

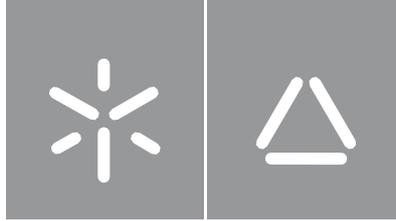


Os jovens e as notícias sobre política: um estudo com
estudantes universitários brasileiros e portugueses

Thiago Junior Nascimento Melo

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais





Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Thiago Junior Nascimento Melo

Os jovens e as notícias sobre política: um estudo com
estudantes universitários brasileiros e portugueses

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Ciências da Comunicação
Ramo de Investigação

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Sara Pereira

Março de 2022

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição
CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

AGRADECIMENTOS

A Deus, que cuida e sempre cuidou dos meus sonhos e planos; que demonstra e sempre demonstrou a sua misericórdia e o seu amor por mim mesmo eu não merecendo; que responde e sempre respondeu aos meus anseios. A ele que nunca permitiu que eu perdesse a minha fé.

A minha família, que, mesmo tão longe de mim, sempre se mostrou tão próxima, me amando incondicionalmente e incondicionalmente apoiando os meus sonhos. Amo vocês.

Aos meus amigos, que em Portugal se tornaram minha segunda família.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mas declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

STATEMENT OF INTEGRITY

I hereby declare having conducted this academic work with integrity. I confirm that I have not used plagiarism or any form of undue use of information or falsification of results along the process leading to its elaboration.

I further declare that I have fully acknowledged the Code of Ethical Conduct of the University of Minho.

Os jovens e as notícias sobre política: um estudo com estudantes universitários brasileiros e portugueses

RESUMO

O trabalho de investigação que se segue propõe analisar e refletir sobre as práticas de consumo de notícias sobre política por parte de jovens universitários das Universidade de Brasília (Brasil) e Universidade do Minho (Portugal). É ainda objetivo desta pesquisa indicar se estes dois grupos de estudantes possuem algum nível de participação política, seja num segmento acadêmico ou fora da universidade. O compromisso com a verdade e a responsabilidade em informar fazem deste segmento um campo imprescindível para o exercício da cidadania e se tratando do jornalismo político como foco deste trabalho, é dele que se origina os embates que determinam os rumos sociais.

A participação cidadã está diretamente relacionada ao consumo de notícias, e entre os jovens essa premissa deve ser considerada primordial. O jornalismo político atual, seja no Brasil ou em Portugal, pode ser considerado acessível para todos os públicos? O que se pretendeu em certa parte do estudo foi compreender se, de fato, o jornalismo político da atualidade se preocupa com a linguagem que utiliza ou com os assuntos que pauta no sentido de despertar o interesse de todos os cidadãos. Mais do que um consumidor de notícias sobre política, o jovem passa a ser um participante político.

Fugindo da figura do político tradicional, envolvido em questões partidárias e com um discurso populista acerca dos temas sociais, a figura aqui trazida pelo autor deste trabalho é a do jovem que participa da política como um indivíduo que reage de alguma forma frente aos problemas da sociedade e enxerga na política um caminho para atender aos anseios sociais. Estudos como os da pesquisadora Maria José Brites (2015) contribuem para a ideia de que tem havido uma desconstrução do afastamento entre o jovem e a política. Logo, este trabalho conduz um estudo com base em dois pontos: o interesse por notícias sobre política e a própria participação do jovem no universo político.

PALAVRAS-CHAVE: consumo, interesse, jovens, notícia, política.

Young people and news about politics: a study with Brazilian and Portuguese university students

ABSTRACT

The research work that follows allows for an analysis and reflection on the consumption practices of news about politics by young university students at the University of Brasília (Brazil) and the University of Minho (Portugal). It is also the objective of this research to indicate whether these two groups of students have some level of political participation, whether in an academic segment or outside the university. The commitment to the truth and the responsibility to inform make this segment an essential field for the exercise of citizenship. When dealing with political journalism as the focus of this work, it is from it that the clashes that determine social directions originate.

Citizen participation is directly related to the consumption of news, and among young people this premise must be considered primordial. Can current political journalism, whether in Brazil or Portugal, be considered accessible to all audiences? What is intended in a certain part of the study was clarified if, in fact, political journalism today is concerned with the language it uses or with the subjects it discusses in order to arouse the interest of all citizens. More than a consumer of news about politics, the young person becomes a political participant.

Fleeing from the traditional political figure, issues in partisan issues and with a populist discourse on social issues, the figure brought here by the author of this work is the young woman who participates in politics as an individual who somehow reacts to society and sees in politics a way to meet social anxieties. Studies such as the researcher Maria José Brites (2015) contribute to the idea that there has been a deconstruction of the distance between youth and politics. Therefore, this work conducts a study based in two points: the interest in news about politics and the participation of young people in the political universe.

KEYWORDS: consumption, interest, youth, news, politics.

ÍNDICE

Lista de anexos

Lista de gráficos

Lista de siglas

Lista de tabelas

INTRODUÇÃO ————— 1

CAPÍTULO I – Jornalismo e sociedade: uma leitura sobre a importância e atuação do jornalismo político ————— 5

1. A importância do jornalismo na sociedade ————— 5
2. A prática do jornalismo político ————— 10
3. O jornalismo político no Brasil e em Portugal ————— 17
 - 3.1 O jornalismo político brasileiro do século XXI ————— 17
 - 3.1.1 Da desconfiança ao prestígio ————— 19
 - 3.2 O jornalismo político português na atualidade ————— 22
 - 3.2.1 A conquista pela liberdade de imprensa ————— 24

CAPÍTULO II - Os jovens e as notícias sobre política ————— 28

- 1 Os jovens e as notícias ————— 29
- 2 Jornalismo político e cidadania ————— 32
- 3 Participação política da juventude ————— 35
- 4 Consumo e interesse pela informação ————— 37
 - 4.1 O que dizem alguns levantamentos ————— 37
 - 4.2 Consumo estimulado pelo interesse ————— 42
- 5 Literacia mediática em tempos do digital ————— 45

CAPÍTULO III – Caminho metodológico ————— 50

1. Objetivos e contexto do estudo ————— 50
2. Hipóteses ————— 51
3. Técnica de recolha de dados e amostragem ————— 51
 - 3.1 Inquéritos ————— 53
 - 3.2 Caracterização das amostras ————— 54
 - 3.2.1 Inquiridos no Brasil ————— 54
 - 3.2.2 Inquiridos em Portugal ————— 55

CAPÍTULO IV– Análise dos dados: o (des)interesse dos jovens por notícias sobre política ————— 57

1. Principais meios de comunicação utilizados pelos jovens brasileiros e pelos jovens portugueses ————— 57
2. Interesse por notícias sobre política e outros temas ————— 61
 - 2.1 O consumo e a frequência do acesso à informação sobre política ————— 63
 - 2.1.1 Contraponto entre Ciências da Comunicação, Ciências Exatas e Engenharias e Ciências Sociais ————— 68
 - 2.2 Os jovens se consideram bem informados sobre política? ————— 71
 - 2.3 Importância da informação sobre política entre os jovens ————— 73

3. O que os jovens valorizam numa notícia? _____	79
3.1 Já recebeu ou partilhou uma notícia falsa? _____	81
4. O público jovem universitário confia na informação sobre política? _____	83
5. Participação política e cidadã entre os jovens _____	86
DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS _____	92
BIBLIOGRAFIA _____	97
ANEXO 1 _____	102
ANEXO 2 _____	109

ANEXOS

Anexo 1: Testes

Anexo 2: Inquéritos finais

Anexo 3: Respostas dos inquiridos

GRÁFICOS

Gráfico 1: Proporção que preferem ler, assistir ou ouvir notícias

Gráfico 2: Proporção dos que consideram como mais importantes as notícias sobre política

Gráfico 3: Idade dos estudantes brasileiros participantes da pesquisa

Gráfico 4: Idade dos estudantes portugueses participantes da pesquisa

Gráfico 5: Frequência dos meios de comunicação utilizados pelos jovens brasileiros

Gráfico 6: Frequência dos meios de comunicação utilizados pelos jovens portugueses

Gráfico 7: Acesso às principais redes sociais no Brasil e em Portugal

Gráfico 8: Os principais média utilizados no Brasil para aceder a assuntos sobre temas gerais

Gráfico 9: Os principais média utilizados em Portugal para aceder a assuntos sobre temas gerais

Gráfico 10: Os principais média utilizados no Brasil para aceder a assuntos sobre política

Gráfico 11: Os principais média utilizados em Portugal para aceder a assuntos sobre política

Gráfico 12: Frequência de leitura e acesso de informações sobre política no Brasil e em Portugal

Gráfico 13: Nível de interesse por informação sobre política de acordo com o assunto - **Brasil**

Gráfico 14: Nível de interesse por informação sobre política de acordo com o assunto - **Portugal**

Gráfico 15: Acesso diário ou várias vezes ao dia a notícias sobre política entre os estudantes das três áreas de estudo

Gráfico 16: Principais elementos de uma notícia de acordo com os estudantes do Brasil e de Portugal

Gráfico 17: Nível de confiança depositado pelos jovens brasileiros em determinados meios de comunicação

Gráfico 18: Nível de confiança depositado pelos jovens portugueses em determinados meios de comunicação

Gráfico 19: Proporção do número de estudantes brasileiros e portugueses participantes de movimentos sob a ótica política fora da universidade

Gráfico 20: Proporção do número de estudantes brasileiros e portugueses participantes de movimentos sob a ótica política dentro da universidade

Gráfico 21: Proporção do número de estudantes de acordo com a filiação partidária (Brasil e Portugal)

SIGLAS

EBC: Empresa Brasil de Comunicação

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

RTP: Rádio e Televisão de Portugal

SIC: Sociedade Independente de Comunicação

TVI: Televisão Independente

UMinho – Universidade do Minho

UnB – Universidade de Brasília

TABELAS

Tabela 1: Principais fontes de comunicação política no Brasil

Tabela 2: Principais fontes de comunicação política em Portugal

Tabela 3: Áreas de estudo e cursos analisados na pesquisa

Tabela 4: número de participantes de acordo com o género (Brasil) e com a área de estudo a qual pertence

Tabela 5: número de participantes de acordo com o género (Portugal) e com a área de estudo a qual pertence

Tabela 6: Proporção de estudantes que se consideram informados sobre política de acordo com o assunto dentro deste campo

Tabela 7: Nível de concordância dos estudantes brasileiros e portugueses em relação à afirmações de pesquisadores e outras premissas relacionadas a política

Os jovens e as notícias sobre política: um estudo com estudantes universitários brasileiros e portugueses

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de investigação pretende analisar e refletir sobre as práticas de consumo de notícias sobre política por parte de estudantes da Universidade de Brasília (Brasil) e da Universidade do Minho (Portugal). É ainda objetivo desta pesquisa indicar se estes dois grupos de estudantes possuem algum nível de participação política, seja num segmento acadêmico ou fora da universidade.

Para analisar as práticas de consumo de notícias e os níveis de interesse por informação sobre política, recorreu-se a uma metodologia quantitativa, através da publicação de um questionário online para a coleta dos dados, aplicado a uma amostra de 113 estudantes universitários brasileiros e outra de 113 estudantes universitários portugueses, no período compreendido entre o mês de maio e o mês de agosto de 2021.

A escolha pela comunicação política como base para esta pesquisa se deu pelo entendimento de que o jornalismo político, enquanto “braço” do jornalismo, se situa como aquele que desempenha “um papel importante no funcionamento dos sistemas democráticos por centrar a sua atenção em alguns fundamentos das democracias como a cidadania do conhecimento” e por prover “o acesso à informação relevante não distorcida, ou o livre acesso aos espaços de debate onde os cidadãos podem deliberar e desenvolver os seus próprios argumentos”, conforme indica Barnett (1997, pg. 3).

Outra perspectiva que de certa forma encaminha parte desta pesquisa ao seu objetivo é a hipótese de que o campo político é considerado pouco atraente e desagradável para os jovens, o que indica certo distanciamento deste grupo em relação às notícias sobre política. No decorrer deste trabalho alguns autores são citados para sugerir que os jovens caracterizam um grupo da sociedade que não possui interesse pela política. Como é o caso de Buckingham (2000), que considerou em suas pesquisas iniciais este grupo como o mais desinformado sobre política, porém obteve resultados diferentes da hipótese que estabeleceu no início de seus estudos.

Da mesma forma são analisados os trabalhos de autores que, a partir da reflexão de Buckingham, desenvolveram outros estudos acerca da comunicação política entre os jovens. É o caso, por exemplo, da pesquisadora Maria José Brites (2015), que ao analisar a participação dos jovens nos embates político-sociais indica que é necessária a maior adesão deste grupo às pautas sociais, porém, não se deve culpar apenas estes por uma possível falta de interesse.

A pesquisa que se segue é um desdobramento sobre dois grupos de estudantes, que estão imersos em contextos político-sociais completamente diferentes, e que também acessam conteúdos informativos com grandes diferenciações redacionais. Apesar dessas diferenças, o ponto comum é a imersão tecnológica combinada ao novo momento da produção midiática, o que pode ajudar a entender como o interesse por assuntos sobre política surge e como ele se modifica devido as transformações tecnológicas.

Mas para compreender a relação entre os jovens universitários e a comunicação política, faz-se necessário compreender o que é o jornalismo político, como ele se apresenta enquanto parte do jornalismo geral, de que forma esse segmento é capaz de interagir com a democracia e a cidadania e a importância que este campo desempenha na sociedade. É nesse sentido que o capítulo I “Jornalismo e sociedade: uma leitura sobre a importância e atuação do jornalismo político” surge nesta pesquisa. Nesta primeira parte há a reflexão de como o jornalismo age socialmente ao se deparar com temas que são necessários aos cidadãos. O capítulo segue com a reflexão sobre a forte identidade do jornalismo político entre os atores que formam a política e a sociedade.

Ao compreender o papel do jornalismo político enquanto segmento que informa, faz-se necessário visitar os contextos em que foi desenvolvido o jornalismo político no Brasil e em Portugal. Começando pela atualidade e voltando à história, este capítulo revisita alguns momentos cruciais para o desenvolvimento da imprensa nesses países e como estes momentos moldaram o que é hoje a comunicação política nos dois territórios. Por fim, há uma breve reflexão acerca do papel do jornalismo político voltado para os jovens.

