	2	1	-	3	4	4	4	2	4	7	3	2	1	17
6'1 a 10	3	4	3	3	3	6	4	4	2		3	5	4	4	-	3	3	6	4	-	4	7	3	2	-	1	4	4	6	1	1	8	5	-	2	16
10' 1 a 31	4	3	3	5	3	8	3	4	2	1	5	6	4	1	2	5	6	4	3	-	8	4	4	1	1	2	4	7	2	3	7	4	4	1	2	18
Total	31	30	18	18	17	34	36	31	10	3	29	37	22	19	7	15	34	35	22	8	46	33	26	6	3	9	24	34	36	11	22	37	33	12	10	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto Pt: participação total / ativa

TABELA 100
 CONSUMO DE TELEJORNALISMO SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																									Total										
	Agrem. esportiva					Assoc. de classe					Igrejas					Agrem. política					Sind. Trabalhador						Associações(ONG's)					Mov. estudantil				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
0 min	32	23	14	9	23	41	32	23	-	5	55	32	9	-	5	23	27	18	14	18	55	18	18	5	5	9	18	32	27	14	32	14	27	9	18	100
0'1 min a 2h	10	20	10	60	-	10	40	40	10	-	30	40	30	-	-	20	40	40	-	-	20	30	30	10	10	-	20	30	50	-	10	40	20	-	30	100
2'1 a 4	23	35	26	6	10	32	39	19	10	-	23	32	19	26	-	13	39	32	16	-	45	35	19	-	-	10	26	39	23	3	19	32	29	16	3	100
4'1 a 6	48	28	4	12	8	36	24	24	12	4	12	32	20	24	12	12	32	32	12	12	48	24	16	8	4	4	12	32	36	16	20	40	24	12	4	100
10' 1 a 27	17	25	8	25	25	17	17	58	8	-	8	42	33	8	8	-	8	42	42	8	8	42	42	8	-	8	33	8	33	17	8	42	42	-	8	100
Total	27	26	16	16	15	30	32	27	9	3	25	32	19	17	6	13	30	31	19	7	40	29	23	5	3	8	21	30	32	10	19	32	29	11	9	100
Número absoluto de alunos																																				
0 min	7	5	3	2	5	9	7	5	-	1	12	7	2	-	1	5	6	4	3	4	12	4	4	1	1	2	4	7	6	3	7	3	6	2	4	22
0'1 min a 2h	1	2	1	6	-	1	4	4	1	-	3	4	3	-	-	-	2	4	4	-	2	3	3	1	1	-	2	3	5	-	1	4	2	-	3	10
2'1 a 4	7	11	8	2	3	10	12	6	3	-	7	10	6	8	-	4	12	10	5	-	14	11	6	-	-	3	8	12	7	1	6	10	9	5	1	31
4'1 a 6	12	7	1	3	2	9	6	6	3	1	3	8	5	6	3	3	8	8	3	3	12	6	4	2	1	1	3	8	9	4	5	10	6	3	1	25
6'1 a 10	2	2	4	2	4	3	5	3	2	1	3	3	2	4	2	3	5	4	2	-	5	4	4	1	-	2	3	3	5	1	2	5	5	2	-	14
10' 1 a 27	2	3	1	3	3	2	2	7	1	-	1	5	4	1	1	-	1	5	5	1	1	5	5	1	-	1	4	1	4	2	1	5	5	-	1	12
Total	31	30	18	18	17	34	36	31	10	3	29	37	22	19	7	15	34	35	22	8	46	33	26	6	3	9	24	34	36	11	22	37	33	12	10	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 101
CONSUMO DE INTERNET SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																													Total						
	Agrem. esportiva					Política					Sind. Trabalhador					Assoc. de classe					ONG's					Igrejas					Mov. estudantil					
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac		pt	sp	pp	mp	ac	pt
0' min	-	-	-	100	-	-	-	-	100	-	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-	-	100	-	-	-	100
0'1 a 3	33	8	25	17	17	17	25	25	33	-	33	33	25	8	-	33	33	17	17	-	8	25	33	33	-	33	17	17	25	8	8	25	42	-	25	100
3'1 a 6	20	27	13	33	7	13	40	20	13	13	40	40	13	7	-	40	40	7	13	-	-	40	7	47	7	20	33	27	20	-	27	47	13	13	-	100
6'1 a 12	22	37	11	15	15	19	22	33	22	4	48	15	33	-	4	19	33	41	7	-	4	26	26	33	11	19	41	19	15	7	22	30	26	15	7	100
12'1 a 20	18	18	23	18	23	9	27	41	18	5	36	23	27	9	5	32	9	41	14	5	18	5	36	27	14	18	27	9	27	18	18	41	14	14	14	100
20'1 a 30	33	33	13	4	17	8	33	33	17	8	42	33	17	4	4	25	50	17	4	4	8	8	38	29	17	38	25	25	13	-	8	25	54	4	8	100
30'1 a 60	46	23	15	8	8	15	38	23	8	15	38	38	15	8	-	46	23	23	-	8	8	31	38	23	-	23	54	23	-	-	38	23	23	15	-	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	40	29	23	5	3	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	100
Número absoluto de alunos																																				
0' min	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
0'1 a 3	4	1	3	2	2	2	3	3	4	-	4	4	3	1	-	4	4	2	2	-	1	3	4	4	-	4	2	2	3	1	1	3	5	-	3	12
3'1 a 6	3	4	2	5	1	2	6	3	2	2	6	6	2	1	-	6	6	1	2	-	-	6	1	7	1	3	5	4	3	-	4	7	2	2	-	15
6'1 a 12	6	10	3	4	4	5	6	9	6	1	13	4	9	-	1	5	9	11	2	-	1	7	7	9	3	5	11	5	4	2	6	8	7	4	2	27
12'1 a 20	4	4	5	4	5	2	6	9	4	1	8	5	6	2	1	7	2	9	3	1	4	1	8	6	3	4	6	2	6	4	4	9	3	3	3	22
20'1 a 30	8	8	3	1	4	2	8	8	4	2	10	8	4	1	1	6	12	4	1	1	2	2	9	7	4	9	6	6	3	-	2	6	13	1	2	24
30'1 a 60	6	3	2	1	1	2	5	3	1	2	5	5	2	1	-	6	3	3	-	1	1	4	5	3	-	3	7	3	-	-	5	3	3	2	-	13
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	46	33	26	6	3	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 102
 CONSUMO DE WEBJORNALISMO SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Tempo consumo semanal	Relativo a %																														Total					
	Agrem. esportiva					Política					Assoc. de classe					ONG's					Igrejas					Mov. estudantil						Sind. Trabalhador				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt
0' min	43	14	29	-	14	14	29	29	29	-	43	29	14	14	-	14	14	14	43	14	29	14	29	29	-	29	29	43	-	-	43	29	29	-	-	100
0'1 a 3	26	26	17	21	9	17	32	26	23	2	34	30	26	9	-	6	28	30	30	6	17	36	21	19	8	21	30	28	13	8	43	25	28	4	-	100
3'1 a 6	27	31	4	19	19	12	31	38	19	-	27	27	38	8	-	15	19	19	38	8	27	31	19	12	12	15	42	31	4	8	38	38	15	4	4	100
6'1 a 12	20	20	20	10	30	5	25	35	10	25	25	35	15	10	15	5	15	35	25	20	35	25	20	20	-	15	30	30	10	15	30	30	15	15	10	100
12'1 a 18	43	29	29	-	-	-	29	29	14	29	-	57	43	-	-	-	-	57	29	14	57	43	-	-	-	14	29	14	29	14	43	29	29	-	-	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	19	32	29	11	9	40	29	23	5	3	100
Número absoluto de alunos																																				
0' min	3	1	2	-	1	1	2	2	2	-	3	2	1	1	-	1	1	1	3	1	2	1	2	2	-	2	2	3	-	-	3	2	2	-	-	7
0'1 a 3	14	14	9	11	5	9	17	14	12	1	18	16	14	5	-	3	15	16	16	3	9	19	11	10	4	11	16	15	7	4	23	13	15	2	-	53
3'1 a 6	7	8	1	5	5	3	8	10	5	-	7	7	10	2	-	4	5	5	10	2	7	8	5	3	3	4	11	8	1	2	10	10	4	1	1	26
6'1 a 12	4	4	4	2	6	1	5	7	2	5	5	7	3	2	3	1	3	7	5	4	7	5	4	4	-	3	6	6	2	3	6	6	3	3	2	20
12'1 a 18	3	2	2	-	-	-	2	2	1	2	-	4	3	-	-	-	-	4	2	1	4	3	-	-	-	1	2	1	2	1	3	2	2	-	-	7
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	22	37	33	12	10	46	33	26	6	3	114

Nota: sp: sem participação pp: pouca participação mp: média participação ac: acompanhamento de perto pt: participação total / ativa