O capítulo II intitulado “Os jovens e as notícias sobre política” traz subtemas imprescindíveis para compreender os resultados da pesquisa que conduz este trabalho. Neste capítulo o autor evidencia algumas análises de pesquisadores sobre a participação do jovem na sociedade, e mais especificamente, a relação deste com os noticiários. Destaca-se ainda a reflexão sobre a participação política e cívica (ou a falta desta) em relação aos jovens brasileiros e portugueses. Adiante é analisado, por meio de levantamentos e pesquisas sobre práticas e percepções, como este grupo consome notícias, quais os primeiros meios que utiliza para este consumo e o que é consumido.

A decisão por parte do autor pela utilização destas pesquisas se deu pelo facto de que a maioria dos levantamentos utilizados se mostrou limitada aos adultos em geral, sendo que poucas perguntas foram direcionadas exclusivamente aos jovens. Ao final do capítulo, busca-se compreender a importância e o impacto da literacia mediática aos níveis de interesse dos jovens pelas notícias sobre política e como este grupo entende a política enquanto ciência social imprescindível para a cidadania. A literacia é

apresentada ainda como ferramenta que conscientiza este grupo sobre a importância ao consumir de forma crítica e responsável as informações que lhe são transmitidas, ponto de análise também utilizado no levantamento principal deste trabalho.

Para descrever e explicar a escolha pelos dois grupos de estudantes universitários no Brasil e em Portugal, assim como indicar os objetivos propostos através do levantamento realizado com os estudantes das duas universidades (UnB e UMinho), o capítulo III “Caminho metodológico” é uma síntese dos procedimentos utilizados na construção e aplicação dos inquéritos administrados de forma virtual. O capítulo traz ainda uma breve descrição das duas universidades, dos cursos escolhidos para a análise e dos critérios de seleção dos estudantes que participaram do levantamento.

O capítulo IV, intitulado “Análise dos dados: o (des)interesse dos jovens por notícias sobre política”, apresenta a análise principal dos dados recolhidos. O capítulo expõe, através de uma leitura quantitativa, os principais resultados obtidos por meio da coleta dos dados junto dos estudantes brasileiros e portugueses em relação às práticas de consumo de informação sobre política.

Descreve também, por meio de tópicos, a relação que o levantamento possui com os eixos tratados nos capítulos anteriores, como a participação cidadã, o interesse pelas notícias sobre política e os níveis de compreensão da informação política. Há ainda uma breve análise sobre os índices de confiança e de compartilhamento de informação sobre política, além da identificação do que estes estudantes consideram como fundamental numa notícia, e ainda a indicação de algumas reflexões acerca do jornalismo político enquanto ferramenta social.

Não sendo objetivo desta pesquisa comparar os dois países, mas sim estabelecer contrapontos, os resultados são contextualizados entre Brasil e Portugal, mas também entre as três áreas de estudo utilizadas na recolha dos dados em ambos os países (Ciências da Comunicação {curso considerado uma ciência social, porém analisado separadamente neste estudo}, Ciências Exatas e Engenharias e Ciências Sociais).

Essa escolha por analisar os resultados das amostras utilizando como critério de divisão os cursos dos estudantes se deu por considerar que os níveis de informação podem variar de acordo com a área de estudo de cada estudante. Estudantes de cursos que fazem parte das Ciências Exatas são comparados com estudantes de cursos que fazem parte das Ciências Sociais, por exemplo. Seriam os níveis de interesse por notícias sobre política os mesmos? É nesse sentido em que uma das análises é realizada.

Por fim, as considerações finais trazem uma retomada do papel do jornalismo político na vida do cidadão, seja ele brasileiro ou português, e mais especificamente o papel que a comunicação política exerce entre os jovens. Essa reflexão é pautada ainda pela indicação de que o interesse por notícias sobre política, assim como o interesse em participar de debates e discussões que englobam temas político-sociais, podem estar relacionados a diferentes eixos, tais como a frequência de acesso à informação, o tipo de mídia utilizado, o acesso à informação, o impacto que uma notícia pode ter sobre a vida de um indivíduo, a relevância social e o interesse público.

CAPÍTULO I – Jornalismo e sociedade: uma leitura sobre a importância e atuação do jornalismo político

O jornalismo enquanto ciência social está presente na sociedade há centenas de anos. Enquanto exercício profissional é por meio deste ofício que os factos do cotidiano, relevantes e de interesse público, chegam aos cidadãos. É também através do jornalismo que a sociedade garante o acesso à informação sobre temas sociais, políticos, econômicos, entre tantos outros que formam a vida em sociedade. É ainda responsabilidade do jornalismo informar e veicular à população o trabalho realizado por aqueles que possuem funções públicas, além de noticiar o serviço prestado por instituições e organizações que fazem parte do escopo social de uma comunidade.

De forma a refletir sobre o papel do jornalismo na sociedade assim como refletir sobre a importância dessa ciência no exercício da cidadania, o capítulo que se segue analisa a representação deste ofício, e mais especificamente o exercício do jornalismo político e sua atuação enquanto “braço” do jornalismo. A análise segue ainda com uma breve caracterização do jornalismo político em Portugal e no Brasil e como esta profissão se modificou no decorrer dos anos até se apresentar como uma importante e sólida ferramenta de informação.

1. A importância do jornalismo na sociedade

Carlos Costa (2015), no prefácio da obra *Jornalismo e Contemporaneidade: Um olhar crítico* (p.13), enumera alguns conceitos¹ famosos sobre o que é o jornalismo. Ele cita a célebre frase atribuída ao magnata americano da imprensa William Randolph, porém popularizada pelo jornalista e escritor inglês George Orwell que diz “Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade” (Noblat, 2003, np). A frase é sempre lembrada por muitos professores ao iniciarem aulas de jornalismo para futuros profissionais. Costa lembra ainda do jornalista, escritor e humorista brasileiro Millôr Fernandes, que uma vez afirmou que “a imprensa é oposição. O resto é armazém de secos e molhados” (Entrevista Roda Viva, 1989).

A lista de Costa menciona a frase do diplomata e político americano Adlai Stevenson que disse que “um editor de jornal é alguém que separa o joio do trigo e publica o joio” (Humphreys, Reigel & Epstein, 1995; np). De acordo com o site Observatório da Imprensa³, o jornalismo é “a atividade profissional que consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações. Também se define o Jornalismo

¹ As frases citadas por Costa em destaque foram retiradas do Prefácio da obra em que este participa. Porém, as mesmas afirmações podem ser encontradas nas obras referenciadas.

² <https://www.youtube.com/watch?v=A7tNSWjNOH8>. Entrevista de Millôr Fernandes concedida ao programa Roda Viva, da TV Cultura.

³ <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/ed719-afinal-o-que-e-jornalismo/>. Acesso em 22/12/2021

como a prática de coletar, redigir, editar e publicar informações sobre eventos atuais. Jornalismo é uma atividade de comunicação” (Ferreira, 2012, pg. 1).

Embora diferentes, todos os conceitos indicam o jornalismo como um caminho entre um facto e a publicação deste. O jornalismo seria então uma máquina de contar histórias, sendo que o jornalista é aquele que dirige a máquina e determina que direção tomar. Para seguir esta lógica, o jornalista tem o apoio de algumas perguntas que precisam ser respondidas no decorrer da viagem: ‘O quê?’ (o fato ocorrido); ‘Quem?’ (o personagem envolvido); ‘Quando?’ (o momento do fato); ‘Onde?’ (o local do fato); ‘Como?’ (o modo como o fato ocorreu); e ‘Por quê?’ (a causa do ocorrido)”. (Costa, 2015, p.16).

O jornalismo ocorre quando existe a apuração de um facto e a divulgação deste num determinado meio. Nas palavras de Costa (2015), “jornalismo é uma atividade informativa, realizada periodicamente e difundida pelos meios de comunicação, num compromisso de natureza social e com finalidade pública” (Costa, 2005, p. 16.)

Ao exercer o papel de produzir e divulgar informações com base em factos, o jornalismo se torna parte inerente da sociedade, exercendo dessa forma uma função de transformador social. No entanto, o jornalismo também faz parte de um mercado, onde os profissionais que compõem este segmento, por vezes, sofrem pressões mercadológicas, e se deparam com imposições por parte daqueles que possuem interesses particulares ou aqueles responsáveis por definir as linhas editoriais do jornal, o que pode impedir os jornalistas de exercerem seu trabalho de forma livre, imparcial, sem imposições e com responsabilidade. (Lopes, 2016).

Para exercer a função de comunicador e veicular os factos que são de interesse da sociedade o jornalista não pode simplesmente transmitir a informação sem antes prepara-la e torna-la acessível a todos os públicos. Se é de interesse comum e coletivo, a notícia a ser veiculada deve ser adaptada de forma que todos possam entendê-la, ou seja, deve haver certa preparação do facto antes de ser considerado informação, tarefa de responsabilidade do jornalista conforme aponta Manuel Pinto (1999) na citação a seguir.

Se os factos falassem por si, a tarefa dos jornalistas talvez fosse mais fácil de levar a cabo, mas também seria por certo mais técnica e burocratizada. Mas os factos - que já exprimem e encerram modalidades de percepção daquilo que ocorre a nossa volta - não são por si informação e não podem ser colocados ao dispor dos interessados se não for através da sua enunciação, isto é, através da linguagem, através de códigos e convenções socioculturais (Pinto, 1999, p. 84).

Pinto destaca a grande responsabilidade dos profissionais do jornalismo ao, mediante os factos, selecionarem, avaliarem e construir relatos e interpretações através dos dados e das informações recolhidas durante a apuração, nunca esquecendo dos critérios de avaliação e seleção de forma que a imparcialidade se mantenha desde o início. Sendo que a apuração do facto envolve diferentes fontes e personagens, o que eleva ainda mais o cuidado com o trato da informação final (Pinto, 1999, p. 84).

O autor considera como primordial que a “procura incessante da verdade” seja sempre a “qualidade ou virtude” mais bem cultivada entre os profissionais do jornalismo (p. 84). Isso porque, segundo Pinto (1999), “a avaliação do interesse e importância dos eventos e a capacidade de indagar o sentido e alcance dos acontecimentos e de pesar a validade dos factos pressupõem uma formação humanística e sociocultural apurada e exigente” (p. 84).

Santos Amaral (2012) segue a mesma lógica ao apontar que “os média são atualmente suportes de um ecossistema sociocultural e simbólico, cuja qualidade de vida urge preservar. Daí a necessidade de repensar o seu papel na sociedade da informação” (p. 29). Essa preservação dos média como agentes que possuem um compromisso “com o público, a cidadania e a democracia”, segundo o autor, é substancial para que os indivíduos “não se dissolvam na engrenagem da informação como meros consumidores”.

O autor discute ainda a presença do jornalismo na sociedade como segmento que possui dois principais deveres: o de levar a informação correta e atual, sendo essa atuação parte do serviço público; e ainda, o dever de “vender” a informação, ou seja, de garantir que haja espectadores interessados. De acordo com Santos Amaral “nesta dualidade, consagra-se, e problematiza-se, a figura de um jornalista já não como principal ator na definição e produção de conteúdo informativo, mas como técnico de comunicação ao serviço de um quadro previamente fixado” (2012, p. 29).

Kovach e Rosenstiel (2004), na obra *Elementos do Jornalismo*, explicam que ao observar factos que interessam à sociedade, o jornalismo se diferencia de outras profissões pois exerce responsabilidade social. Os autores destacam que essa busca pela informação verdadeira e exata pode não ser absoluta, mas se apresenta como fiel ao facto apurado em determinado momento (pg. 68). Segundo os dois autores “a essência do jornalismo é a disciplina da verificação” (2004, p. 113), o que faz dessa profissão não apenas o canal de transmissão de informação ao cidadão, mas o filtro necessário para o que será consumido como informação.

Ao pensar o jornalismo como segmento social que informa a sociedade sobre factos de interesse comum e coletivo, pensa-se neste segmento como parte da formação cidadã. De acordo com a pesquisadora Felisbela Lopes (2016), não é possível separar o jornalismo da cidadania, pois ambos os campos têm a sociedade como beneficiador.

A caracterização da informação jornalística como parte da formação cidadã é um dos objetos de discussão nos capítulos seguintes deste trabalho, pois entende-se que o consumo e o interesse que o público jovem venha adquirir em relação ao jornalismo, e mais especificamente em relação ao jornalismo político, é parte da formação desse público como cidadãos. Segundo Lopes, o jornalismo possui a capacidade de atuar como agente de transformação, que visa o bem comum, conforme observa nesta citação:

O jornalismo livre, independente e de qualidade sempre foi vital para a construção de um espaço público dinâmico e para uma cidadania de alta intensidade. Esse jornalismo nunca constituirá um perigo para a democracia. Pelo contrário. Apresenta-se como um antídoto dos abusos de poder, da corrupção, das disfuncionalidades das instituições públicas, dos atropelos cometidos no sector privado, das tiranias individuais que aqui e ali vão fazendo o seu caminho. (Lopes, 2016, p. 71).

Elsa Costa e Silva é enfática ao afirmar que “tal como a educação, a saúde e a justiça, o jornalismo é um bem público” (2020, p. 3). Sendo este um segmento primordial para a construção de qualquer estado democrático, onde a imprensa livre tenha como tarefa informar de forma responsável. Os estudos de Alzira Alves de Abreu (2003), na obra *Jornalismo Cidadão*, caracterizam a cidadania como ferramenta que garante a liberdade de cada indivíduo. Na mesma linha de raciocínio, a autora introduz o conceito de cidadania política, que significa “o direito de participar do poder político, tanto diretamente, pelo governo, quanto individualmente, pelo voto” (pg. 26).

Ela reflete ainda sobre o significado de cidadania social, como “um conjunto de direitos e obrigações que possibilita a participação igualitária de todos os membros de uma comunidade nos seus padrões básicos de vida” (pg. 26). Abreu diferencia estes conceitos para indicar que a informação, enquanto elemento fundamental do jornalismo, é uma das ferramentas que pode ser utilizada para garantir que os indivíduos possam se tornar, de facto, cidadãos políticos e sociais, e atuarem na execução da democracia, conforme aponta a seguir:

A imprensa é um veículo que fornece informações aos cidadãos e, simultaneamente, lhes dá a possibilidade de levar suas demandas até os responsáveis pelas decisões que afetam a vida em sociedade. A imprensa tem por função dar visibilidade à "coisa

pública", e a visibilidade é uma condição da democracia. Não por acaso, as primeiras medidas dos regimes autoritários geralmente visam a restringir a liberdade de informação, e a censura é imediatamente imposta às estações de rádio e televisão e à imprensa escrita. Por outro lado, a informação é decisiva para os movimentos de libertação contra a opressão. E é a imprensa que permite ao cidadão alargar o seu conhecimento sobre as questões públicas, evidentemente, não sobre o todo, e sim sobre parte do que se passa na sociedade. (Abreu, 2003, p. 26).

No decorrer de sua pesquisa em torno do jornalismo cidadão Abreu destaca o papel do jornalismo enquanto utilidade social, que segundo a autora, se caracteriza como a função de prover “interesses concretos dos cidadãos e a responder às preocupações dos leitores ou da audiência referentes a emprego, habitação, educação, segurança, qualidade de vida” (2003, p. 30). O jornalismo então é o segmento responsável por informar sobre o que interessa ao cidadão enquanto parte da sociedade. Parte da identidade do jornalismo passa a ser o de prestador de serviço.

Ao comentar sobre a função social do jornalismo como prestador de serviço, Elsa Costa e Silva (2020) lembra do papel do Estado ao se apresentar como provedor do espaço necessário à atuação da imprensa de forma responsável e livre. Segundo a autora, apesar de a imprensa ser, atualmente, “o meio mais penalizado pela mudança de comportamento das audiências e pela digitalização das economias” (p. 4), ela é, desde o início do jornalismo, “o único meio totalmente dedicado à componente noticiosa” (p. 4). Isso significa que para continuar presente na sociedade, o jornalismo necessita do apoio do Estado para garantir minimamente a sua atuação sem sofrer ameaças ou intimidações, o que para Silva e Costa (2020) pode “assegurar a viabilidade da função social promovida pelo jornalismo” (p. 4).

A função social do jornalismo é construída a partir da união entre o “papel de mediador entre os diferentes campos sociais, o da enunciação e o da construção da informação de atualidade” conforme indica Manuel Pinto (1999, p. 79). A combinação entre estas três funções, para o autor, caracteriza o campo jornalístico como aquele que, de fato, realiza “trocas políticas, econômicas e simbólico-ideológicas com outros campos sociais” (p. 79). Existe então interdisciplinaridade entre o jornalismo e os outros meios, sendo que este seria “a voz” daqueles, como Pinto observa a seguir.

De facto, seja pela sua natureza de campo autônomo do espaço social, seja pela sua especificidade de instância mediadora dos restantes campos, o campo jornalístico distingue-se, justamente, por um lado, pela visibilidade social, que o toma objeto de uma constante apreciação, para não dizer escrutínio e vigilância públicos, porquanto expõe em permanência o produto do seu trabalho. Por outro lado, porque representa, enuncia e interpreta aspectos e realidades de todos os outros campos, o que faz dele

terreno de constantes disputas acerca da sua legitimidade social e simbólica para fazer o que é suposto que faça (Pinto, 1999, p. 81).

O autor lembra, no entanto, que ao mediar os acontecimentos entre os diferentes campos sociais e preparar tais acontecimentos de modo que sejam informação, o jornalismo não é meramente um “veículo ou amplificação dos eventos, acontecimentos e problemas” (p. 81), mas sim uma “instância de definição e palco de representação da vida social” (p. 81). A presença do jornalismo na sociedade, como já mencionado anteriormente, se caracteriza como o meio social que presta serviço à sociedade. Esse também é o entendimento de Pinto (1999) ao defender que os novos e futuros profissionais do jornalismo tenham em mente a sua responsabilidade enquanto “agentes públicos”.

Porém, Pinto destaca que ser parte de um serviço público não implica na defesa de posicionamentos 'iluministas' sobre o papel do jornalismo ou atitudes que entendem o exercício dessa atividade como uma militância” (p. 85), mas significa sim “assumir que o jornalismo tem um papel social de grande importância, que proporciona (ou não) os elementos de que os cidadãos necessitam para tomar conhecimento dos assuntos de interesse comum e dos argumentos e modos de ver implicados nesses assuntos, para debater as possíveis soluções, para orientar as suas vidas” (p. 86).

2. A prática do jornalismo político

O principal tema de análise deste trabalho é de facto o jornalismo político. Para entender a prática do jornalismo político é preciso analisar as práticas de consumo deste segmento. No entanto, para além da compreensão de como o jornalismo político é representado na sociedade como fonte de informação sobre o campo político, a informação sobre política se relaciona também à construção da participação de um indivíduo enquanto cidadão (Canavilhas, 2009).

Segundo explica Canavilhas (2009), a relação entre política e os média é de certa forma divergente. O autor explica que, de um lado, os políticos “encontram nos média a forma mais eficaz para chegarem aos cidadãos” (p. 1), enquanto que, do outro, os média “procuram na política os acontecimentos que interessam às audiências, o que por vezes contraria os interesses dos políticos” (p. 1). Essa “queda de braço” é pautada, muitas vezes, por interesses particulares, o que pode ocasionar na perda ou desvalorização da informação que antes seria transmitida e consumida.

O autor afirma que “um facto que afasta os cidadãos da política é a ideia generalizada de que a sua opinião conta apenas nos momentos eleitorais” (p. 11). Canavilhas continua defendendo que ao desconhecerem a capacidade que possuem como cidadãos e a importância do papel que podem exercer

enquanto membros da sociedade, os indivíduos acabam sendo enganados pelos discursos de atores políticos mal intencionados ou que possuem apenas interesses individuais e pessoais.

No entanto, mesmo diante dessa relação, de vez em quando conturbada, o jornalismo político caracteriza-se como a união entre os dois segmentos: a política e os média. Dessa união surge a comunicação política, conceito tratado por Canavilhas (2009) como aquele que fundamenta o funcionamento do sistema democrático enquanto parte dos debates públicos, conforme indica a seguir:

A comunicação política assumiu assim um papel importante no funcionamento dos sistemas democráticos por centrar a sua atenção em alguns fundamentos das democracias como a cidadania do conhecimento, entendida como o acesso à informação relevante não distorcida, ou o livre acesso aos espaços de debate onde os cidadãos podem deliberar e desenvolver os seus próprios argumentos. (Barnett, 1997 apud Canavilhas, 2009, p.3).

Sendo uma atividade pública, que tem por objetivo informar determinado grupo, o jornalismo se consolida como importante instituição e ainda como instituição política formada por atores políticos que, neste caso, são os próprios jornalistas, conforme aponta Timothy Cook (2011). O jornalismo político diz respeito à cobertura de eventos e temas sobre política regional, nacional ou internacional, que envolvam indivíduos e organizações dos poderes legislativo, executivo e judiciário, indivíduos que formam o parlamento, assim como entidades, organizações, empresas e instituições que façam parte do escopo de decisões que estejam atreladas à organização político-social de um determinado lugar ou grupo. (Franklin, 2009; Melo, 2008; Leal, 2007).

Assim, o jornalismo político abrange muito mais do que a cobertura do parlamento ou das reuniões da Câmara dos Deputados, por exemplo. Este segmento do jornalismo relaciona-se sobre todas as decisões que venham a ser tomadas por entes públicos e que, de alguma forma, ou em algum nível, venham impactar a vida em sociedade. Essa completude faz com que o jornalismo político, em muitos debates, não seja separado de outros segmentos noticiosos, como a economia, a infraestrutura e a educação, por exemplo, já que diversas decisões, debates e ponderações de atores públicos que fazem parte destas áreas passam pelo crivo do campo político antes de serem implementadas. O jornalismo político é então uma das especializações dentro do vasto campo do jornalismo, e envolve atores políticos em níveis local, regional, nacional e internacional, e ainda atores políticos mais direcionados, como os partidos e os próprios políticos.

Timothy Cook (2011) analisa de forma detalhada o desenvolvimento do jornalismo político e a influência deste segmento sobre as organizações sociais. A pesquisa do autor, publicada na *Revista Brasileira de Ciência Política* no dossiê *Mídia, Política e Democracia*, é um apanhado de como este segmento se apresenta enquanto parte dos debates públicos. O autor classifica o jornalismo como uma instituição política e os jornalistas como atores políticos. Ele explica que estes profissionais possuem a capacidade de decidir seguir uma pauta, mesmo que os resultados da publicação possam não ser positivos para todos os envolvidos. Os jornalistas políticos exercem certa autonomia ao decidirem seguir a apuração de um assunto que julguem relevante para a sociedade, conforme indica Cook no trecho a seguir.

(...) não significa que os repórteres tenham lâminas políticas a afiar ou sigam conscientemente agendas partidárias ou ideológicas particulares. Ao contrário, o que complica estabelecer o papel político dos jornalistas é que sua influência política pode decorrer de sua adesão a princípios de objetividade e deferência aos fatos e sua distância “custe o que custar” em relação às consequências sociais e políticas de sua cobertura, e não a despeito dessa adesão. (Cook, 2011, p. 203).

Sendo papel da política estabelecer determinados parâmetros à sociedade (Cook, 2011, p. 204), tais escolhas, em muitas situações, soam como imposições. Isso porque apesar da política ser parte da “coisa pública”, é sabido que nem todos os cidadãos têm acesso aos debates e decisões públicas que poderão afetar as suas vidas. É nesse sentido que o jornalismo político direciona o seu papel como informador e formador de opinião.

É através do jornalismo político que os indivíduos têm acesso a contestações em relação a diversos temas de importância social. Cook discute a importância das fontes de produção dentro do jornalismo político como parte determinante da produção de notícias. A independência da apuração e a busca pela imparcialidade, elementos primordiais na produção jornalística, aparecem como premissas capazes de tornar o fato noticiado uma ferramenta de influência e identificação da política dentro da sociedade, conforme destaca o autor:

O jornalismo é pelo menos parcialmente independente de suas fontes na produção de conteúdo das notícias. Em consequência, ela pode ser capaz de influenciar quem tem autoridade, quais são os valores da política e quais alocações são feitas. O jornalismo compartilha um destino semelhante com os três poderes constitucionais, sendo parcialmente independente e parcialmente dependente de outras instituições para cumprir sua própria tarefa. (Cook, 2011, p. 205).

Essa amplitude e manutenção que o jornalismo político é capaz de exercer também se estende a outros “espaços políticos”, que nem sempre ganham a mesma atenção dos média ou no próprio ambiente parlamentar. Cita-se, por exemplo, os movimentos sociais, as discussões acadêmicas ou a formulação e engajamento de grupos apartidários. Cook explica que existe uma espécie de negociação entre fontes e jornalistas para que no final o resultado seja a publicação do facto.

O jornalista, enquanto ator político, realiza a cobertura e seleciona os factos e informações que julgar mais relevantes para serem noticiados, ou que tenham um valor-notícia mais significativo. Essa apuração segue ainda uma série de princípios redacionais, que nem sempre favorecem os atores oficiais, neste caso, os políticos ou agentes públicos. O autor indica que “a notícia é o resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas, cujos resultados diários beneficiam apenas certas alocações de valores” (p. 206).

Um dos princípios do jornalismo é, de facto, o bom relacionamento entre os jornalistas e suas fontes, já que os bastidores do jornalismo político indicam informalidades e entrelinhas que podem significar factos ou, pelo menos, indicar que um determinado assunto merece ser apurado e noticiado. A negociação entre fontes e jornalistas acontece de diversas maneiras e nem sempre as fontes precisam ou devem ser reveladas.

Cook enumera três níveis de negociação em que o jornalista político se baseia ao considerar se um facto deve ou não ser noticiado. O primeiro nível seria “a luta explícita sobre os fóruns em que as interações vão se dar, dado que funcionários e repórteres procuram especificar as condições e circunstâncias nas quais se encontrarão” (p. 225), sendo que tais condições e circunstâncias precisam estar de acordo com os princípios éticos do jornalismo.

O segundo nível se relaciona entre uma possível “troca de favores” que, apesar de explícita, se mostra comum em conferências de imprensa, onde uma figura pública notável, por exemplo, tende a facilitar a cobertura feita por algum profissional. O terceiro nível está relacionado com a “negociação implícita e indireta” e “acontece quando cada parte da negociação está fora das vistas da outra – as fontes preveem o que virará notícia, e os repórteres voltam às suas organizações de origem com a matéria bruta, para dar-lhe forma como uma notícia coerente” (p. 225), na tentativa de mostrar a imparcialidade do facto.

Cook (2011) ressalta a preocupação em como a identidade privada das redações pode atrapalhar a apuração e a própria imparcialidade da notícia sobre política, já que muitos políticos e entes públicos possuem relações estreitas com os diretores e donos das redações ou até são acionistas ou donos de

alguns veículos. Sendo associações privadas, muitas destas redações não são completamente independentes do governo, por exemplo. Algumas delas dependem de patrocínios, licenças públicas e reconhecimento legal para funcionarem (Cook, 2011, p. 235).

O pesquisador propõe que o jornalismo político, ao estabelecer relações tão extensas com políticos, entes públicos, partidos, organizações públicas e sociedade civil, ele passa de instituição pública para instituição de governança, onde informar factos políticos pode ser uma tarefa que carrega grande responsabilidade social, mas também uma ferramenta de agregação às funções e trabalhos desenvolvidos pelos entes públicos em prol da sociedade.

O viés político mais permanente dos noticiários é claramente sua concentração nos eventos, ideias, preocupações, estratégias e na política de funcionários públicos poderosos. Essa gravitação na direção da oficialidade é o que faz com que o jornalismo não seja meramente político, mas governamental. A disponibilidade e a presença do jornalismo, tanto dentro das instituições quanto dentro do governo como um todo levam os funcionários a pensar o jornalismo como um apoio potencial para atingir seus objetivos e assistir à conversão deste numa "instituição de governança". (Cook, 2011, p. 226).

Mas se de um lado o jornalismo político concentra sua presença junto aos políticos, do outro considera-se o jornalismo político como uma ferramenta de apoio à construção da cidadania. Isso porque ao mesmo tempo em que se apresenta como segmento midiático que pode ser utilizado a favor dos políticos, o contrário também pode ocorrer: o jornalismo político se desenvolver com um olhar mais próximo da sociedade civil.

Magalhães (2014) caracteriza o jornalismo como segmento que fiscaliza e acompanha o exercício do Estado junto às demandas sociais para que os abusos sejam evitados. Se o mesmo conceito é aplicado ao jornalismo político, é possível afirmar que este seria o segmento responsável por fiscalizar e acompanhar o trabalho dos políticos e daqueles que formam as instituições políticas, para que estas cumpram com suas funções sociais.

Mont'Alverne e Marques (2018) questionam se o jornalismo é, no fim das contas, uma espécie de adversário da política. Ao levantarem essa discussão, os autores exemplificaram através dos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* que existe certo confronto entre os média e o parlamento (no caso do Brasil, o Congresso Nacional). A principal hipótese levantada pelos autores é a de que os editoriais servem como espaços em que o jornal ou empresa jornalística expresse sua contrariedade em relação ao que defendem os atores políticos, aqui entendido como os próprios políticos.