TABELA 103
JORNAIS PREFERIDOS SEGUNDO A PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Jornal	Em número absoluto de citações																									Total										
	Esportes					Política					Ass. Classe					Ass.e ONG's					Igreja						Mov. Estudantil					Sind. trabalhador				
	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt		sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
BF	1	1	2	-	-	-	1	-	-	3	-	-	3	-	1	-	-	1	2	1	2	-	1	1	-	-	-	1	-	3	-	-	2	1	1	4
EM	6	6	6	3	4	7	8	7	3	-	9	8	5	2	1	-	10	8	6	1	6	9	7	1	2	2	11	9	2	1	11	7	6	1	-	25
OESP	-	2	-	-	1	1	-	1	1	-	1	-	2	-	-	-	1	1	1	-	-	2	-	-	1	2	1	-	-	-	2	1	-	-	-	3
FSP	17	15	4	8	5	6	12	17	11	3	13	20	11	4	1	4	10	13	17	5	16	16	6	9	2	10	18	12	7	2	19	18	9	3	-	49
JB	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1
LC	-	-	-	1	1	-	1	1	-	-	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	1	-	-	-	2	-	-	-	-	2
N/T	2	4	2	6	1	1	4	6	4	-	5	4	6	-	-	1	3	5	6	-	3	4	4	3	1	4	3	5	1	2	7	2	5	-	1	15
OG	3	1	2	-	1	-	2	3	1	1	2	1	1	3	-	1	-	3	3	-	-	2	2	3	-	2	2	1	2	-	3	1	2	1	-	7
Total	30	29	16	18	13	15	28	35	21	7	32	33	29	9	3	8	24	31	35	8	28	33	21	17	7	21	36	29	12	8	44	29	25	6	2	106

Nota: abreviaturas utilizadas

BF: BRASIL DE FATO

JB: JORNAL DO BRASIL

EM: ESTADO DE MINAS

LC: LANCE

OESP: ESTADO DE SP

OG: O GLOBO

FSP: FOLHA DE SP

N/T: NÃO TEM

TABELA 104
 AUTO-AVALIAÇÃO SOCIOECONÔMICA SEGUNDO PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES

Autodefinição socioeconômica	Relativo a %																												Total							
	Esportes					Política					Ass. de classe					Associações/ONG's					Religião					Sind. Trabalhador					Mov. Estudantil					
	sp	pp	mp	ac	pt	Sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	Mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt	sp	pp	mp		ac	pt	sp	pp	mp	ac	pt
Não opinou	50	50	-	-	-	-	50	50	-	-	50	-	50	-	-	50	-	-	50	-	50	-	-	-	50	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Favorecido	26	28	19	17	10	14	31	26	21	9	31	36	22	9	2	10	21	33	31	5	24	40	21	12	3	47	24	0	3	2	22	38	21	10	9	100
Prejudicado	28	24	13	15	20	13	28	35	19	6	28	28	31	9	4	4	22	28	31	15	26	26	19	22	7	31	35	22	7	4	13	28	39	11	9	100
Total	27	26	16	16	15	13	30	31	19	7	30	32	27	9	3	8	21	30	32	10	25	32	19	17	6	40	29	23	5	3	19	32	29	11	9	100
Em número absoluto de alunos																																				
Não opinou	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	2
Favorecido	15	16	11	10	6	8	18	15	12	5	18	21	13	5	1	6	12	19	18	3	14	23	12	7	2	27	14	14	2	1	13	22	12	6	5	58
Prejudicado	15	13	7	8	11	7	15	19	10	3	15	15	17	5	2	2	12	15	17	8	14	14	10	12	4	17	19	12	4	2	7	15	21	6	5	54
Total	31	30	18	18	17	15	34	35	22	8	34	36	31	10	3	9	24	34	36	11	29	37	22	19	7	46	33	26	6	3	22	37	33	12	10	114

Nota: Sp: sem participação; pp: pouca participação; mp: média participação; ac: acompanhamento de perto; pt: participação total / ativa

TABELA 105
PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES SEGUNDO ASSUNTOS DE PREFERÊNCIA

Participação	Assuntos de preferência - Relativo a %																															
	Esportes								Ass. Classe (OAB, etc)								Política								ONG's							
	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al
SP	61	6	-	-	13	13	6	100	38	12	3	24	15	9	-	100	50	21	-	21	7	-	-	100	-	11	-	67	22	-	-	100
PP	67	10	3	3	10	3	3	100	67	3	3	11	11	6	-	100	59	12	3	12	6	9	-	100	38	4	4	25	13	13	4	100
MP	56	11	11	-	11	6	6	100	45	6	3	16	16	3	10	100	51	-	6	17	9	9	9	100	53	9	6	6	9	9	9	100
AC	22	-	-	39	39	-	-	100	40	-	10	20	20	-	10	100	36	-	-	23	36	-	5	100	64	3	3	6	25	-	-	100
PT	18	-	6	65	12	-	-	100	33	-	-	-	67	-	-	100	25	-	13	13	50	-	-	100	55	9	-	27	9	-	-	100
	Outros assuntos								Entidades religiosas								Mov. Estudantil								Sind. Trabalhadores							
SP	-	-	-	-	100	-	-	100	52	3	-	28	14	3	-	100	32	14	-	18	27	9	-	100	49	9	-	16	13	11	2	100
PP	-	100	-	-	-	-	-	100	57	3	5	14	11	8	2	100	51	8	3	24	5	5	3	100	42	6	9	24	12	3	3	100
MP	-	-	-	-	100	-	-	100	45	14	5	-	18	9	9	100	61	-	6	9	15	6	3	100	54	4	4	12	19	-	8	100
AC	67	-	33	-	-	-	-	100	47	5	5	16	21	-	5	100	58	8	8	-	17	-	8	100	67	-	-	-	33	-	-	100
PT	62	8	-	8	15	8	-	100	14	14	-	43	29	-	-	100	30	-	-	30	30	-	10	100	33	-	-	33	33	-	-	100
Tota	49	6	4	17	16	5	4	100	49	6	4	17	16	5	4	100	49	6	4	17	16	5	4	100	49	6	4	17	16	5	4	100
Participação	Em número absoluto de alunos																															
	Esportes								Ass. Classe (OAB, etc)								Política								ONG's							
	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al	Art	Loc	Eco	Esp	Pol	TV	Out	al
SP	19	2	-	-	4	4	2	31	13	4	1	8	5	3	-	34	8	3	-	3	1	-	-	15	-	1	-	6	2	-	-	9
PP	20	3	1	1	3	1	1	30	24	1	1	4	4	2	-	36	20	4	1	4	2	3	-	34	9	1	1	6	3	3	1	24
MP	10	2	2	-	2	1	1	18	14	2	1	5	5	1	3	31	18	-	2	6	3	3	3	35	18	3	2	2	3	3	3	34
AC	4	-	-	7	7	-	-	18	4	-	1	2	2	-	1	10	8	-	-	5	8	-	1	22	23	1	1	2	9	-	-	36
PT	3	-	1	11	2	-	-	17	1	-	-	-	2	-	-	3	2	-	1	4	-	-	8	6	1	-	3	1	-	-	11	
	Outros assuntos								Entidades religiosas								Mov. Estudantil								Sind. Trabalhadores							
SP	-	-	-	-	2	-	-	2	15	1	-	8	4	1	-	29	7	3	-	4	6	2	-	22	23	4	-	7	6	5	1	46
PP	-	1	-	-	-	-	-	1	21	1	2	5	4	3	1	37	19	3	1	9	2	2	1	37	14	2	3	8	4	1	1	33
MP	-	-	-	-	1	-	-	1	10	3	1	-	4	2	2	22	20	-	2	3	5	2	1	33	14	1	1	3	5	-	2	26
AC	2	-	1	-	-	-	-	3	9	1	1	3	4	-	1	19	7	1	1	-	2	-	1	12	4	-	-	-	2	-	-	6
PT	8	1	-	1	2	1	-	13	1	1	-	3	2	-	-	7	3	-	-	3	3	-	1	10	1	-	-	1	1	-	-	3
Tota	56	7	4	19	18	6	4	114	56	7	4	19	18	6	4	114	56	7	4	19	18	6	4	114	56	7	4	19	18	6	4	114

Nota: Sp: sem participação; pp: participação total; mp: média participação; ac: acompanhamento de perto; pt: participação total / ativa
Art: artes e cultura; Loc: assuntos locais; Eco: economia; Esp: esportes; Pol: Política; TV: Televisão; Out: outros; Tot: total