Essa possível ausência de imparcialidade indica uma grande controvérsia do jornalismo, já que muito se discute sobre o papel imparcial do profissional do jornalismo em qualquer tipo de apuração ou cobertura. No jornalismo político essa imparcialidade é por vezes questionada. Biroli (2012) explica, por exemplo, que numa cobertura política do noticiário pode-se observar certa atuação partidária no sentido de que “expressa ativamente – e não apenas em posições conjunturais ou disputas eleitorais – uma posição política situada. O jornalismo é a expressão de uma parte nas disputas mesmo quando não existe alinhamento político-partidário estável ou que funcione como motor para as 'mensagens'” (Biroli, 2012, p. 5). Sendo que certas perspectivas e a própria presença dos atores políticos nos noticiários em detrimento de outros, mesmo que involuntariamente, indicam certa parcialidade por parte dos jornalistas políticos.

Essa lógica midiática também é analisada por Mont 'Alverne (2013), que explica que “com o jogo político em evidência na esfera de visibilidade pública, é importante, para o ator político, figurar nos acontecimentos que viram notícia, a fim de que seja lembrado e isso lhe renda, futuramente, frutos eleitorais”. (Mont 'Alverne, 2013, p. 25). Entretanto, a autora lembra que alguns atores políticos não necessitam de tal espaço por já ocuparem posições de grande destaque nos média, como é o caso do presidente da República, por exemplo. Por outro lado, nem sempre “estar na mídia” é positivo para os atores políticos, conforme a pesquisadora indica a seguir.

Acontece, também, que nem sempre é conveniente, ao agente político, que os holofotes estejam direcionados a ele, pois a visibilidade pode não ser positiva. Em alguns momentos, seria vantajoso que o agente não aparecesse tanto, a fim de preservar o desgaste da imagem, quando a notícia não for favorável. O fato de algumas fontes serem privilegiadas frente a outras acaba por limitar a diversidade de opiniões às quais o leitor tem acesso. (Mont 'Alverne, 2013, pg. 25).

O processo de desenvolvimento do jornalismo político como parte presente no cotidiano do cidadão é uma tarefa que vem sendo aperfeiçoada nos últimos anos por meio das novas tecnologias e da rede de internet, conforme analisa Luís Felipe Miguel (2002) na obra *Os meios de Comunicação e a Prática Política*. Segundo o pesquisador, a revolução tecnológica foi capaz de moldar um novo tipo de político, inclusive mais preocupado em alcançar outros públicos da sociedade até então ignorados pela política tradicional, como o público mais jovem, por exemplo.

O surgimento desse “político 2.0” veio acompanhado da preocupação em relação à publicização de sua imagem e dos seus discursos. atualmente é grande o número de profissionais contratados por políticos e instituições políticas para cuidar da imagem e dos discursos nas redes sociais, além de zelar e garantir

o engajamento na internet. Este é só um exemplo dos “tempos áureos” citados por Miguel, conforme indica no trecho seguinte.

É necessário, em primeiro lugar, o reconhecimento de que a mídia é um fator central da vida política contemporânea e que não é possível mudar este fato. Ou seja, é ocioso alimentar a nostalgia de “tempos áureos” da política, quando imperava o verdadeiro debate de ideias, sem a preocupação com a imagem ou a contaminação pelas técnicas da publicidade comercial. (Miguel, 2002, p. 158).

O autor também manifesta preocupação ao mencionar a influência que políticos podem exercer sobre os noticiários. Isso porque, segundo ele, os atores políticos, e aqui incluem-se jornalistas e os próprios políticos, perceberam a dimensão e importância da mídia e dos meios de comunicação de massa e como estes podem condicionar um determinado ambiente político, o que o pesquisador considera como capital político, conforme se observa neste trecho de sua pesquisa.

É correto dizer que a mídia adquiriu um forte peso na formação do capital político e mesmo que, em alguma medida, condiciona as trajetórias políticas — já que a ausência de visibilidade nos meios de comunicação parece ser um empecilho sério para quem almeja os cargos eletivos mais importantes do poder executivo. Mas a mídia não possui o monopólio da produção ou distribuição deste capital; e o campo político (isto é, os agentes políticos de carreira mais tradicional) trata, por vezes com sucesso, de impor limites à influência da mídia, através da desvalorização simbólica dos tipos de notoriedade mais estreitamente associados aos meios de comunicação de massa. (Miguel, 2002, p.170).

É através do jornalismo político que as preocupações públicas ganham identidade e passam a ser parte da agenda dos entes públicos, que se veem obrigados a justificar, informar ou esclarecer determinado facto. Logo, o jornalismo possui o poder de condicionar o comportamento dos entes políticos, porém, não de maneira impositiva, mas sim de forma oportunista. Assim como Cook (2011), Miguel (2002) defende a ideia de que o jornalismo político se estende muito além da relação entre políticos no parlamento ou entre partidos ou ainda entre as instituições que formam os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Ele está presente também nas relações exercidas entre membros de movimentos sociais, grupos minoritários e associações, por exemplo. Porém, como mencionado anteriormente, o “espaço” direcionado às pautas destes grupos pode ser muito menor que aquele dado aos indivíduos ou instituições mais populares. Nas páginas de política despontam parlamentares, governantes e chefes partidários. Os movimentos sociais, demandas de minorias ou de mulheres, lutas ambientalistas, por

exemplo, são, via de regra, relegados ao espaço menos nobre das editorias de “cidades” ou “geral”. A principal exceção é o movimento sindical que, junto com os patrões, fica na seção de economia. (Miguel, 2002, p. 174).

É compreensível que o jornalismo seja considerado o quarto poder, já que ele é capaz de agir como protagonista no processo político e estabelecer certa independência entre os outros três poderes, conforme aponta Magalhães (2014). Na visão da autora, o jornalismo político possui a “função de contraponto a serviço dos cidadãos para prevenir abusos do Estado, encargo cumulativo ao de mediador dos acontecimentos” (p. 8-9), e que “sendo assim, é possível inferir que a forma como os jornalistas encaram e se posicionam em sua atividade é capaz de alterar as ‘características culturais’ da imprensa.” (p. 12).

As funções do jornalismo político resultam ainda na capacitação do indivíduo enquanto parte da sociedade, sendo que se essa capacidade é reconhecida e exercida, e potencialmente esse cidadão será capaz de entender e ressignificar o seu espaço enquanto membro da sociedade. Ele passará a compreender os direitos e deveres que possui, passará a se interessar por temas sociais que possam impactar sua vida em comunidade, e ainda entender melhor a importância de ferramentas sociais como o voto eleitoral e o consumo de informação, capazes de transformar uma sociedade (Magalhães, 2014).

3. O jornalismo político no Brasil e em Portugal

3.1 O jornalismo político brasileiro do século XXI

O jornalismo político brasileiro é um dos segmentos mais importantes da área, e pode-se afirmar que nos últimos anos os profissionais que cobrem a política do país têm tido árduo trabalho, já que as tensões entre entes políticos assim como a administração do chefe de Estado, o atual presidente da República Jair Bolsonaro, têm sido alvo de intensos debates públicos nacionais e internacionais devido às políticas de governo escaladas por ele.

De modo geral, a política enquanto editoria jornalística, ou seja, enquanto categoria de notícia, é publicada na imprensa e nos portais online como editoria *Nacional*. Sendo mais geral, a publicação de notícias sobre política pode incluir desde eventos públicos, como eleições, votações e reuniões parlamentares, encontros e reuniões oficiais até a cobertura de debates e discussões dentro dos ministérios, secretarias, partidos e outros órgãos que façam parte das instituições públicas e políticas ou que se relacionam indiretamente com o Governo. Essa cobertura pode ser nacional ou local.

As notícias tendem a se centrar em temas que envolvem negociações entre políticos, votações de projetos de lei, reuniões e pronunciamentos oficiais, processos contra políticos e outros ocupantes de cargos públicos, crimes políticos, casos de corrupção e outros escândalos. No caso do Brasil, a concentração maior de profissionais que cobrem a política se encontra na capital, Brasília, onde estão localizados todos os poderes que regem o país.

Em Brasília estão localizadas redações dos principais jornais sobre política do país. Aliás, é comum que os prédios do parlamento e palácios do Governo tenham salas de imprensa, preparadas especialmente para profissionais da comunicação, que podem ser divididos entre setoristas do Governo, do parlamento, do Congresso, das secretarias e ministérios e dos partidos. Além de jornalistas responsáveis por cobrir o cotidiano das instituições que fazem parte do Poder Judiciário. Cita-se ainda os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, que além de possuírem três dos maiores índices de participação política do país, também são as regiões com maior representação no parlamento (Governo Brasileiro, 2021). Logo, nestes estados é alto o número de profissionais que cobrem assuntos sobre política.

Apesar da editoria *Nacional* ser a que mais abrange notícias sobre política no Brasil, elas podem aparecer em outros espaços. No Brasil, o jornalismo político está presente em diversos quadros dentro de telejornais, por meio de programas televisivos e radiofônicos exclusivos para pautas da área, além de possuir espaços de publicação em sites noticiosos. É comum ainda a presença de colunistas renomados e comentaristas políticos que constituem presença em debates e análises do cotidiano político do país. A tabela a seguir enumera os principais jornais do jornalismo político no Brasil.

Jornais e revistas impressas		
	<i>Folha de S. Paulo</i> (nacional)	Editoria Poder
	<i>O Estado de S. Paulo – Estadão</i> (nacional)	Editoria Nacional
	<i>O Globo</i> (nacional)	Editoria O país
	<i>Correio Braziliense</i> (Distrito Federal)	Editoria Política
	<i>Zero Hora</i> (Rio Grande do Sul)	Editoria Política
	Revista <i>Veja</i> (nacional)	Revista semanal com foco em assuntos sobre a política nacional
	Revista <i>Istoé</i> (nacional)	Revista semanal com foco em assuntos sobre a política nacional
Jornais e revistas <i>onlines</i>		
	Portal <i>G1</i>	Editoria Política
	<i>O Globo</i>	Editoria Política

	<i>Folha de S. Paulo</i>	Editoria Poder
	<i>Estadão</i>	Editoria Política
	<i>Poder 360</i>	Todas as notícias são direcionadas à política nacional e internacional
	<i>Congresso em Foco</i>	Todas as notícias são direcionadas aos três poderes da União
	Portal <i>Metrópoles</i>	Editorias Brasil, Grande Angular e Janela Indiscreta
	Portal <i>UOL notícias</i>	Geral
RÁDIO		
	<i>BandNews</i>	A emissora está presente em vários estados do país, porém os programas sobre política são direcionados e veiculados nacionalmente
	<i>CBN</i>	A rádio possui filiais por todo o país, e boa parte da cobertura se concentra nos assuntos sobre política
	<i>Jovem Pan</i>	Possui programas direcionados exclusivamente para debate sobre assuntos da política (programa <i>Pingo nos Is</i>)
	<i>Voz do Brasil</i>	Programa político que reúne as principais notícias sobre o Congresso Nacional e o Governo
TELEVISÃO		
	<i>Jornal Nacional (TV Globo)</i>	Programa de maior audiência no país, que apresenta diariamente os principais fatos sobre a política do país
	<i>Globo News</i>	Jornal televisivo pago com funcionamento 24h, e com um dos maiores índices de assinatura do país. Possui inúmeros programas direcionados ao debate sobre assuntos da política nacional
	<i>Band News</i>	Jornal televisivo com funcionamento 24h, com programas de debates e análises do cenário político do país
	<i>CNN</i>	Emissora televisiva com inúmeros noticiários direcionados à política nacional e internacional

Tabela 1: Principais fontes de comunicação política no Brasil

Fontes: Fenaj, Abraji, Portal Imprensa, Observatório da Imprensa, sites e portais dos jornais citados

3.1.1 Da desconfiança ao prestígio

Não se pode falar sobre a história do jornalismo político no Brasil sem citar a própria história do país. Isso porque o desenvolvimento brasileiro está diretamente atrelado à tomada de decisões sociais, comerciais e econômicas, que passaram pelo crivo do debate político, conforme explica Medeiros (2020). O autor aponta que o papel do jornalismo político no Brasil começou a ser exercido ainda na colônia portuguesa quando as relações comerciais entre as capitânicas hereditárias, a monarquia e a plebe se tornaram públicas, de modo que a população da época começou a se interessar pelas decisões da coroa,

de tal forma que a publicização das decisões começou, mesmo que lentamente, a ser naturalizada. (Medeiros, 2020, p. 64).

É claro que muito diferente do jornalismo político atual, a cobertura daquela época se via sob as rédeas da coroa portuguesa, que controlava o que todos iriam “consumir” como notícia. A *Imprensa Régia* e a *Gazeta do Rio de Janeiro* foram os primeiros jornais do país. Esse forjamento e controle da coroa se estendeu por anos, conforme explica Medeiros (2020), de modo que após a abdicação ao trono de D. Pedro I, em 1831, os jornais se viram mais livres para exercerem suas tarefas. Nesse período pode-se afirmar que houve o primeiro grande evento político, digno de uma importante cobertura jornalística: a instalação da Assembleia Constituinte Portuguesa. O que seria considerado o primeiro passo para a liberdade de imprensa da época. (Medeiros, 2020, pg. 65).

É a partir de 1831 que também se formam os dois primeiros grandes grupos políticos, que se dividiam entre liberais (ideal republicano e antiescravagista) e conservadores, e que já “esquentavam” os debates da época durante discussões de assuntos sobre a abolição da escravidão, a relação entre os membros da coroa portuguesa e as excursões comerciais internacionais, por exemplo. Segundo Medeiros (2020), é a partir de 1890 que o avanço industrial estabelece um novo caminho para a imprensa, já que a modernização dos jornais e da indústria gráfica permitiriam distribuir os exemplares de forma mais abrangente pelo país.

A política do café-com-leite, período de disputa entre autoridades mineiras e paulistas, foi um momento crucial para o desenvolvimento da imprensa e os jornais *O País* e o *Correio da Manhã* tornaram-se os principais veículos de informação sobre política no Brasil. (Medeiros, 2020, p. 67 apud Seabra, 2006, p. 205). O autor explica que diferente da atualidade onde o caráter imparcial dos jornais é imprescindível para a produção de notícias, naquela época os veículos de comunicação tinham “de escolher um lado”, do contrário não sobreviveriam. Após 1920, o ritmo da produção jornalística é reformulado e ganha certa padronização com a introdução do *lide* e da pirâmide invertida (fato mais importante primeiro).

O pesquisador analisa o período a partir de 1930, conhecido como período getulista por causa da influência e das mudanças promovidas pelo então presidente da República, Getúlio Vargas. Medeiros aponta que a censura dos jornais políticos nessa época se tornou rotina dentro das redações, reforçada principalmente pelo Estado Novo e pela implantação do *Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)*. Período de grande tensão, que durou até 1945. Nos anos que se seguiram até o início da ditadura militar (1964) o jornalismo político se viu em ascensão. Nomes de grande notoriedade na profissão também surgem nesse momento, como os jornalistas Samuel Weiner e Carlos Lacerda.

O que se viu neste período de “oposição” da imprensa contra a ditadura militar foi um reconhecimento de jornais menores e até então menos visados pela população, os quais decidiram exercer certa responsabilidade ao denunciar a opressão da ditadura. Seabra (2006) lembra que foi por conta dessa “revolução” que nos próximos anos o jornalismo político se tornou mais comprometido com as pautas sociais.

Segundo o autor “muitos daqueles profissionais que atuaram na imprensa alternativa aproveitaram a experiência para levar para as redações um jornalismo politizado, não necessariamente partidário, mas certamente comprometido com o restabelecimento da ordem democrática” (Seabra, 2006, p. 133). Grande evento político, digno de uma cobertura noticiosa de pompa, o movimento popular conhecido como *Diretas Já* foi um dos primeiros movimentos sociais que de certa forma uniu os jornalistas (responsáveis pela cobertura) e a sociedade. O evento reuniu milhares de brasileiros que pediam a retomada de eleições diretas para presidente da República.

Medeiros (2020) lista uma série de acontecimentos que marcaram o jornalismo político nos anos que se seguiram e que foram destaque nas páginas dos jornais, entre eles: a renúncia de Fernando Collor (1992), então presidente do país durante o *Diretas Já*; a primeira eleição de um presidente operário em 2002 (Luiz Inácio Lula da Silva) e sua reeleição em 2006; a cobertura das investigações de corrupção conhecidas como Mensalão (2005 a 2011); os protestos de 2013 que ocorreram em todo o país, e a cobertura dos processos de corrupção envolvendo empresas e políticos, que ficou conhecida como Operação Lava-jato (2014 até a atualidade) e que resultou na prisão do ex-presidente Lula da Silva. Além da eleição de Dilma Rousseff como primeira presidente mulher do Brasil (2010) e o *impeachment* da mesma em 2016.

Por fim o jornalismo político se viu, mais uma vez, como principal segmento nos jornais e veículos de comunicação de todo o país a partir de 2018, quando Jair Bolsonaro, um dos casos mais improváveis até então por ser considerado um político de extrema direita e sem grande notabilidade no parlamento, ser eleito presidente do Brasil.

A mestre em comunicação e pesquisadora Cibele Maria Buoro (2010) aponta que o desenvolvimento do jornalismo político após as fortes relações comerciais construídas pela coroa portuguesa durante o período capitalista colonial se deu no sentido de que esta instituição se transformou numa instituição que buscava difundir “a imprensa livre” e estabelecer a formação de opinião (Buoro, 2010, p. 3). Essa mesma ideia do jornalismo como segmento que forma opinião ou pelo menos permite a extensão de opiniões sobre determinado assunto é defendida também por Ébida Rosa dos Santos (2019). Segundo

a autora “um Estado democrático respeita as liberdades individuais, de opinião e de expressão, a igualdade de direitos”, de maneira que o jornalismo político possibilita “fornecer a possibilidade de povos e partidos políticos se manifestarem sobre todas as decisões de interesse geral, almejando a equidade de condições”. (Santos, 2019, p. 34).

Ela complementa explicando que “o sistema midiático atua no papel de informar sobre acontecimentos, entregando ao público dados sem os quais ele não teria condição de conhecer outras realidades” (p. 35). Aqui retoma-se a análise de Cook (2011) ao reafirmar que apesar do jornalismo se consagrar como canal responsável por informar a população acerca dos acontecimentos da atualidade, ele “compartilha um destino semelhante com os três poderes constitucionais, sendo parcialmente independente e parcialmente dependente de outras instituições para cumprir sua própria tarefa” (Cook, 2011, p. 205).

Por fim, para sintetizar o desenvolvimento e atuação do jornalismo político no Brasil, cabe ressaltar a caracterização desse segmento noticioso como parte do jornalismo investigativo, o que nas palavras de Santos (2019, p. 43) “não implica, necessariamente, em um trabalho maior de apuração, embora teoricamente devesse” mas possui um condicionante de apuração onde “os contatos privilegiados dos repórteres auxiliam na manutenção desse status aristocrático”, permitindo um status de maior representação entre as fontes oficiais e a própria sociedade, o que, novamente, não significa que o jornalismo político e seus profissionais sejam os atores mais importantes do campo da comunicação política no Brasil.

3.2 O jornalismo político português na atualidade

Tal como acontece no Brasil, a cobertura de assuntos políticos em Portugal é feita por jornalistas responsáveis por esse segmento, mas que não são necessariamente especializados em jornalismo político. Muitos são direcionados à cobertura do parlamento, dos órgãos do Governo e das instituições ligadas à política. Entre os principais jornais e veículos de comunicação que publicam informações sobre a política portuguesa ou política internacional, a informação política possui espaço próprio na editoria “política”, seja em sites noticiosos na internet, na imprensa, em serviços noticiosos televisivos ou programas radiofônicos.

Portugal é muito menor geograficamente do que o Brasil. Em termos populacionais o Brasil⁴ é vinte e uma vezes maior que Portugal⁵ (IBGE, 2018, United Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais

⁴ <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2021/08/populacao-brasileira-chega-a-213-3-milhoes-de-habitantes-estima-ibge>. Acesso em 22/12/2021

⁵ <https://countrymeters.info/pt/Portugal>. Acesso em 22/12/2021

das Nações, 2020), o que significa que o número de profissionais e o próprio espaço de cobertura política também são mais estreitos. No entanto, essa desproporção não impede que os profissionais de comunicação política tenham em suas rotinas de trabalho a responsabilidade de apurar casos e factos políticos. Portugal faz parte da União Europeia, sendo comum as páginas dos jornais políticos estamparem reuniões e acordos entre membros do governo português e outros líderes europeus. Os bastidores e embates entre os principais partidos do parlamento português também fazem parte da cobertura diária dos jornalistas políticos.

No início de 2021, por exemplo, período em que o presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, foi reeleito ao cargo, os jornalistas de política se viram mais ocupados com as pautas das eleições presidenciais e ainda devido à ascensão do partido político *Chega*, liderado pelo deputado André Ventura. O *Chega* é um partido considerado de extrema direita, e apesar de ter tido apenas o próprio André eleito como deputado nas eleições legislativas de outubro de 2019, o crescimento da popularidade e a adesão às ideias do partido por parte da população portuguesa tomou parte da maioria dos noticiários políticos do país.

Outro acontecimento político que prosseguiu nas páginas dos noticiários portugueses durante anos e que tem desdobramentos até os dias atuais é a Operação Marquês, que traz como protagonista José Sócrates, ex-primeiro-ministro de Portugal. A operação investiga mais de vinte pessoas, incluindo Sócrates, que são acusados de corrupção passiva, branqueamento de capitais e falsificação de documentos, entre outros crimes. O início da operação se deu em 2013, mas o auge ocorreu a partir de 2017 quando as primeiras condenações vieram a público.

As redações e escritórios dos principais jornais do país, assim como a concentração das pautas mais relevantes se encontram na capital, Lisboa. Porém, outras cidades com grande relevância econômica e conseqüentemente política também estão no radar dos profissionais da comunicação política, como é o caso da cidade de Porto. Como citado anteriormente, apesar do número de jornais políticos e de profissionais dessa área serem menor em Portugal, o país possui uma sólida imprensa. A tabela a seguir resume os principais veículos e profissionais do jornalismo político português.

Jornais impressos	
<i>Diário de Notícias</i> (nacional)	Editoria Política
<i>Jornal de Notícias</i> (nacional)	Editoria Nacional
<i>Público</i> (nacional)	Editoria Política
<i>Expresso</i> (nacional)	Editoria Política

INTERNET		
	<i>Diário de Notícias</i> (nacional)	Editoria Política
	<i>Jornal de Notícias</i> (nacional)	Editoria Nacional
	<i>Público</i> (nacional)	Editoria Política
	<i>Expresso</i> (nacional)	Editorias Últimas notícias e Tribuna
	<i>Observador</i>	Editoria Política
RÁDIO		
	<i>Antena 1</i>	A emissora de rádio possui noticiários diários que incluem assuntos políticos. Possui ainda a participação de especialistas e comentaristas da área
	<i>Antena 2</i>	Possui vários programas noticiosos que engloba o cenário político português e internacional
	<i>Renascença</i>	possui programas noticiosos e tem a participação de comentaristas e colunistas
	<i>TSF Rádio Notícias</i>	Apesar de não possui em sua programação um bloco específico para política, a TSF leva ao ar blocos noticiosos a cada hora no ar, e nestes são abordadas as principais notícias sobre política
TELEVISÃO		
	<i>CNN Portugal</i>	Alocada recentemente, a CNN Portugal faz parte do grupo TVI, porém a programação da CNN se concentra principalmente na veiculação de notícias, e entre elas aquelas sobre a política em Portugal e no exterior. A emissora também aposta na participação de comentaristas e especialistas
	<i>SIC e SIC Notícias</i>	A <i>SIC</i> e a <i>SIC Notícias</i> produzem noticiários em vários horários diários que reúnem as principais notícias sobre a política portuguesa e internacional e possui como direcionamento a participação de comentaristas e especialistas em assuntos sobre política
	<i>RTP e RTP 2</i>	Os jornais da <i>RTP</i> e <i>RTP 2</i> também utilizam diariamente os principais horários da programação para dedicar o debate e a veiculação de notícias que façam parte do ambiente político do país e do mundo
	<i>RTP 3</i>	Esta emissora de televisão tem em sua programação apenas noticiários, o que a coloca como um dos principais canais de informação sobre política do país.

Tabela 2: Principais fontes de comunicação política em Portugal

Fontes: Obercom, Relatório Projeto ERC, sites e portais dos jornais citados

3.2.1 A conquista pela liberdade de imprensa

O desenvolvimento do jornalismo político em Portugal, diferente do Brasil, teve seu início a partir de 1600, conforme analisa Taynar Talica Costa Pereira (2010). Com base nas pesquisas de Sousa (2007)

e Figueira (2007), Costa Pereira constrói uma linha cronológica sobre o desenvolvimento do jornalismo e como a política se tornou parte das páginas de notícias no país. Segundo a autora, os primeiros sinais de cobertura ou descrição de assuntos políticos, e ainda que muito diferentes das pautas atuais, se tratavam de folhas e escritos sobre os naufrágios e relações comerciais perdidas por negociantes portugueses e como esses incidentes poderiam prejudicar a relação com as autoridades e os líderes regionais. No trecho a seguir ela indica que o caráter anônimo dos primeiros impressos dessa época expressava certo sensacionalismo.

Estruturam-se com um discurso informatizado e dramatizado, e uma distribuição massiva, sendo muitas vezes, lidas em voz alta em lugares públicos. Essas folhas são anônimas e têm pequenas tiragens, com notícias monotemáticas, ocasionais, e geralmente são, até então, livres do crivo da censura, vendidas em feiras e lugares frequentados pela grande população. (Sousa, 2007, p. 40 apud Costa Pereira, 2010, p. 16).

Entre 1625 e 1640 se tornaram populares os livros noticiosos semestrais, que expunham conteúdos mais diversificados sobre as expansões marítimas, as relações entre os membros da elite e os acordos comerciais. Período também em que a censura começa a se desenvolver pelas mãos de Dom João IV, que estabelece leis para licenças prévias antes de publicações noticiosas, conforme aponta Costa Pereira (2010, p. 17). O jornalismo periódico se inicia com o surgimento da *Gazeta Portuguesa* em 1641, considerado o primeiro jornal oficial sob a responsabilidade de Manuel de Galhegos (p.17).

A partir de 1800, com a ascensão da indústria, potencializada pela Revolução Francesa, Portugal vê sua imprensa crescer e inúmeros jornais e editoriais de política surgem no país. Porém, no período “ainda é forte a censura prévia” e a partir de então “os veículos buscam não só persuadir ou opinar sobre determinados assuntos, mas sim explicar os acontecimentos”, aponta Costa Pereira (2010. p. 18). Em 1821 acontece o primeiro e grande ato a favor da imprensa portuguesa: a aprovação da lei sobre liberdade de imprensa. O que de um lado permitiu a expansão do número de jornais assim como a retomada do trabalho de alguns profissionais da comunicação que antes se viam ameaçados. Porém, por outro lado, a lei propunha mecanismos de repressão e punição do editor ou do responsável pela impressão dos jornais, caso os fatos narrados fossem considerados uma ameaça ao governo (p. 19).

Em 1864, surge outro precursor do desenvolvimento do jornalismo político português o *Diário de Notícias*. Considerado um dos principais e mais importantes jornais portugueses da atualidade, o *Diário de Notícias* propunha naquela época a publicação de factos “em linhas experimentais, com linguagem clara, concisa, precisa e simples”, conforme relata Costa Pereira (2010, p. 20). Os anos seguintes são

marcados pelo desenvolvimento e especialização dos jornais, mas também pelas ameaças recorrentes dos governos monarcas, que tentavam por meio da censura e da assinatura de decretos, impedir a publicação de notícias e cercear o trabalho dos profissionais. A situação só se acalma após a primeira guerra mundial e a adesão de Portugal ao parlamentarismo, permitindo assim que a imprensa tivesse mais chances de ser autônoma.

Apesar da oficialização dos meios de comunicação, a censura, assim como no Brasil, era comum e imposta de diversas maneiras, potencializada principalmente pela ditadura. Sousa (2008) explica que nessa época a constituição durante o Estado Novo assegurava a liberdade de imprensa, mas na prática os jornais e veículos de comunicação que quisessem funcionar teriam de apresentar um relatório que explicasse suas atividades, e uma comissão seria responsável por analisar tal documento. Segundo o autor, “os jornais enviavam três provas à *Comissão de Censura* da sua área, que devolvia uma delas com os carimbos visados, ‘autorizado’, ‘autorizado com cortes’ (...), ‘suspensão’, ‘retirado’ ou ‘cortado’ (...)” (Sousa, 2008, p. 110), o que resultou num desenvolvimento noticioso atrasado se comparado a outros países da Europa, já que a comissão poderia demorar meses até enviar de volta o relatório com o resultado da análise.