TABELA 106
REVISTA PREFERIDA SEGUNDO O PERÍODO

Revista	período					Revista	Período				
	2°	4°	6°	8°	Total		2°	4°	6°	8°	Total
Ana Maria	-	1	-	-	1	Mundo Estranho	-	1	1	-	2
Aventuras História	2	-	1	-	3	National Geographic	-	3	-	-	3
Brasileiros	2	-	-	1	3	News Health	-	-	-	1	1
Bravo	1	2	-	1	4	Nova	-	-	2	-	2
Capricho	1	1	-	-	2	O Globo	-	1	-	-	1
Caras	2	1	-	-	3	Piauí	5	6	-	2	13
Caros Amigos	8	4	2	5	19	Pixel Magazine	-	-	-	1	1
Carta Capital	1	5	4	2	12	Placar	1	1	2	1	5
Claúdia	-	1	-	-	1	Playboy	-	-	1	1	2
Contigo	1	1	-	-	2	Raiz	-	-	-	1	1
Cover Guitar	-	1	-	-	1	Recreio	1	-	-	-	1
Cult	-	-	2	1	3	Revista da Semana	1	1	-	-	2
Der Siegel	-	1	-	-	1	Rolling Stone	-	1	-	3	4
Entre Livros	-	-	2	-	2	Science	-	-	1	-	1
Época	5	5	6	7	23	Seleções	1	-	1	-	2
Exame	-	-	1	-	1	Set	-	-	-	1	1
Fórum	-	-	1	1	2	Sociologia	-	1	-	-	1
Galileu	-	2	2	1	5	Superinteressante	12	9	7	7	35
Guitar Player	-	1	-	-	1	Trópicos	-	1	-	-	1
História Viva	1	-	-	-	1	Ultimato	-	-	-	1	1
Imprensa	1	2	-	-	3	Veja	17	11	11	10	49
Info	-	-	1	-	1	Vida Simples	-	-	-	1	1
Isto é	10	2	3	-	15	Vip	1	-	1	-	2
Lingua Portuguesa	1	-	2	-	3	Viva Mais	-	2	-	-	2
MTV	-	-	-	1	1	Você S.A	-	1	-	-	1
						Total					248

Nota: Número absoluto de citações

TABELA 107
 CONSUMO DE RADIOJORNAL SEGUNDO MOTIVO PELO QUAL NÃO LÊ JORNAIS OU REVISTAS

Tempo consumo semanal	Justificativa para não ler																	
	Preço		Hábito		Não gosto		Falta tempo		Prefiro outros meios		Jornais ruins		Preço e prefiro outros meios		Preço e falta de tempo		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0,00	28	36	11	14	1	1	15	19	10	13	1	1	6	8	6	8	78	100
0,30	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
1,00	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
2,00	1	50	-	-	-	-	-	-	1	50	-	-	-	-	-	-	2	100
3,00	-	-	-	-	-	-	1	50	1	50	-	-	-	-	-	-	2	100
4,00	1	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50	-	-	2	100
7,00	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
12,00	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
14,00	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100
Total	34	38	12	14	1	1	16	18	12	14	1	1	7	8	6	7	90	100

Nota: "Nº" é número absoluto de alunos e % é o relativo

TABELA 108
EVOCAÇÃO DA N1 SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Evocação	Citação como primeira opção			Citações gerais (independe da ordem)		
	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %
B0	Artes	5	38	Artes	12	92
	Esportes	3	23	Política	9	69
	Política	3	23	Locais	9	69
	Televisão	1	8	Televisão	7	54
				Esportes	6	46
B1	Artes	3	33	Política	7	70
	Esportes	3	33	Locais	7	70
	Política	1	11	Artes	6	60
				Esportes	5	50
			Televisão	5	50	
B2	Artes	11	52	Artes	18	90
	Esportes	3	14	Política	16	80
	Política	2	10	Locais	13	65
	Locais	2	10	Televisão	12	60
			Esportes	10	50	
B3	Artes	6	30	Artes	14	70
	Esportes	5	25	Política	13	65
	Política	3	15	Televisão	13	65
				Esportes	13	65
			Locais	11	55	
B4	Artes	8	44	Locais	15	83
	Política	3	17	Artes	15	83
	Televisão	3	17	Política	13	72
				Televisão	11	61
			Economia	7	39	
			Esportes	7	39	
B5	Artes	2	67	Locais	3	100
				Artes	3	100
				Política	2	67
				Televisão	2	67
			Economia	1	33	
			Esportes	1	33	
B6	Esportes	1	50	Esportes	2	100
	Artes	1	50	Artes	2	100
				Política	1	50
				Locais	1	50
			Televisão	1	50	

TABELA 109
 EVOCAÇÃO DA N2 SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Evocação	Citação como primeira opção			Citações gerais (independe da ordem)		
	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %
B0	Artes	18	37	Artes	37	76
	Esportes	13	27	Política	37	76
	Política	9	18	Locais	33	67
				Televisão	30	61
				Esportes	29	59
B1	Artes	8	53	Artes	12	80
	Locais	3	20	Locais	10	67
	Esportes	2	13	Televisão	10	67
				Política	9	60
				Esportes	7	47
			Economia	7	47	
B2	Artes	6	46	Artes	13	100
	Televisão	3	15	Política	10	77
	Política	2	15	Locais	10	77
				Televisão	9	69
				Esportes	5	38
B3	Artes	5	56	Artes	9	100
	Televisão	2	22	Política	6	67
				Locais	7	78
				Economia	4	44
				Televisão	4	44
			Esportes	2	22	

TABELA 110
EVOCAÇÃO DA N3 SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Evocação	Citação como primeira opção			Citações gerais (independente da ordem)		
	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %
B0	Artes	27	39	Artes	54	78
	Esportes	12	17	Política	47	68
	Política	11	16	Locais	47	68
	Televisão	6	9	Esportes	35	51
B1	Artes	4	67	Artes	6	100
	Esportes	2	33	Locais	5	83
				Política	4	67
B2	Artes	3	33	Artes	8	89
	Esportes	3	33	Política	8	89
				Locais	6	67
				Esportes	4	44
B3	Artes	2	100	Artes	2	100
				Política	2	100
				Economia	2	100
				Esportes	1	50

TABELA 111
EVOCAÇÃO DA N4 SEGUNDO ASSUNTOS PREFERIDOS

Bloco	Citação como primeira opção			Citações gerais (independente da ordem)		
	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %	Assunto	No. Absoluto	Relativo a %
B0	Artes	32	41	Artes	63	81
	Esportes	15	19	Política	56	72
	Política	11	14	Locais	53	68
				Esportes	40	51
B1	Artes	3	60	Artes	4	80
	Esportes	1	20	Locais	4	80
	Política	1	20	Política	3	60
				Economia	3	60
B2	Artes	1	33	Artes	3	100
	Esportes	1	33	Televisao	3	100
	Televisao	1	33	Política	2	67
				Esportes	2	67

APÊNDICE F**Tabela moradores e estudantes em geral**

Pesquisa de comportamento de leitura de não-estudantes da UFV (Grupo 6 - Jornal "O Popular")

1.3 Local de moradia

%	República	Pensão	Família	Alojamento	Outros
			60		40

2.1 Jornal impresso que lê com maior regularidade

	Nº pessoas (%)
Tribuna Livre	20
Estado de Minas	30
O Globo	10
Folha da Mata	30
O Popular	10
Diário do Vale	10
Super	10

2.2 Número de edições que lê

	Média (%)
Diária	10
1x semana	30
2x semana	10
3x semana	10
4 vezes	
5 vezes	
6 vezes	
Irregularmente	30
Regularmente quando estou em casa de meus pais	
Não leio	10

2.3 Revista

	Nº pessoas (%)
Veja	20
Epoca	10
Fight Magazine	10
Estilo	10
Info	10
O2	10
Não leio	30

2.4 Periodicidade de leitura

	Média (%)
Semanal	
Mensal	30
Irregularmente	40
Regularmente quando estou em casa de meus pais	
Não leio	30

2.5 Motivo pelo qual não lê jornais ou revistas

%	Preço	Hábito	Não gosto	Falta de tempo	Prefiro outros meios	Jornais são ruins	Outros motivos
		10		20	10		

2.6 Programas de Televisão

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Jornalismo	60	1240	%			10	50
Entretenimento	70	2235	%	20		10	40
Total Geral Minutos:		3475					

2.7 Motivo pelo qual não assiste

%	Hábito	Não gosto	Falta de tempo	Prefiro outros meios	Jornais são ruins	Religião não permite
						10

2.8 Programa de rádio que ouve

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Líder FM	10	130	%			10	
Montanhesa	10	2100	%				10
Oi FM	10	540	%				10
Rádio UOL	10	120	%			10	
Evangélico	10	1680	%				10
Não ouve	60		%				
Total Geral Minutos:		4570					

2.9 Motivo pelo qual não ouve

%	Não gosta	Não tem tempo	Prefere outros meios	Hábito	Não tem paciência	Outros
	20	30			10	

2.10 Sites de serviços e de conteúdo geral mais acessado pela Internet

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Orkut	20	210	%				10
E-mail	60	505	%	10	10	30	
MSN	30	600	%				10
Youtube	20	510	%				10
UFV.br	10	120	%			10	
Total Geral Minutos:		1825					

2.11 Sites de notícias mais acessados pela Internet

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
UOL	20	245	%		10		10
Globo.com	20	350	%			10	
Terra	20	245	%		10		10
Saúde	10	75	%		10		

Pesquisa	10	120	%		10
	Total Geral Minutos:				1035

2.12 Motivo pelo qual não acessa

	Não gosta	Não tem tempo	Prefere outros meios	Hábito	Não tem paciência	Exclusão digital
%	10	20				30