No fim de 1955 é criada a *Rádiatelevisão Portuguesa (RTP)*, que mais à frente se tornaria uma das principais redes de comunicação jornalística do país, se mantendo até os dias atuais. A iniciativa da criação da *RTP* foi do próprio governo português, tal como a *Empresa Brasil de Comunicação*, a *EBC* no Brasil. Como esperado, estando sob a autoridade governamental, as notícias produzidas pela *RTP* passavam pelo crivo dos membros do Governo antes de serem publicadas ou enviadas às agências de notícias. Esse período persuadiu até 1973. (Costa Pereira, 2010, p. 22). No ano seguinte, em 25 de abril de 1974, Portugal viveu um dos momentos políticos mais importantes de sua história, a chamada *Revolução dos Cravos*. A data é marcada pelo golpe de Estado que colocou um ponto final no regime ditatorial liderado por António de Oliveira Salazar.

A partir de então a imprensa passa por um momento de grande tensão, já que corria o risco de ser controlada pelo regime militar. Várias redações sofreram atentados e inúmeros jornalistas foram ameaçados. De acordo com Costa Pereira (2010), mesmo sob tensão, o “partido comunista continua a exercer influência sobre a *RTP* (um dos veículos que mais sofre durante esse período, com ocupação dos militares em sua sede e intervenções na administração da mesma), e sobre os veículos de comunicação *Emissora Nacional*, *Diário de Notícias* e *Século*” (2010, p. 23).

Após o período militar, a imprensa portuguesa começa a respirar novamente, e os profissionais se veem condicionados a novas formas de apuração e edição de notícias com o surgimento da internet. O que faz com que políticos e outras figuras importantes do segmento se aproximem mais da imprensa, visando manter a imagem positiva frente à população, e garantindo alguma vantagem em relação ao segmento que nos dias atuais é quem norteia as principais relações políticas: o jornalismo.

De acordo com Costa Pereira (2010), a partir dessa época o jornalismo político “deixa de ser um instrumento político, e se torna uma força política; os interesses econômicos vão para segundo plano, e os jornais são escritos com fins pedagógicos e de formação política” (2010, p. 30). Nessa época surgem importantes veículos noticiosos no país, como o jornal *Público*, primeiro jornal de raiz econômica inteiramente privada, a *SIC (Sociedade Independente de Comunicação)* e a *Televisão Independente (TVI)*.

O jornalismo político atual em Portugal é focado costumeiramente nas relações entre os partidos e membros que integram o parlamento. Os noticiários abordam ainda, com alta frequência, as decisões políticas que venham a alterar as relações diplomáticas entre Portugal e outros países que fazem parte da União Europeia e da Europa. E ainda, assuntos relacionados à organização estrutural do governo frente a fluxos migratórios e ao desenvolvimento econômico local.

Ao traçar um parâmetro comparativo entre o jornalismo político executado no Brasil e o jornalismo político de Portugal, o que se percebe é que a imprensa portuguesa passou por um período de desenvolvimento mais focado na consolidação do espaço como instituição responsável por informar e formar opinião. O mesmo, claro, ocorreu na imprensa brasileira, porém, com a tardia consolidação do jornalismo independente e livre de censura no Brasil, é possível afirmar que em Portugal esse desenvolvimento e liberdade dos profissionais da comunicação política foi, de certa forma, mais representativa e permitiu a fortificação de uma imprensa mais livre.

CAPÍTULO II – Os jovens e as notícias sobre política

“Aparentemente os jovens são o grupo mais alienado no mundo da política e da comunicação política”. É com esta hipótese do pesquisador britânico David Buckingham, presente na obra *The Making of Citizens – Young people, News and Politics* (2000, p. 7) e que deu início à sua reflexão acerca da comunicação política entre os jovens, que se inicia a discussão neste trabalho sobre como é construída a relação do público jovem com as notícias sobre política e de que forma a participação da juventude está relacionada ao consumo de informação e à sua própria identidade como cidadão.

Embora os estudos de Buckingham (2000) acerca das relações entre os mais jovens e as notícias tenham se iniciado na década de 90, a provocação do autor ao declarar no início de seus estudos que os jovens são os atores mais perdidos no campo da política ainda permanece nos dias atuais. Em contrapartida, este grupo da sociedade também se tornou parte de inúmeros estudos sobre consumo de informação (Brites, 2015).

Alguns dos autores que trabalham a temática são citados no decorrer deste trabalho. O capítulo que se segue tem como base a literatura de pesquisadores que se debruçaram sobre a relação dos jovens com a informação. O início do capítulo é uma descrição de pesquisas de estudiosos como Buckingham (2000) sobre como os jovens enxergam a política em seu círculo social, e como se comportam ao consumirem informações sobre temas políticos. E ainda, se há interesse pelo consumo desse tipo de notícia, e que fatores podem explicar essa relação.

A seguir, os temas cidadania e participação política também ganham espaço no capítulo, já que ao discutir sobre o interesse dos jovens pela notícia, segundo autores como Peters e Broersma (2017) e Brites (2015), é necessário discutir também sobre o que pode ser gerado pós-consumo da informação e de que forma a notícia se apresenta como ferramenta social, podendo implicar em maior participação cívica. O capítulo segue expondo uma análise sobre o consumo e o interesse dos jovens pela notícia sobre política e que possíveis fatores podem explicar os níveis de interesse. Nesta parte os estudos de Melro (2018), Lee (2013), Brites (2010, 2015) e Buckingham (2000), além dos levantamentos anuais sobre hábitos de consumo de informação realizados pelo Instituto Britânico Reuters fazem parte da literatura utilizada.

Para finalizar o capítulo sobre a juventude e a notícia sobre política optou-se por discutir o universo digital e as novas perspectivas em relação à notícia publicada no online. Atrelada ao ambiente tecnológico está ainda a literacia dos média, subtema de grande relevância para este trabalho. A análise sobre a era

digital e a literacia é baseada nos trabalhos de Kahne e Bowyer (2019), Boczkowski, Matassi e Mitchelstein (2017), Mihailidis (2014, 2017), Costera Meijer (2013) e Lee (2013).

1. Os jovens e as notícias

David Buckingham (2000) conduziu entre 1996 e 1997 uma série de estudos nos EUA e no Reino Unido envolvendo adolescentes de 11, 12, 14 e 17 anos. O objetivo do pesquisador era entender o sentido que os jovens davam ao que assistiam nos noticiários e programas de televisão. Além de perguntas sobre notícias políticas, os jovens foram questionados sobre o que achavam de quatro programas noticiosos produzidos para públicos mais jovens (“*Channel One News*” e “*Nick News*” (EUA) e “*First Edition*” e “*Wise Up*” (Reino Unido).

Buckingham (2000) concluiu, através das quarenta e duas entrevistas realizadas, que a maior parte dos jovens se mostrou apática acerca das notícias em geral. Alguns responderam que só assistiam àquele programa porque não havia mais nada para fazer ou porque eram obrigados pelos pais. Outros disseram que se sentiam incomodados em assistir notícias mais sensíveis como aquelas sobre guerra e violência.

A análise do autor é a de que existe um padrão construído pelo jovem acerca dos assuntos considerados para adultos e que “dessa perspectiva, qualquer coisa associada com ‘adultos’ é automaticamente condenada como chata ou irrelevante, a menos que tenha a glória de ser explicitamente proibida às crianças” (Buckingham, 2003, p. 64). Mas a reflexão de Birmingham continuou no sentido de que os jovens poderiam não ser os responsáveis, pelo menos não totalmente, em relação ao interesse por notícias (Buckingham, 2003, p. 73).

Tal como entre os adultos, os jovens possuem perfis diferentes em relação ao interesse por notícias (Marôpo, 2014), e isso depende de outros fatores externos como a acessibilidade à informação, o círculo familiar, o nível socioeconômico, o interesse pessoal e a própria participação em sociedade. O consumo de notícias pode ocorrer de forma trivial, onde os expectadores são cínicos e sarcásticos em relação aos temas noticiados; ou pode ocorrer de forma mais crítica, onde quem está consumindo a informação adota uma postura de analista assíduo em relação ao conteúdo consumido. No caso do consumo trivial, os indivíduos podem ser aqueles que não sabem porque estão ali e o que poderão fazer com o que está sendo consumido (Buckingham, 2000, p. 82-96).

Segundo o pesquisador britânico, os consumidores cínicos são aqueles que afirmaram assistir às notícias porque era a única coisa que havia para fazer. Afirmaram ainda que os políticos eram desonestos e que a culpa pelos problemas sociais não poderiam ser deles, já que nem mesmo o voto poderiam exercer

(Buckingham, 2000, p. 82-83). Nota-se que a maior parte dos indivíduos que foi considerada cínica era formada por jovens mais novos.

O grupo dos críticos, formado essencialmente pelos participantes mais velhos, se mostrou um consumidor mais assíduo, porém com uma tendência maior em relação à banalização das notícias (Buckingham, 2000, p. 89). Já o terceiro grupo, o dos desrespeitadores, apesar de críticos em relação às notícias, foram mais superficiais e insensíveis acerca do que assistiam, sem mostrar real interesse pela informação (Buckingham, 2000, p. 98). O britânico observou que o nível econômico também se mostrou como fator determinante do envolvimento do jovem com a notícia, já que aqueles que eram de classe média demonstraram maior interesse por assuntos sobre política, enquanto aqueles de classes mais baixas eram menos informados (2000, p. 206).

Ao analisar o discurso de Buckingham, Ana Melro (2018), em sua tese de doutoramento “*O (des)interesse dos jovens pela atualidade: estudo sobre o papel dos media na informação sobre o mundo*”, acrescenta que o pesquisador comprova “a existência dos discursos pessimistas no debate popular sobre a relação dos jovens com a política, onde frequentemente os jovens são representados como ignorantes, cínicos e apáticos” (Melro, 2018, p. 224). A autora explica que os jovens estão excluídos do domínio político e da própria participação política, o que resulta num claro desinteresse pelo campo. Entre outros fatores, Buckingham (2000) aponta ainda a “culpa” da representação negativa que jovens e boa parte dos adultos têm sobre os políticos, o que gera uma apatia muito maior em relação aos assuntos voltados para a política, conforme se percebe no trecho a seguir.

Os políticos foram condenados, não apenas como sendo aborrecidos, mas também como corruptos, indiferentes, desonestos e interesseiros, e a política foi menosprezada como uma espécie de jogo desonesto, que possui pouca relevância no dia-a-dia e nas preocupações da vida dos estudantes. (Buckingham, 2000, p. 202)

Ao mesmo tempo em que expõe a fragilidade dos jovens acerca do envolvimento com assuntos políticos, Buckingham suscita o fato de que este grupo é sim capaz de se envolver em discussões mais amplas (2000, p. 203), porém prefere não se envolver ou simplesmente ignora quando não está interessado. O que pode suscitar a discussão acerca do papel do jornalismo político como possível ponte entre a informação e a participação cidadã; debate proposto em umas das próximas seções deste trabalho.

As reflexões de Buckingham são pertinentes ao momento atual, pois as mudanças em relação ao consumo de informação por parte dos jovens se mostram contínuo (Brites, 2015). Buckingham discute a função social dos meios de comunicação para que estes estimulem os jovens a se interessarem pela

política e a desempenharem seus papéis como cidadãos. As notícias são retratadas pelo autor como essenciais na garantia do estado democrático, mas ele não deixa de sublinhar que os média ainda falham na maneira como produzem e veiculam eventos políticos, especialmente aqueles considerados históricos, não conseguindo engajar a audiência dos jovens.

Ele defende que as notícias devem despertar o interesse do público juvenil e isso pode ocorrer se a capacidade cognitiva deste grupo for estimulada. Porém, a falta de interesse pela política pode, mais uma vez, ser uma resposta à falta de espaço e representação dentro do próprio campo, não sendo relevante para os jovens preocuparem-se em serem informados sobre um campo que não podem influenciar ou mesmo alterar.

Ao concluir suas pesquisas com os jovens em 1998, Buckingham afirmou: “Em resumo, este estudo confirma a visão de que a alienação dos jovens e o cinismo sobre a política devem ser interpretados como resultados da exclusão e privação de direitos, em vez de ignorância ou imaturidade.” (Buckingham, 1998, p. 9). Essa discussão se mostra importante na medida em que suscita a relevância e necessidade de ferramentas sociais tais como o voto e a proposição de políticas públicas que possam estimular a participação cidadã da juventude, e talvez a partir daí desconstruir a imagem negativa acerca do campo político. Outro ponto de debate do britânico se relaciona à diferença entre conhecimento político factual e conhecimento político histórico. Segundo Buckingham “é igualmente possível desenvolver um conhecimento sobre informação política sem necessariamente possuir entendimento político” (2000, p.13).

A linguagem, o tipo de cobertura, a abordagem menos informativa e mais apelativa e a baixa veiculação de temas mais atuais são alguns dos motivos para o desinteresse dos jovens pelas notícias, conforme indicam os estudos de Alon-Tirosh e Lemish (2014). Ao discutirem sobre a complexidade de alguns temas noticiosos os autores destacam que:

Embora o gênero de notícias seja considerado uma fonte essencial de informação que ajuda a proteger os cidadãos de ameaças existenciais, bem como informá-los sobre questões centrais, como política, economia e políticas para que formem suas atitudes e decisões, geralmente é percebido como inadequado e até mesmo perigoso para crianças. (Alon-Tirosh & Lemish, 2014, p, 108).

A afirmação dos autores foi construída com base no contexto israelense onde os estudos foram realizados, e envolve a percepção que crianças palestinas e israelenses possuem sobre as notícias políticas. As conclusões são pertinentes porque corroboram parte das pesquisas de Buckingham (2000)

ao indicarem que o ambiente em que o espectador está inserido pode determinar a maneira como este irá consumir a informação trazida pelos noticiários.

Diferente dos estudos realizados nos EUA e no Reino Unido, Alon-Tirosh e Lemish mostram que em Israel, através das centenas de crianças e adolescentes entrevistados, foi possível observar que estas possuem, desde muito cedo, a consciência “do papel das notícias no discurso nacional” (p. 108). Talvez seja por essa razão que os autores tenham trago ao debate o aspecto “de perigo” às notícias. Segundo eles:

O papel que a mídia jornalística desempenha na socialização política e no engajamento cívico das crianças torna-se ainda mais agudo em tempos de guerra e crise, pois as evidências da pesquisa sugerem que as crianças internalizam o discurso nacional ao qual são expostas por meio da mídia e que está sendo reforçado por seu ambiente social (Alon-Tirosh & Lemish, 2014, p. 110).