3.1 Como avalia a credibilidade dos jornais ou revistas impressas que lê

0 - não tenho opinião; 1 - totalmente desacreditado; 2 - desconfio quase sempre; 3 - confio às vezes; 4 - confio quase sempre; 5 - confio plenamente

	Média
Tribuna Livre	3
Estado de Minas	3,5
Folha da Mata	3,5
O Globo	3
O Popular	4
Diário do Vale	3
Super	5

Veja	3,5
Época	4
Estilo	4
Info	4
O ₇	3
Exame	4

3.2 Como avalia a credibilidade do noticiário on line que lê

	Média
UOL	3,5
Globo.com	4,5
Terra	3,5
Saúde	4
Pesquisa	5
Canção Nova	5

4.1 Em geral, como considera os jornais e revistas impressas que lê, em relação à:

	Baixíssima	Pouca	Razoável	Boa	Excelente
Quantidade (%)		10	50	30	10
Qualidade (%)			30	60	10

4.2 Em geral, como considera os noticiários on line que lê, em relação à:

	Baixíssima	Pouca	Razoável	Boa	Excelente
Quantidade (%)			10	20	20
Qualidade (%)			10	30	10

5.1 Como você se define e seus mantenedores, em conjunto, em relação à estrutura sócio-econômica do Brasil:

	%
Prejudicado pela Estrutura socioeconômica	80
Favorecido pela Estrutura socioeconômica	20

5.2 Avalie seu grau de interesse e/ou participação em relação às entidades abaixo:

	(média)
agremiação política (partidos, entidades, etc.)	1,7
sindicato de trabalhadores	2,1
sindicato patronal (sindicato de proprietários de terra, associação comercial, etc.)	2,1
associações de classe (conselhos de categorias, OAB, cooperativas, etc.)	1,6
organizações não-governamentais (meio ambiente, cultura, etc.)	2,4
movimento estudantil	3,0
igrejas, entidades religiosas, movimentos religiosos	4,4
outras	

6.1 Assuntos de sua preferência

	Nº pessoas	%
Artes e cultura	7	70
Assuntos locais	8	80
Esporte	8	80
Política	3	30
Polícia	2	20
TV	8	80
Outros		

6.2 Assuntos que você efetivamente lê

	Nº pessoas	%
Artes e cultura	6	60
Assuntos locais	6	60
Esporte	7	70
Política	2	20
Polícia	3	30
TV	5	50
Outros		

Pesquisa de comportamento de leitura de estudantes da UFV (Grupo 6 - Jornal "O Popular")

1.3 Local de moradia

	República	Pensão	Família	Alojamento	Outros
%	40	10	30	10	10

2.1 Jornal impresso que lê com maior regularidade

	Nº pessoas (%)
Folha da Mata	10
Folha de São Paulo	20
A Gazeta (ES)	20

2.2 Número de edições que lê

	Média (%)
Diária	
2x semana	
3x semana	
4 vezes	
5 vezes	
6 vezes	
Irregularmente	40
Regularmente quando estou em casa de meus pais	10
Não leio	50

2.3 Revista

	Nº pessoas (%)
Veja	50
Super Interessante	20
Isto E	20
Não leio	10

2.4 Periodicidade de leitura

	Média (%)
Semanal	30
Mensal	30
Irregularmente	20
Regularmente quando estou em casa de meus pais	10
Não leio	10

2.5 Motivo pelo qual não lê jornais ou revistas

	Preço	Hábito	Não gosto	Falta de tempo	Prefiro outros meios	Jornais são ruins	Não tem acesso
%	10	10		20	20		10

2.6 Programas de Televisão

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Jornalismo	80	1625	%	10		40	30
Entreterimento	80	2345	%			30	60
Total Geral Minutos:		3970					

2.7 Motivo pelo qual não assiste

	Hábito	Não gosto	Falta de tempo	Prefiro outros meios	Outros motivos
%					

2.8 Programa de rádio que ouve

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Lider FM	10	840	%				10
Momento de Fé	10	60	%		10		
Não ouve	80		%	80			
Total Geral Minutos:		900					

2.9 Motivo pelo qual não ouve

	Não gosta	Não tem tempo	Não tem rádio	Não tem paciência	Hábito
%	10	40	20	10	10

2.10 Sites de serviços e de conteúdo geral mais acessado pela Internet

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
Orkut	60	785	%	10	20	10	20
E-mail	100	550	%	30	50	20	
MSN	100	1270	%		30	30	20
Youtube	30	30	%		10		
Google	10	180	%			10	
UFV.br	10	30	%		10		
Total Geral Minutos:		2845					

2.11 Sites de notícias mais acessados pela internet

	Nº pessoas (%)	Minutos	%	menos de 0:30	de 0:30 a 1:00	de 1:00 a 3:00	mais de 3:00
UOL	30	114	%	20		10	
Folha Online	10	5	%	10			
Globo.com	30	360	%	20			10
Terra	20	480	%		10		10
Banco Central	10	420	%				10
Notícias MSN	10	70	%			10	
Estado de Minas	10	5	%	10			
Total Geral Minutos:		1454					

2.12 Motivo pelo qual não acessa

	Não gosta	Não tem tempo	Prefere outros meios	Falta de dinheiro	Hábito	São ruins	Outros motivos
%							

3.1 Como avalia a credibilidade dos jornais ou revistas impressas que lê

0 - não tenho opinião; 1 - totalmente desacreditado; 2 - desconfio quase sempre; 3 - confio às vezes; 4 - confio quase sempre; 5 - confio plenamente

	Média
Folha da Mata	3
Folha de São Paulo	4,5
A Gazeta (ES)	4,5

Veja	3,2
Super Interessante	3,5
Isto É	4
Boa Forma	3
Mundo Ideal	5

3.2 Como avalia a credibilidade do noticiário on line que lê

	Média
UOL	3,7
Folha Online	3
Globo.com	3
Terra	3
Banco Central	4
Notícias MSN	3
Estado de Minas	3

4.1 Em geral, como considera os jornais e revistas impressas que lê, em relação à:

	Baixíssima	Pouca	Razoável	Boa	Excelente
Quantidade (%)		10	40	40	10
Qualidade (%)	10		30	60	

4.2 Em geral, como considera os noticiários on line que lê, em relação à:

	Baixíssima	Pouca	Razoável	Boa	Excelente
Quantidade (%)		20	10	10	30
Qualidade (%)		10	30	30	

5.1 Como você se define e seus mantenedores, em conjunto, em relação à estrutura sócio-econômica do Brasil:

	%
Prejudicado pela Estrutura socioeconômica	60
Favorecido pela Estrutura socioeconômica	40

5.2 Avalie seu grau de interesse e/ou participação em relação às entidades abaixo:

	(média)
agremiação política (partidos, entidades, etc.)	1,5
sindicato de trabalhadores	1,4
sindicato patronal (sindicato de proprietários de terra, associação comercial, etc.)	1,4
associações de classe (conselhos de categorias, OAB, cooperativas, etc.)	2,3
organizações não-governamentais (meio ambiente, cultura, etc.)	3,1
movimento estudantil	2
igrejas, entidades religiosas, movimentos religiosos	3,8
outras	

6.1 Assuntos de sua preferência

	Nº pessoas	%
Artes e cultura	8	80
Assuntos locais	8	80
Esporte	7	70
Política	6	60
Polícia	4	40
TV	9	90
Economia	1	10
Dieta	1	10
Literatura	1	10
Internacional	1	10

6.2 Assuntos que você efetivamente lê

	Nº pessoas	%
Artes e cultura	7	70
Assuntos locais	5	50
Esporte	5	50
Política	3	30
Polícia	3	30
TV	7	70
Economia	1	10
Literatura	1	10
Internacional	1	10

ANEXO A

Notícias do experimento piloto

Jornalista apresenta projeto de Educação Ambiental à CMV

Um dos participantes da tribuna popular da Câmara, na noite da terça-feira última, 8, foi o jornalista Geraldo Luís Andrade (Geraldão), da Rádio Comunitária Quintal FM de Viçosa. Representando a emissora, suas colegas Juliana Gomes Barreto e Natália Melo Capobiango. Geraldo Andrade discorreu sobre questões ambientais, degradação e omissão da cidadania relacionados a esse tema.

Classificando como uma ferramenta na melhoria do meio ambiente, tendo como enfoque principal a Educação Ambiental, ele apresentou o projeto "Mil e uma idéias para melhorar Viçosa - Uma ação de sensibilização ecológica aqui para nossa cidade", contendo justificativas teóricas e conceituais para a realização de atividades práticas,



Geraldo Andrade diz que a cartilha está aberta a sugestões

em parceria com diversas entidades e organizações da cidade.