Os resultados das pesquisas indicaram que, de modo geral, as crianças israelenses percebem a importância das notícias no contexto social do país. Apesar do tema “política” ter sido considerado o mais enfadonho pelos entrevistados, a conclusão dos autores é de que os participantes enxergam a necessidade desse tipo de notícia no contexto em que estão inseridas. Porém, na maioria das respostas, houve a indicação de que fatores como uma linguagem mais simplista, conteúdos mais visuais e um maior espaço para temas voltados para o público infantil são alguns dos motivos que poderiam “melhorar” os noticiários e torná-los mais atrativos.

Na conclusão dos estudos, Alon-Tirosh e Lemish destacam o interesse dos jovens pelas notícias, mas levantam uma provocação: Quem ou o que afasta as crianças do consumo de notícias? Os autores não respondem diretamente à pergunta, mas afirmam que “apoiam a perspectiva que argumenta que não é uma inerente indiferença social e um desengajamento da esfera pública que mantêm as crianças afastadas do consumo de notícias” (Alon-Tirosh & Lemish, 2014, p. 124).

2. Jornalismo político e cidadania

A palavra cidadania é muito frequente na área política, porém, o seu significado e a sua própria aplicação não se restringem ao campo político. Na sua amplitude, o conceito de cidadania, como aponta Norberto Luiz Guarinelo (2013), representa uma prática social que implica num “sentimento comunitário, processos de inclusão de uma população, um conjunto de direitos civis, políticos e econômicos e, significa também, inevitavelmente, a exclusão do outro” (p.46).

O professor e pesquisador afirma ainda que “a essência da cidadania, se pudéssemos defini-la, residiria precisamente nesse caráter público, impessoal, nesse meio neutro no qual se confrontam, nos limites de uma comunidade, situações sociais, aspirações, desejos e interesses conflitantes” (p.46). Dessa forma, ser cidadão ou praticar a cidadania significa possuir um conjunto de direitos e deveres que visam um bem comum, é ainda fazer parte de decisões que implicam no futuro da sociedade.

Seguindo a reflexão de Guarinello (2013) pode-se suscitar o conceito de participação cívica ou engajamento cívico, que representam o envolvimento em temáticas de cunho político-social, que afetam a sociedade. A participação cívica dos jovens está relacionada à forma como este grupo da sociedade se entende como cidadão, e é o jornalismo um dos principais atores que promovem tal participação por meio do consumo de notícias (Peters & Broersma, 2013). Se não há participação por parte dos jovens, o questionamento que surge é se este grupo pode exercer a cidadania sem conhecer os contextos sociais ou políticos em que estão inseridos.

Ao pensar a cidadania, pensa-se no coletivo, e a informação veiculada através das notícias aparece como ferramenta necessária para que os jovens compreendam sua própria identidade como cidadão e parte da sociedade. Como destaca Buckingham, “o pensamento político não é meramente intelectual ou uma realização de desenvolvimento, mas um processo interpessoal que é parte da construção da identidade coletiva e social” (2000, p. 206).

Relacionar o jornalismo político ao processo de construção da identidade cidadã é defender que a informação precede a convivência ou maior participação em sociedade. Muito além do conhecimento sobre o Estado e os poderes que o compõem, muito além do conhecimento sobre políticas partidárias e políticas de governo, a informação sobre política permite ao jovem cidadão se identificar enquanto consumidor de conhecimento. Faz-se necessário discutir se o diálogo entre o jovem e a política, nos atuais contextos brasileiro e português, é fruto de fatores sociais inseridos no cotidiano desse grupo e que acabam por influenciar a forma como consomem conteúdos e como se comportam em sociedade.

Se a participação política dos jovens cresceu ou se tornou mais necessária nos últimos anos, é possível afirmar que a própria política também se transformou, passando de um campo enfadonho e essencialmente institucional para um movimento dinâmico e social (Mayorga, Castro & Prado, 2012). Essa consciência por parte dos jovens de que a política deve fazer parte de suas vidas pode, inclusive, ser fruto da ideia de possuir um “papel ativo” em sociedade (Brites, 2013, p. 35).

Segundo Brites (2013, p. 36) “além de pensarmos na participação enquanto atividade aglutinadora de valores comuns e enquanto trabalho em prol de uma comunidade com afinidades”, temos de considerá-la como “fonte primária de inclusão”. Sendo assim, a participação é um estado de inclusão na sociedade, onde os jovens se veem enquanto cidadãos. A autora explica ainda que existem diversos fatores que podem potencializar a participação política dos indivíduos. O descontentamento perante problemas sociais e a falta de confiança em figuras públicas são alguns deles.

Para além, uma abertura maior por parte do próprio sistema político que permite uma participação mais efetiva dos jovens significa uma quebra de barreira. A ideia de que a política é um campo desinteressante para o público juvenil (Buckingham, 2000) começa a ser dissipada quando este grupo da sociedade percebe que tem voz, que tem lugar de fala e que pode contribuir para transformar a sociedade. Nesse processo, os média, por meio das notícias, desempenham papel de mediadores. Melro (2018) cita as pesquisas de Chris Peters (2012) para explicar três dimensões que caracterizam a maneira como os jovens consomem notícias, são elas:

Ontológica, em termos de como os indivíduos se veem como cidadãos e de como usam as notícias no desempenho dos papéis cívicos; epistemológica, em termos de como tomam conhecimento dos assuntos e de como se moldam os espaços públicos e privados de conhecimento; e fenomenológico, em termos de como os indivíduos experienciam e se sentem em relação às notícias, e do impacto da conexão dos cidadãos ao campo dos media. (Melro, 2018, p. 26).

Estas três dimensões mostram que as notícias aparecem não apenas como fatos, mas como ferramentas de transformação social, as quais impactam o comportamento do jovem dentro da sociedade. É possível relacionar estas dimensões de consumo aos dois tipos de conhecimento citados por Buckingham (2000) ao pontuar que os jovens podem ser conhecedores políticos factuais ou conhecedores políticos históricos. Sem apontar qual é o mais ideal ou correto, o autor quis mostrar que o campo político implica em representações diferentes para cada indivíduo.

É papel do jornalismo veicular à sociedade fatos considerados relevantes, e mais que informar, o jornalismo deve ser um “prestador de serviço” à sociedade (Melro, 2018), e isso inclui contribuir para o desenvolvimento em sociedade. É nesse sentido que o jornalismo, por meio das notícias sobre política, pode estimular a participação cidadã dos jovens. Tal papel social deve visar o bem comum e coletivo, conforme pontuam Peters e Broersma (2017).

Melro (2018) vai além ao explicar que “a importância dos média e do jornalismo na sociedade está intrinsecamente vinculada à construção de uma sociedade democrática, determinada pelos direitos constitucionais de acesso à informação e de liberdade da imprensa” (2018, p. 105). Sendo o jornalismo um prestador de serviços, ele é quem designa e monitora os acontecimentos. Segundo a autora, o exercício do jornalismo providencia informações que são relevantes para exercer uma cidadania informada numa sociedade heterogênea, livre e dotada de conhecimento” (Melro, 2019, p. 105).

De acordo com Dahlgren (2015), é por meio do jornalismo (notícias) que se inicia o processo de engajamento cívico, e conseqüentemente da democracia. Cabe também aos média despertar nos jovens um sentimento mais otimista em relação ao papel que estes possuem na sociedade, de modo que a ideia de passividade seja vencida e esse grupo da sociedade possa participar, com maior efetividade, do debate público.

3. Participação política da juventude

Após discutir sobre a relação entre o jornalismo e a cidadania, é pertinente analisar a necessidade e importância da participação política da juventude. Mais do que um consumidor de notícias sobre política, o jovem passa a ser um participante político. Fugindo da figura do político tradicional, envolvido em questões partidárias e com um discurso populista acerca dos temas sociais, a figura aqui trazida pelo autor deste trabalho é a do jovem que participa da política como um indivíduo que reage de alguma forma frente aos problemas da sociedade e enxerga na política um caminho para atender aos anseios sociais. Estudos como os da pesquisadora Maria José Brites (2015) contribuem para a ideia de que tem havido uma desconstrução do afastamento entre o jovem e a política. Em sua obra *Jovens e Culturas Cívicas*, já no início, a autora afirma:

Há um sentimento generalizado não apenas hoje, mas em vários momentos históricos, que dissocia os jovens do interesse de participar em sociedade e dos temas de atualidade política, em especial os que são divulgados pelas notícias e mídia tradicionais. É recorrente a ideia de que é importante fazer aumentar a participação juvenil e o interesse dos jovens pelo mundo que os rodeia. (Brites, 2015, p.7).

Logo, tem havido uma necessidade maior em relação à participação do jovem em decisões que podem impactar suas vidas. Mas a quem se deve o papel de propiciar tal estímulo? Se voltarmos aos estudos de Buckingham (2000), observa-se que muitos fatores contribuem para um falso interesse pelas notícias e pela vida em sociedade, como a convivência com a família ou um certo direcionamento na escola. Os próprios noticiários podem representar a ponte entre a realidade e a individualidade de cada um, como

comprovado nos estudos de Alon-Tirosh e Lemish (2013). Não há uma resposta exata para a pergunta feita acima, pois não se sabe ao certo a quem deve ser direcionada a responsabilidade de estimular a participação dos jovens ou se este esforço deve ser individualizado.

A participação juvenil não se dá quando um indivíduo decide fazer parte do parlamento, por exemplo. Apesar de esta ser uma posição política participativa, o jovem que participa da política na concepção que nos interessa é aquele que possui um mínimo de posicionamento em relação aos seus direitos e deveres como cidadão e, que possui ainda, alguma opinião em relação aos temas sociais que impactam a vida em sociedade. É o caso, por exemplo, daqueles que participam de associações estudantis, centros acadêmicos, jornais comunitários ou voluntários (Mattos e Mesquita, 2013).

A apatia à política, até então vista como natural ou como resultado de uma exclusão social do jovem (Buckingham, 2000), agora diminui no sentido em que este encontra sentido e significância em ações que poderão importá-lo e impactar o ambiente em que se encontra inserido. Carla Patrícia Ruiva da Costa (2018) em sua tese de mestrado intitulada “*A influência dos média na participação política do público jovem em contexto europeu*” explica que “a participação tende a ser algo abordado com maior facilidade por parte de gerações mais jovens – quer pelo facto de envolver um ato de comunicação, quer pelo facto de englobar uma possível ação” (Costa, 2018, p. 31).

Para a autora, os jovens decidem participar da vida em sociedade e conseqüentemente da vida política na medida em que observam deficiências sociais e ficam insatisfeitos perante as desigualdades, o que os leva a agir de alguma maneira em situações institucionais e movimentos sociais (2018, p. 31), incluindo protestos, manifestações, debates e audiências. Costa destaca ainda a influência que a era digital tem sobre esse novo estágio de “comprometimento” com a informação e com o engajamento social através dos jovens.

Existe uma forte ligação entre a participação, os media e a política, capaz de se unir aos jovens e, com toda modernização drástica relativamente ao mundo digital, os média tradicionais tiveram assim a hipótese de criar um novo canal que permitiu de certo modo um crescimento do público pela busca de informação, transformando a informação em algo acessível a todos. (Costa, 2018, p. 33).

Considerar legítimo o lugar do jovem nos debates públicos dentro da sociedade é um avanço que tem sido conquistado aos poucos. A figura do jovem como sendo um sujeito com interesses apenas particulares ou como um simples objeto de investigação para pesquisas que demonstram a lógica capitalista ainda é foco de estudos, como observam Arias-Cardona e Alvarado (2015). Essa lógica, que

considera este grupo apenas como parte de um sistema, é desconstruída diante de uma nova postura que critica os modelos políticos tradicionais e as políticas de governo que não atendem aos interesses coletivos e sociais. Os jovens então tornam-se sujeitos transformadores das realidades políticas, sociais, econômicas e culturais presentes no cotidiano, e o fazem através da participação cívica. (Arias-Cardona & Alvarado, 2015, p. 589).

4. Consumo e interesse pela informação

4.1 O que dizem alguns levantamentos

O Reuters Institute Digital News Report 2020⁶, ao analisar o cenário do consumo de notícias - em 40 países localizados na África, América do Norte, América Central, América do Sul, Ásia e Europa - indicou que 38% por cento do total de entrevistados (cerca de 80 mil pessoas) acreditam nas notícias em geral (notícias veiculadas por meio de telejornais, rádios e sites). Já o número de pessoas que afirmaram crer nas notícias que consumiam diretamente (sites noticiosos específicos, programas de notícias de um determinado canal de TV, ou uma estação favorita de rádio) foi de 46%. As duas percentagens fazem parte de um cenário atual que preocupa boa parte dos profissionais da comunicação: as notícias falsas.

O Reuters Institute publica anualmente *insights* sobre o consumo de notícias. Atualmente as pesquisas são realizadas com a presença de países de todos os continentes, incluindo Brasil e Portugal. No Reuters 2020 as entrevistas foram realizadas entre janeiro e fevereiro do mesmo ano e foram ouvidas mais de 80 mil pessoas, com idades a partir de 18 anos. Numa das perguntas feitas aos participantes o Instituto quis medir o nível de interesse por temas no campo da política. O Reuters estabeleceu três níveis de interesse (baixo, médio e alto). O número de pessoas que afirmou se interessar muito por temas dessa área foi de 46%. 33% disseram possuir médio interesse pela política, enquanto que 26% afirmaram possuir baixo interesse.

Outro dado interessante é que segundo as pesquisas, 60% dos entrevistados afirmaram preferir notícias sem “pontos de vista” ou comentários dos jornalistas. Já 28% preferem notícias que possam reforçar suas opiniões pessoais ou pontos de vista sobre determinado tema dentro da política. Aqui cabe uma breve reflexão sobre o papel das notícias ao serem caracterizadas como fatos noticiáveis, já que para este grupo de 28% o mais importante não é o fato, apurado de forma imparcial, mas sim que a informação esteja de acordo com o que acredita os que desse grupo fazem parte. Ao analisar a faixa

⁶ Ver em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso em 12/08/2021

etária de pessoas com 18 a 24 anos, os números revelam que um pouco mais da metade (51%) prefere notícias de fontes que não apresentam “ponto de vista”.