O grupo de idealistas que Geraldo Andrade integra, conforme ele lembrou aos vereadores, "está planejando uma programação extensa, entre os dias 5 e 28 de junho, voltada para os estudantes do ensino fundamental ao ensino médio, incluindo passeio ciclístico, ato público de abertura, sábado, 2, envolvendo os educandários, com a realização de feira ecológica ao ar livre, visitas às escolas, palestras e discussões e coleta seletiva de lixo". Geraldão destacou que tal projeto já foi "aplicado noutros lugares, e que vem obtendo êxito, especialmente a gincana, que é uma motivação a mais ao projeto, cuja cartilha, está ainda aberta a sugestões de todos, está sendo formatada".

Lavrador assassina enteadado com um tiro no peito

O lavrador José Afonso do Carmo, 60, foi preso pelo assassinato de seu enteadado, o também lavrador Leandro Daniel de Freitas, de 16 anos, morto com um tiro no peito. O crime aconteceu por volta das 20 horas do dia 6, domingo último, no bairro Arduíno Bolívar, popularmente conhecido como Alto das Amoras, em Viçosa. Nem mesmo a mulher de Afonso e mãe da vítima, a dona-de-casa Rita Maria de Freitas, 45, soube dizer o que levou seu marido a tomar tal ato. Ela declarou à polícia que já há alguns dias seu marido se mostrava nervoso e vinha repetindo que acaba-

ria matando alguém, mas não dizia o que estava por trás de seu nervosismo. Ainda seguindo a mulher, dias antes, José Afonso teria comprado uma arma de fogo e, no sábado, ele chegou em casa portando seis munições. No domingo, José Afonso estava no quintal de sua casa, no bairro Amoras, quando o filho dela, Leandro Daniel, se aproximou da porta de entrada da residência. Nesse momento, Rita lembra, José Afonso se mostrou extremamente nervoso e xingava muito, e, em dado momento, sacou sua garrucha e atingiu o tórax do adolescen-



José Afonso

te, e o autor do crime logo fugiu, indo rumo ao alto do bairro Amoras.

Socorrido pelos policiais que atenderam ao chamado de Rita Maria, Leandro faleceu pouco depois de dar entrada no Hospital São João Batista.

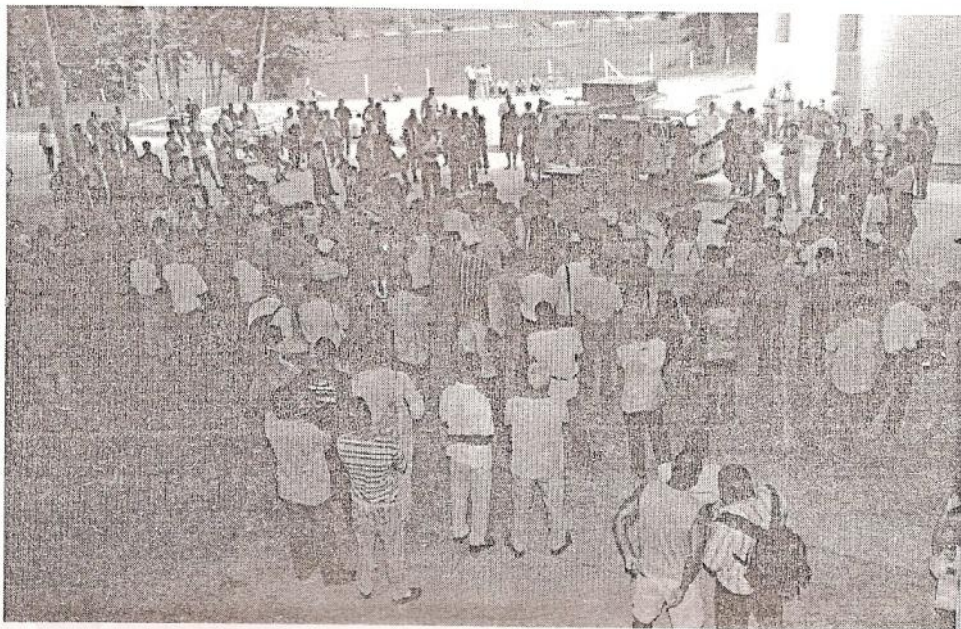
Segundo registro policial, ainda naquela noite a polícia realizou intenso rastreamento em busca do acusado, que fugiu, levando consigo a arma do crime, só conseguindo encontrá-lo na segunda-feira, dia 7. José Afonso foi preso por portar ilegal de arma de fogo e se encontra à disposição da justiça na cadeia local.

Servidores das federais param dia 28[†]

Tendo como base uma extensa pauta de reivindicações, onde se destaca correção salarial pelo índice calculado pelo Dieese, que calcula a categoria teve perda de 157% em seus vencimentos desde o governo de Fernando Henrique Cardoso até agora, os servidores das Universidades Federais Brasileiras (Ifes) poderão entrar em greve a partir do dia 28 deste mês de maio, conforme decisão da Federação das Associações dos Servidores das Universidades Brasileiras (Fasubra), aprovada na plenária realizada nos dias 4 e 5 últimos em Brasília.

A Asav (Associação sindical dos Servidores da Universidade Federal de Viçosa), que representa a maioria dos cerca de 3.500 servidores da UFV, começa a avaliar a disposição dos servidores locais frente a possibilidade de participarem ou não de uma paralisação nacional, numa assembleia, convocada para esta sexta-feira, 11, quando o principal ponto da pauta será a decisão da Fasubra pela greve. De acordo com o presidente do Conselho Deliberativo da entidade, Hélio Francisco Bernardo Dias, as avaliações continuam, em assembleia, no dia 18, quando a coordenação do movimento local fará uma avaliação da conjuntura nacional antes, de nos dias 23 e 24, seguintes, colocar à apreciação da assembleia de servidores a aprovação de indicativo de greve para o dia 28.

De acordo com relatório divulgado na Internet pela Fasubra, 35 entidades sindicais enviaram 112 delegados representantes e 9 observadores à reunião plenária realizada nos



Em 2005, após 105 dias parados, poucos funcionários compareceram à assembleia que decidiu a volta ao trabalho

dias 4 e 5 últimos em Brasília, que aprovaram, por ampla maioria, o indicativo de greve para o dia 28 de maio, com apenas 4 votos contrários e 5 abstenções.

Dentro da conjuntura social e política atual do país, a greve tem com eixo geral a política salarial e a defesa dos

serviços públicos contra o Projeto de Lei das Privatizações (PLP 01/2007). Quanto a este projeto, os sindicatos colocam com destaque a posição contrária a transformação dos Hospitais Universitários em Fundação Estatal. Ainda sobre o PLP/01, no item que trata de

limite de despesas da administração federal, a Fasubra entende que o ele representa um ataque frontal aos Serviços Públicos no Brasil e uma opção clara de redução do Estado Brasileiro, a mesma posição do conjunto das entidades do Serviço Público Federal e pela CUT.

Drogas em Viçosa chegam a cavalo



Droga encontrada com o menor

A polícia de Viçosa realizou uma operação para coibir tráfico de drogas nos bairros Amoras, Laranjal e outros logradouros próximos, onde, segundo informações, Marco Antônio, conhecido como "Marquinhos Baresi", morador do bairro Laranjal, estava aliciando menores para o tráfico e usando um cavalo como meio de transporte para distribuir drogas. Ao passarem pelo local conhecido como Beira Lima, no bairro Nova Era, por volta das 16h30, os policiais encontraram um menor, de 16 anos, montando o cavalo de Baresi. De acordo com o boletim de ocorrência, foi realizada busca pessoal no menor, sendo encontrado com ele um envelope preto lacrado, que continha cerca de 400 gramas de maconha. A polícia anunciou a apreensão do menor, que confirmou que o animal e a droga pertenciam a Marquinhos.

Contador denuncia Raimundo por caixa 2

O contador Aguinaldo Mol Soares, que assinou a prestação de contas do PSDC (partido pelo qual foi eleito em 2004 o prefeito Raimundo Nonato Cardoso), acusou o chefe do Executivo de Viçosa de ter feito sua campanha com dinheiro não declarado do chamado caixa 2. A denúncia formal foi entregue escrita na tarde de ontem (10) ao Ministério Público (MP) da comarca.



Raimundo teria recebido 150 mil em doações e declarado apenas 3 mil

Segundo o técnico contábil, a soma aproximada de doações para o então candidato a prefeito foi de 150 mil reais, mas na prestação oficial de contas à Justiça Eleitoral ele declarou gastos na ordem de 3 mil reais — cinquenta vezes menos. Ele apontou todos os nomes que fizeram doações para Raimundo e pagaram despesas de sua campanha, inclusive o do seu atual assessor especial — Euter Paniago, que na denúncia formal é apontado como doador de 30 mil reais, conforme foi informado a Aguinaldo Mol Soares pelo ex-vereador e empresário José Chequer.

Os demais nomes citados são: Adalberto Jorge Teixeira, Antonio Dedonha, César Vieira, Luiz Eugênio de Moura, PTN — Par-

tido Trabalhista Nacional (que fez coligação com o PSDC) e Ronaldo César Sant'Anna.

Outras irregularidades

No mesmo ofício entregue ao MP o contador pede apuração do que considera irregularidades da administração de Raimundo Nonato Cardoso que lesaram os cofres públicos. "O prefeito concedeu bolsa para a Alessandra de Souza Cassimiro à ESUV e ela utilizou mais de 5 mil reais dos cofres públicos. Mas ela foi jubilada da instituição por falta de aproveitamento acadêmico. Ele concede, mensalmente, um salário mínimo de gratificação aos juizes de Paz dos distritos de Viçosa, quando o próprio Ministério Público Estadual e o Ministério Público do Trabalho já haviam alertado o prefeito da contratação de servidores sem concurso público. Quem irá ressarcir os cofres públicos?" Questionou Aguinaldo Soares, que disse esperar que suas denúncias possam resultar em punições ao prefeito no âmbito das leis.

O prefeito foi procurado na tarde de ontem, mas não foi encontrado para apresentar sua versão.

Alzheimer pode ser evitado com proteína

Quasôtemis

De acordo com cientistas norte-americanos do Instituto Gladstone de Medicina Neurológica, promissoras descobertas sobre a redução da produção de uma importante proteína cerebral nos ratos podem levar a novos tratamentos para o mal de Alzheimer. Eles descobriram que uma redução das proteínas Tau pode impedir as perdas de memória e outros sintomas da doença.

Os resultados dessas pesquisas podem levar a tratamentos complementares nos casos mais comuns de demência. Segundo Lennart Mucke — diretor do Instituto Gladstone e coordenador do estudo, a Tau é um marcador bioquímico da degeneração neurofibrilar e importante no transporte de substâncias químicas através da célula. "Parece que a redução da proteína Tau tem um efeito protetor sobre o cérebro", ressaltou.

Os pesquisadores reduziram pela metade a produção de proteína Tau no cérebro de ratos, desativando um gene produtor dela. Em outros ratos toda a produção da proteína Tau foi eliminada. Descobriu-se, então, que uma taxa reduzida desta proteína permitiria aos ratos com Alzheimer viver normalmente, além de torná-los menos vulneráveis às crises de epilepsia.

O mal de Alzheimer é uma demência progressiva com origens ainda desconhecidas e caracterizada por problemas de memória, fala e perda das funções intelectuais. Ainda incurável, esta doença mata no prazo de cinco a dez anos. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), cerca de 28 milhões de pessoas seriam vítimas de demência, sendo o Alzheimer a forma mais disseminada.

Patrimônio histórico de Viçosa é tema de mostra

A Divisão de Assuntos Culturais da Universidade Federal de Viçosa (DAC/UFV) abre na próxima terça-feira (15), na Casa Arthur Bernardes, a Mostra do Patrimônio Histórico Edificado de Viçosa. Organizada pela arquiteta e urbanista Ivana Costa de Amorim, formada pela UFV, esta mostra é o resultado da sua monografia e trabalho final de graduação.

A expositora destaca que uma parte fundamental das ações de preservação de bens culturais é a conscientização da população de sua importância. “No caso de Viçosa, a comunidade conhece pouco suas edificações históricas, ainda que muitos passem em frente a várias delas todos os dias. A cidade possui um patrimônio cultural muito rico e, dentro deste, um patrimônio edificado valioso, formado por casarios antigos, construídos no período da sua colonização e outros do início do século 20 que ainda resistem à ação do tempo e dos homens”, ressalta Ivana Amorim.

Além da mostra em si, que é promovida por Leonardo Ramos e tem o apoio da Secretaria Municipal de Educação, já está sendo distribuída para estudantes de Viçosa uma cartilha de educação patrimonial. A idéia é formar uma mentalidade nas crianças e jovens de que a memória da cidade – neste



Arquivo

A Casa Arthur Bernardes é um dos imóveis locais de valor histórico

caso, representado pelas edificações históricas – é importante para a cultura e os valores locais.

“As casas e ruas antigas da nossa cidade são representações do nosso passado, e algumas delas ainda estão presentes no nosso dia-a-dia. Se não valorizarmos nossos bens, eles acabam”, acrescentou a idealizadora da mostra, que ficará na Casa Arthur Bernardes (praça Silviano Brandão 69, Centro) até o dia 31 próximo e será transferida em seguida para o hall da Biblioteca Central da UFV, onde ficará entre os dias 4 e 27 de junho. A visitação é gratuita, mas para grupos grandes é recomendado o agendamento antecipado através do telefone 3899 2862.

Conquista dupla no atletismo

O atleta Hudson Ferreira Lemos venceu no último final de semana, dias 5 e 6, duas provas da sétima etapa do 26º Campeonato Aberto de Meio Fundo e Fundo da UFV (Universidade Federal de Viçosa). Ele conquistou as duas milhas, no sábado, 5, com o tempo de 10min44s e no domingo, 6, a prova de dez mil metros, com o tempo de 35min28s. A segunda colocação ficou com Cupertino Rodrigues.

Na classificação geral do campeonato, e com 111 pontos, está o atleta Artur Queiroz, que foi terceiro colocado na prova.

Pela categoria geral feminina, na primeira colocação, está Carolina Dias, com 60 pontos; seguida por Maria José Lemos, com 57. No Veterano, Reduzino Miranda lidera com 157 pontos ganhos e Antônio Ottoni é o vice-líder com 99.

O campeonato acontece desde o dia 3 de março e vai até 23 de setembro. A próxima etapa será nos dias 2 e 3 de junho, com as provas dos 800 metros, às 16 horas, na pista de atletismo da UFV e a do Cross Country, 12 km, às 9 horas, em frente ao CEE (Centro de Extensão e Ensino), também na UFV.

Empresários estão preocupados com a insegurança pública

(5) Apesar dos esforços das Polícias Civil e Militar, a criminalidade ainda preocupa toda a população e o comércio em geral, pois o número de furtos e roubos ainda é elevado nas zonas urbana e rural.

(4) Com a comemoração do Dia das Mães, a Associação Comercial e a Câmara de Dirigentes Lojistas pediram às Polícias Civil e Militar “providências no sentido de intensificar o policiamento, com o intuito de amenizar a sensação de insegurança pela qual

passam, não só os consumidores mas também os transeuntes, causando um prejuízo direto ao comércio local”.

(2) Os empresários também lembram que o reforço do policiamento é necessário “para que a população possa realizar suas compras, freqüentar os bares e restaurantes à noite, com segurança”. O documento da Casa do Empresário foi assinado pelos presidentes Eustáquio Roberto Gomes Sant’ana, da ACV e Analuiza Campos Rocha, da CDL.

(N) Novo presidente da CNBB



Divulgação

(foto), arcebispo nomeado de Mariana (MG), como seu novo presidente. Considerado moderado e aberto a questões sociais, ele substituiu dom Geraldo Majella e ficará quatro anos no cargo.

Dom Geraldo Lyrio foi eleito com a quase totalidade dos votos em primeiro escrutínio, um feito praticamente inédito na CNBB. Segundo porta-voz da entidade, ele recebeu 255 votos dos 276 bispos votantes na 45ª Assembléia Geral da CNBB, em Itaici, no município de Indaiatuba (SP). Pela primeira vez, a eleição do episcopado brasileiro foi realizada de forma eletrônica, com o uso de 15 urnas.

(3) A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) elegeu, dia 3, dom Geraldo Lyrio Rocha

População é contra o nepotismo

O projeto de lei 016/2007, que proíbe a nomeação de parentes para cargos em comissão, de autoria do vereador Ângelo Chequer, não foi aceito pela maioria dos vereadores e reprovado na reunião de 24 de abril, para surpresa da população, que esperava sua aprovação por unanimidade.

Apenas quatro vereadores foram favoráveis ao projeto que proíbe o nepotismo no município: Arnaldo Andrade, Cristina Fontes, Leandro Torres e o autor da

proposta, Ângelo Chequer.

Na Câmara dos Deputados, há uma forte mobilização contra o nepotismo e brevemente será aprovado um projeto de lei, pois no Judiciário já existem normas rígidas proibindo a nomeação de parentes.

Em entrevista, o vereador Ângelo Chequer disse que vai reapresentar o projeto, em 2008, ano eleitoral, pois em sua opinião o nepotismo é nocivo e as contratações só devem ser feitas mediante concurso público, sem influência política.

(N2) Extinta a unidade da Receita Previdenciária de Viçosa

A Receita Federal do Brasil, através da Superintendência de Belo Horizonte, colocou em funcionamento, desde o dia 2, a rede de atendimento da Delegacia de Juiz de Fora com as seguintes agências: Barbacena, Cataguases, Juiz de Fora, Muriaé, Ponte Nova, São João Del Rei e Ubá. A agência de Conselheiro Lafaiete ficará vinculada a Belo Horizonte.

Ao mesmo tempo, a Receita Federal do Brasil extinguiu as unidades da Secretaria da Receita Previdenciária das cidades de Visconde do Rio Branco, Viçosa, Congonhas, Ouro Branco, Leopoldina, Além Paraíba, Carangola, Carandaí, São João Nepomuceno e Santos Dumont.

Agora, todos os serviços prestados aos escritórios de Contabilidade, pessoas jurídicas e físicas (prestadoras de serviços às empresas) ligados à Receita Federal

serão realizados nas agências de Ponte Nova ou Ubá, o que será definido nos próximos dias pela Delegacia de Juiz de Fora.

Em Brasília, o deputado federal Paulo Piau entregou à ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, a Carta de Apoio da bancada mineira no Congresso visando a criação da agência da Receita Federal do Brasil em Viçosa. O documento foi encaminhado também ao Ministério da Fazenda e entregue ao assessor especial Sérgio Eugênio Bath, do Itamaraty.

Também estão apoiando a iniciativa das lideranças políticas e empresariais de Viçosa, os deputados Jaime Martins, Rodrigo de Castro e o ex-deputado César Medeiros, que integra a equipe do ministro Patrus Ananias. Também o senador Renato Casagrande, ex-aluno da UFV, está participando das negociações.



Com a vitória na Espanha, Massa está a três pontos da liderança do Mundial

Choradeira espanhola

O bicampeão da Fórmula 1 Fernando Alonso (McLaren) criticou Felipe Massa (Ferrari), pela manobra na primeira curva do GP da Espanha, domingo, em Montmeló, que acabou sendo decisiva para a vitória do brasileiro. Massa largou na pole e, metros depois, foi atacado por fora pelo espanhol, que chegou a pôr meio carro à frente. O brasileiro manteve a trajetória por dentro na curva e obrigou Alonso a sair da pista e passar pela terra, para evitar a batida.

“Estava do lado de fora, freei mais tarde e creio que estava bastante à frente na primeira curva. Mas, infelizmente, ele não pensou assim e nós nos tocamos. Tivemos sorte de terminar a corrida, pois, em 99% dos casos, ambos os carros saem logo na primeira curva. Creio que, algumas vezes, é muito perigo-

so fazer esse tipo de coisa”, censurou Alonso

Massa não deu créditos às queixas do rival, afirmando que não teve responsabilidade. “Se alguém foi agressivo, foi Fernando, não eu. Em minha carreira, quando cometo um erro, sempre sou o primeiro a admitir, mas, nesse caso, não diria que me equivoquei”, disse o paulista, terceiro colocado no Mundial, com 27 pontos, a um de Alonso e três do inglês Lewis Hamilton (McLaren).

VÔO Depois de assumir a liderança isolada, Hamilton, primeiro piloto negro na história da F-1 e único a subir ao pódio nas quatro primeiras corridas da carreira, planeja vôos mais altos na F-1. Com desempenho impressionante em sua temporada de estreia – um terceiro lugar e três segundos –, espera agora a

primeira vitória, de preferência já na próxima prova, dia 27, nas ruas de Monte Carlo.

“Não estivemos na mesma velocidade do Felipe na Espanha, mas acho que demos mais um passo à frente. Como eu lhe disse, vamos alcançá-lo em breve. Acho que estaremos muito bem em Mônaco, e é claro que vou lutar para vencer”, avisa Hamilton.

O finlandês Kimi Raikkonen lamentou a pane elétrica de sua Ferrari, em Montmeló, quando era terceiro colocado na corrida, e a queda para quarto no campeonato, cinco pontos atrás do companheiro Massa. Ele havia chegado a Barcelona dividindo a liderança da competição com Alonso e Hamilton. “Não há muito a dizer, a não ser que estou muito desapontado. Perdi pontos preciosos, mas ainda temos 13 provas para buscar o título.”

Deputada processará Clodovil

Brasília - A deputada Cida Diogo (PT-RI) planeja entrar com ação na Justiça contra o deputado Clodovil Hermandes (PTC-SP) pelas agressões verbais que o parlamentar dirigiu a ela e às mulheres. A deputada está disposta a processar Clodovil por danos morais. Na semana passada, o ex-costureiro e apresentador de programas de TV disse que Cida Diogo era "tão feia que nem para P... servia".

No dia das agressões, a sessão na Câmara dos Deputados foi interrompida, porque Cida subiu à Mesa Diretora, em prantos, para reclamar do comportamento de Clodovil, que, mesmo antes de sua posse, tem se envolvido em diferentes polémicas. A petista argumenta que o problema não foi ter sido chamada de feia pelo deputado, e sim a agressão verbal que sofreu. "Alguém deve fazer algo, porque as agressões dele atingem a todas nós", disse.

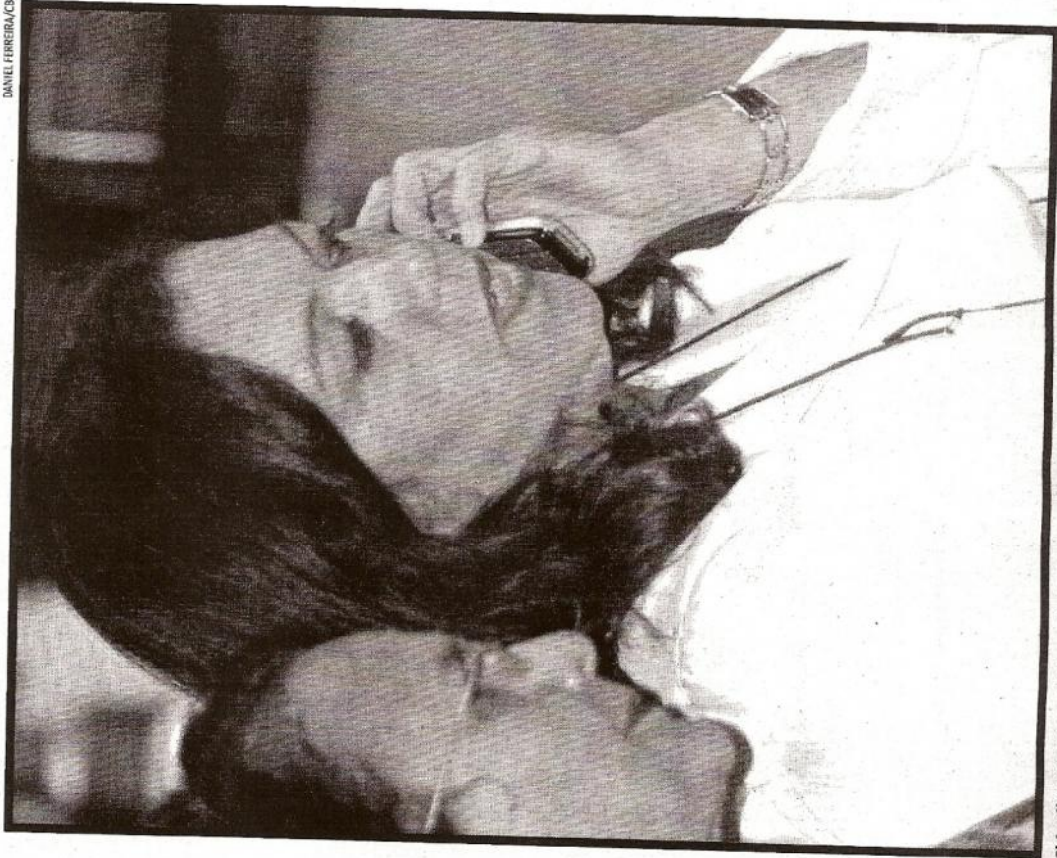
A assessora de Clodovil disse que ele já procurou um advogado, para estudar a melhor forma de se defender. Não está descartado um pronunciamento do parlamentar no plenário, na tentativa de rebater as acusações. Entretanto, a mesma tática seria usada na semana passada, mas Clodovil desistiu de discursar. O líder do PT na Câmara, deputado Luiz Sérgio (RI), protocolou representação contra Clodovil na Câmara, também pelas ofensas do de-

putado contra as mulheres. Sérgio afirma, no texto, que Clodovil quebrou o decoro parlamentar, ao usar palavras de baixo calão contra Cida e as mulheres em geral.

Se a representação for aceita, o deputado do PTC, que recebeu votação histórica nas eleições do ano passado (cerca de 500 mil votos), pode sofrer punições, que variam da advertência verbal em plenário até a cassação do mandato. Antes da discussão com Cida, Clodovil tinha dito que, atualmente, as mulheres "ficaram muito ordinárias, vulgares, cheias de silicone e trabalham deitadas e escan-sam em pé". Foi por causa dessas declarações que ele e Cida se desentenderam.

Ofendida com as declarações do colega de plenário, Cida começou a recolher assinaturas, para apresentar uma representação contra Clodovil na Câmara. Ela chegou a procurar o deputado no plenário, para que ele pedisse desculpas - o que reverteria a representação da bancada feminina contra ele. Na conversa, Cida acabou ouvindo notas críticas. Segundo ela, Clodovil disse que falava somente às mulheres bonitas, e não a ela. Foi quando teria dito que Cida era tão feia que nem para P... servia. No dia seguinte, o deputado admitiu que foi cruel com a petista, mas afirmou que não vai pedir desculpas e que tem direito de achar uma mulher feia.

DANIEL FERREIRAS



Cida disse que o problema não foi ser chamada de feia, mas a ofensa dirigida a ela e às mulheres.

FPM NA PAUTA

O governo tenta retomar hoje a votação da emenda constitucional que aumenta em um ponto percentual o Fundo de Participação dos Municípios (FPM). Será um teste da fidelidade da base do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na Câmara. Para evitar o susto da semana passada, quando os governistas derrubaram um destaque da oposição com margem muito apertada de votos, a votação só irá adiante se houver pelo menos 450 dos 513 deputados presentes. Caso contrário, os governistas vão adiar a votação mais uma vez. A maior dúvida ontem era sobre a presença do PMDB em plenário, no momento em que o partido pressiona o governo por cargos do segundo escalão. Alguns parlamentares apostavam que o governo vai empurrar a votação para amanhã, quando a presença dos deputados é sempre maior. Antes da emenda, será preciso votar três medidas provisórias que estão trancando a pauta

Estudo divulgado por organização humanitária confirma resultados de pesquisa feita pelo painel intergovernamental criado pela ONU

Aquecimento global deve criar 1 bilhão de refugiados

5 [Londres – O aquecimento da Terra vai criar pelo menos 1 bilhão de refugiados até 2050, porque a falta de água e colheitas agrícolas deficientes farão com que as pessoas abandonem suas casas e aiam em busca da sobrevivência em regiões mais férteis. O alerta está em um relatório da organização humanitária Christian Aid, com sede em Londres, com o seguinte título: "Fluxo humano: verdadeira crise da migração". Há o temor de que o mundo comece a assistir guerras pelo acesso a recursos naturais, num prazo não muito longo.

"Acreditamos que a migração forçada é atualmente a ameaça mais urgente enfrentada pelos pobres nos países em desenvolvimento", diz John Davison, coordenador do estudo. O documento desagrada aos países ricos porque diz, entre outras coisas, que o mundo desenvolvido é responsável pela maior parte da poluição que está alterando o clima mundial e, sendo assim, deveria arcar com a maior parte dos gastos em ajuda aos mais prejudicados, que são as nações pobres.

7 [**ISCOS** Os cientistas prevêem que as temperaturas médias vão subir entre 3 e 3 graus neste século, por causa das emissões de gases do efeito estufa,



HOWARD BURDITT/REUTERS

Agricultores do Zimbábue devem ser os mais afetados pelo aquecimento da Terra

principalmente pela queima de combustíveis fósseis, causando inundações e ondas de fome e pondo milhões de vidas em risco.]

5 [O Painel Intergovernamental Sobre a Mudança Climática diz que até 2080 até 3,2 bilhões de pessoas – um terço da população do planeta – enfrentará escassez de água; até 600 milhões sofrerão com a escassez de alimentos, e até 7 milhões serão ameaçados por inundações

costeiras. "Estimamos que, se não houver forte ação preventiva entre agora e 2050, a mudança climática vai empurrar o número de deslocados globalmente para pelo menos 1 bilhão", diz o relatório da Christian Aid.]

Especialistas em segurança temem que o fluxo de migrantes forçados alimente não só conflitos já existentes, como o da Síria, em algumas das partes mais pobres e desvalidas do mun-

do, justamente as menos equipadas para lidar com eles, segundo o texto. "Um mundo de muito mais Darfurs é o pesadelo cada vez mais provável", disse o relatório, citando a região do Oeste do Sudão, em que, segundo a ONU, pelo menos 200 mil pessoas foram mortas e 2 milhões expulsas de suas casas nos últimos anos.

DIREITOS Embora muitos desses refugiados climáticos devam cruzar fronteiras – tornando-se um problema nacional – milhões de outros não conseguiriam sair de seus países, e por isso permaneceriam praticamente invisíveis ao resto do mundo, afirma o documento. "Esses refugiados internos não têm direitos sob a lei internacional e não têm voz oficial", disse o relatório. "Suas condições de vida devem ser desesperadas, e, em muitos casos, suas vidas estarão em perigo."

A Christian Aid diz que a Colômbia está atrás apenas do Sudão no número de refugiados internos. Muitos deles foram forçados a fugir pela guerra civil, não declarada, mas o número agora está sendo aumentado pelos que são expulsos de suas terras devido ao avanço do cultivo da palma, usada na produção de biocombustíveis.

SIAMESAS

Allan

MARIA

Gêmea sofre hemorragia

Os médicos responsáveis pela cirurgia de separação das irmãs siamesas Vitória Aparecida e Mariana de Fátima, de 1 ano e nove meses, informaram que Vitória teve sangramento na bolsa de colostomia, abertura na pele que faz ligação com o intestino grosso. Segundo o boletim do Centro de Terapia Intensiva da Santa Casa, a hemorragia foi abundante e houve a necessidade de transfusão de sangue. Apesar do susto, o quadro já se estabilizou e, segundo o chefe do setor de cirurgia pediátrica, Manoel Firmato de Almeida, a criança não corre o risco de morrer.

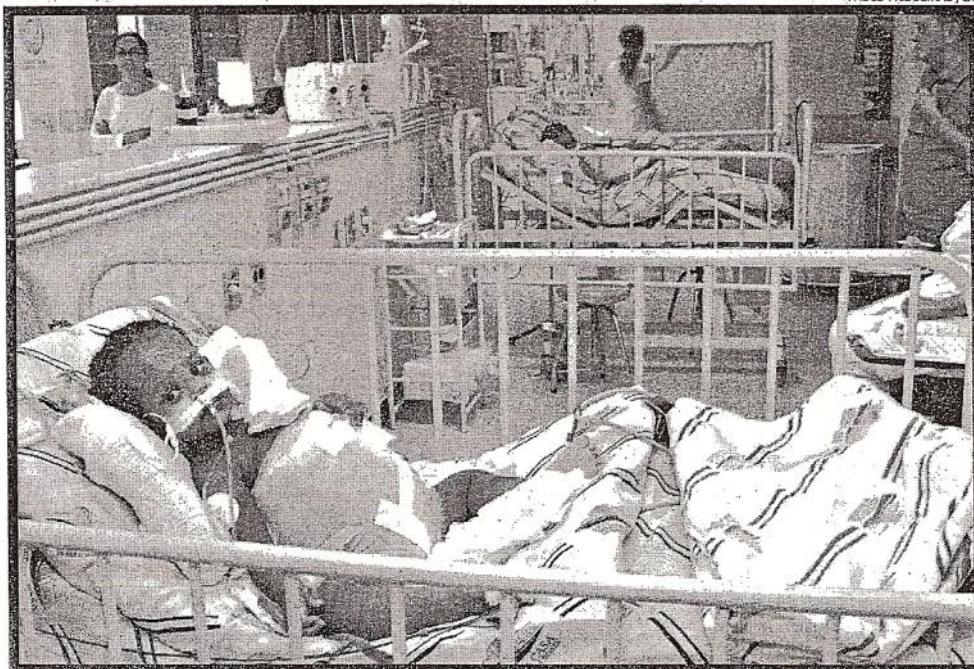
Ele explica que o sangramento teve início na manhã de domingo, entre a mucosa do intestino e a pele. "Elas nasceram sem ânus e, por isso, a bolsa de colostomia foi colocada nas meninas. Fizemos dois exames para verificar se o sangue era proveniente do intes-

no. Mas o resultado foi negativo. Vitória ficou pálida e a pressão caiu. Acreditamos que a hemorragia tenha sido causada por algum ponto que soltou, localizado em cima de alguma artéria. O volume de sangue perdido foi alto, mas, assim que a transfusão foi concluída, o quadro se normalizou", diz o médico. Para o procedimento, a criança foi entubada e colocada em ventilação mecânica. Ela continua fazendo uso de soroterapia e antibióticos. Segundo ele, a ocorrência de sangramento é mais comum nas primeiras horas depois da cirurgia, e não depois de vários dias. "Fazemos 20 colostomias por ano e isso nunca ocorreu."

A irmã, Mariana de Fátima, está evoluindo com estabilidade clínica, apesar de apresentar febre. Segundo a equipe médica, as funções fisiológicas da menina estão normais. Ela respira sem ajuda de aparelhos e

sua alimentação continua sendo feita por sondas. Assim como Vitória, também é medicada com antibióticos. "O quadro de Mariana é bem regular. Ela brinca e faz até desenhos", acrescenta Manoel Firmato.

As meninas eram unidas pelos ossos da bacia, abdôme e genitália e pesavam 19 quilos, antes da operação. A cirurgia, feita há 17 dias, permitiu a separação, mas elas terão que usar durante toda a vida bolsa de colostomia para evacuação e sonda para a urina. "As gêmeas tinham os fígados unidos, além de outros órgãos em comum, como intestino grosso, reto, bexiga e vagina. Elas vão ter a seqüela da colostomia e do cateter, mas fizemos o melhor possível. É um caso bastante complexo e tivemos muito êxito na cirurgia, pois adotamos procedimentos que nunca tinham sido feitos antes", afirma. (IF)



Vitória Aparecida passou por nova intervenção cirúrgica e, segundo os médicos, está em recuperação.

PAULO FILGUEIRAS / EM