O Instituto mediu ainda a proporção de pessoas que se preocupam em identificar o que é real ou falso em relação a um fato quando se torna notícia na internet. No geral, cerca de 56% dos entrevistados possuem essa preocupação. Se observados os resultados de cada país, os valores variam entre 32% (Países Baixos) e 35% (Eslováquia) a 76% (Portugal) e 84% (Brasil). Ou seja, nos dois países utilizados nesta pesquisa a maioria da população possui interesse em checar se o que está sendo noticiado é verdadeiro. Se a pesquisa é sobre a fonte que veicula a informação, podendo a notícia ser falsa ou enganosa, 40% afirmaram que se preocupam com o que dizem os políticos, 14% disseram estar atentos aos que afirmam ativistas e 13% colocaram os jornalistas como fontes de maior foco.

Os hábitos de consumo de notícias foi outro tema abordado durante o levantamento. Ler notícias em jornais ou na internet ainda é o hábito mais comum entre os países analisados. Assistir ou ouvir notícias já aparecem como hábitos secundários, pelo menos para a maioria dos entrevistados. O gráfico⁷ a seguir detalha a proporção nos cinco continentes.

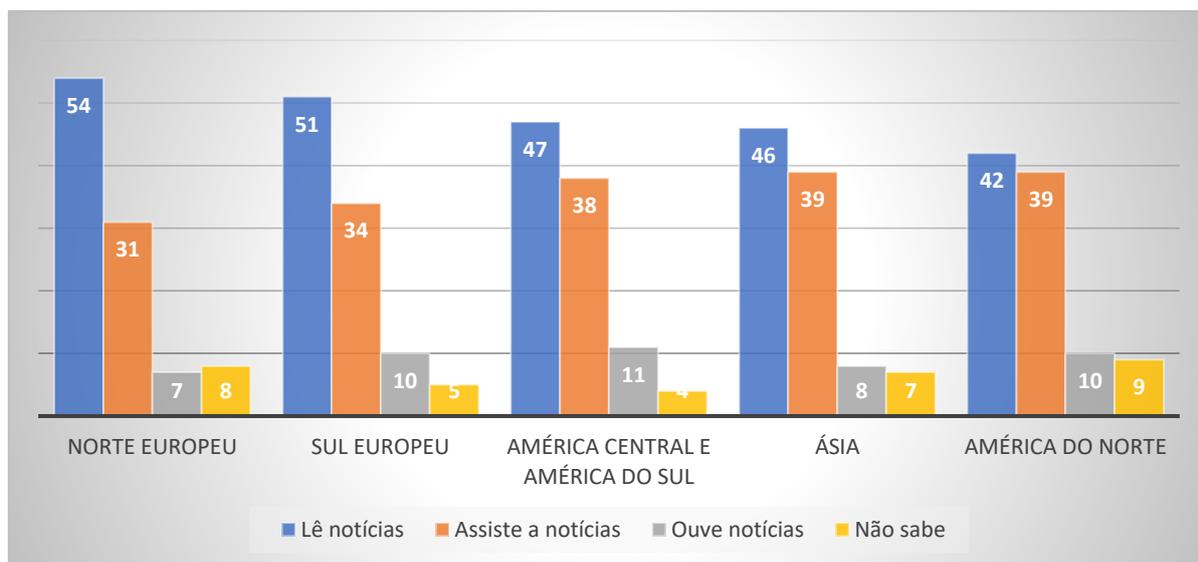


Gráfico 1: Proporção que preferem ler, assistir ou ouvir notícias

Fonte: Reuters Institute Digital News Report 2020

Uma parte significativa dos relatórios anuais do Reuters Institute pesquisa sobre a utilização das redes sociais como plataformas de consumo de notícias. No ano de 2020 não foi diferente. As redes sociais,

⁷ Nota: a divisão feita pelo Reuters Institute foi por regiões e não por continentes.

por meio da internet, se mostraram tão úteis quanto meios tradicionais como a TV e o Rádio. O Facebook continua sendo a rede social mais utilizada para acessar notícias (36%). A Reuters indicou ainda que desde 2014 a rede social mantém o primeiro lugar nessa lista. Em seguida aparece o Youtube (21%) e o Whatsapp (16%). Vale destacar o crescimento do Instagram como rede social para notícias, já que no relatório de 2014 ela representava apenas 2% do uso, em 2020 essa proporção aumentou para 11%. O aumento, segundo o Reuters, se deve principalmente à adesão por parte dos jovens.

O levantamento de 2019⁸ do Reuters Report trouxe uma seção intitulada “Como as gerações mais jovens consomem notícias diferentemente”. Sendo objetivo desta pesquisa estudar esse grupo populacional, vale indicar os resultados do relatório de 2019, que entrevistou cerca de 77 mil pessoas em 38 países, incluindo Brasil e Portugal. Ao serem questionados sobre qual era o primeiro média utilizado no início do dia para acessar notícias, 45% dos jovens de 18 a 24 anos responderam que era através do Smartphone. 19% indicaram a TV, 11% o rádio, 5% o computador e apenas 4% afirmaram que acessam as notícias por meio dos jornais impressos. Os resultados, neste caso, comprovam uma tendência de consumo gerada por meio dos avanços digitais, assunto que será melhor discutido posteriormente.

O Reuters Report 2019 identificou, por meio da pesquisa com os jovens, quatro momentos-chave em que estes estão predispostos a consumirem notícias. 1/Momento de dedicação: mais comum nos fins de semana ou pela noite antes de dormir. Neste caso a dedicação é secundária, ou seja, o foco nas notícias só acontece depois de toda a rotina do dia. 2/Momento de atualização: acontece geralmente pela manhã, onde o jovem prefere ler notícias rápidas, as principais manchetes dos noticiários ou notícias sobre temas que poderão ser discutidos no decorrer do dia.

3/Momento preenchedor de tempo: aqui a notícia é consumida pela jovem em momentos específicos em que este preenche pequenas pausas como quando está no trânsito ou numa fila de banco. Geralmente o tempo gasto durante este momento é menor que aquele gasto nas redes sociais ou sites de entretenimento, mesmo durante uma pausa. 4/ Momento de interceptação: acontece quando o jovem recebe alertas de notícias ou notificações sobre temas que estejam na pauta diária dos média. O momento também vale para notícias enviadas por amigos e colegas por meio de mensagens de texto ou links anexados. O Reuters explica que nem todos os jovens usam os quatro momentos, mas a maioria utiliza alguma combinação destes.

⁸ Ver em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2019>

Apesar da utilização das mídias sociais fazer parte da realidade dos jovens de 18 a 24 anos, e sendo assim o vídeo e o som recursos comuns nos conteúdos consumidos por este grupo, como apontaram os levantamentos anteriores, o levantamento de 2019 revelou que 58% dos jovens entrevistados ainda preferem acessar notícias onde a maior parte do conteúdo seja texto. 17% afirmaram que preferem texto e vídeo e 15% majoritariamente conteúdos via vídeo. No Reuters Report 2014⁹, quando foram entrevistadas cerca de 19 mil pessoas em dez países, incluindo o Brasil, 61% dos jovens com 18 a 24 anos afirmaram que se interessavam por notícias. Naquele ano os conteúdos *onlines* também já eram os favoritos desse grupo. 49% indicaram como principal plataforma qualquer site online. Enquanto que 38% indicaram como principal plataforma noticiável a televisão.

A menção ao relatório de 2014 diz respeito ao fato de que desde 2013 o Reuters Report 2014 foi o levantamento com mais especificações sobre jovens (18 a 24 anos). Inclusive com dados sobre o consumo de notícias sobre política, o que não é observado nos anos sucessórios (2015 a 2020). “Quais são os tipos de notícias mais importantes para você?”, esta foi a pergunta feita aos entrevistados em 2014. Entre os dez países analisados, a categoria de notícias “sobre o país” foi a que recebeu mais votos. As notícias sobre política variaram de 30% a 59% dos votos de acordo com o país analisado, conforme mostra o gráfico a seguir.

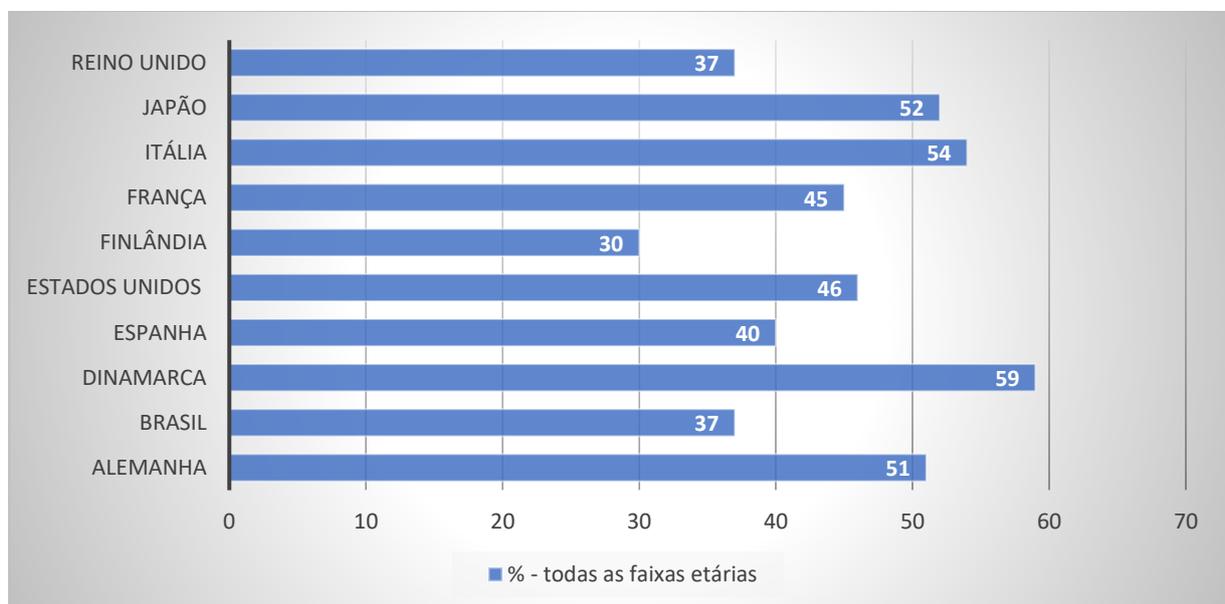


Gráfico 2: Proporção dos que consideram como mais importantes as notícias sobre política

Fonte: Reuters Institute Digital News Report 2014

⁹ Ver em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2014>

Ao analisar os níveis de interesse por notícias sobre política entre os jovens de 18 a 24 anos no Reino Unido, Alemanha, Itália, Dinamarca e Estados Unidos, o levantamento mostrou que cerca de 35% do total afirmou se considerar extremamente interessado ou muito interessado por esse tipo de notícia. Em Portugal, o estudo *Emprego, Mobilidade, Política e Lazer: situações e atitudes dos jovens numa perspectiva comparada*¹⁰, realizado em 2015, mostrou que numa amostra de 1612 jovens, cerca de 57% dos entrevistados com 15 a 24 anos não possuíam nenhum interesse pela política e apenas 21,9% liam, pelo menos uma vez por semana, alguma notícia sobre política num jornal. Se o meio analisado é a TV, a percentagem de jovens que utilizavam este meio para acessar notícias sobre política foi de 61,8%. O rádio e a internet corresponderam a 14,2% e 11,7% dos resultados, respectivamente.

Uma pesquisa de 2014 realizada pelo *Instituto Data Popular*¹¹ - que entrevistou 3500 jovens brasileiros às vésperas das eleições nacionais daquele ano - revelou algumas tendências em relação ao interesse desse grupo pela política. Entre os resultados, 70% revelaram que viam o voto como ferramenta de transformação do país e 80% afirmaram que enxergavam a política como parte importante do contexto social do Brasil. A pesquisa indicou ainda que 59% dos jovens acreditam que caso os partidos não existissem, o país estaria melhor.

O levantamento *Agenda Juventude Brasil 2013*¹², organizado pela Secretaria Nacional da Juventude (SNJ) do Brasil, também revelou algumas percepções acerca do interesse dos jovens pela política. 54% dos jovens entrevistados, com 15 a 29 anos, afirmou que considera a política como “importante”. Na outra ponta, 16% a consideram “nada importante”. O levantamento avaliou o interesse em participar de algum segmento político-social ou cívico. O resultado é que quase a metade (46%) já participaram de associações, entidades ou grupos de voluntários e outros 39% disseram que nunca participaram, mas que teriam interesse.

As pesquisas citadas acima, tanto em Portugal quanto no Brasil, foram realizadas há mais de cinco anos e mostram um cenário, em média, de baixo interesse por temas sobre política. No entanto, os últimos relatórios da Reuters, que incluíram Brasil e Portugal no levantamento, diversificaram o interesse pelo consumo de notícias e apontaram novas tendências de consumo por meio da internet, incluindo a utilização das redes sociais. Porém, os relatórios ainda não foram capazes de apontar se as mudanças

¹⁰ Ver em <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/22363>

¹¹ Ver em https://istoe.com.br/380009_O+QUE+OS+JOVENS+PENSAM+SOBRE+A+POLITICA/

¹² Ver em <https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/participacao/pesquisa%20perfil%20da%20juventude%20snj.pdf>

de hábitos de consumo significam, necessariamente, um aumento do interesse por notícias por parte dos jovens, sendo objetivo deste trabalho continuar refletindo sobre essa problemática.

4.2 Consumo estimulado pelo interesse

Os hábitos de consumo de informação, outrora ritmados e rotineiros, agora passam por um processo de “desritualização” conforme aponta Melro (2018). De acordo com Peters e Broersma (2013), a comunicação e a informação, atualmente, ocorrem em qualquer lugar e a qualquer hora, sem seguirem uma rotina informativa, como se fazia há alguns anos. E com as mudanças tecnológicas diretamente relacionadas ao processo de produção e veiculação da informação, algumas práticas antes tradicionais, como aguardar por uma estação de rádio ou assistir a um programa de televisão, por exemplo, agora podem ser substituídas por simples acessos à internet.

Melro (2018) aponta uma importante reflexão acerca do papel do cidadão exercido pelos jovens. A autora explica que se o interesse desse grupo pela atualidade, e conseqüentemente pela política, diminui, essa mudança pode alterar a forma como os jovens participam da vida cívica (2018, p. 196). Segundo a pesquisadora, "se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos" (Melro, 2018, p. 196).

Em relação ao consumo de notícias políticas, Lee (2013) aponta a motivação pela informação, a motivação pelo entretenimento, a motivação pela opinião e a motivação pelo social como quatro possíveis fatores determinantes para que um indivíduo se sinta interessado em consumir conteúdo. No caso da motivação baseada na informação, os critérios abordam o interesse pela atualidade, pelas ações dos governantes, interesse em ser considerado e se considerar um cidadão informado ou vontade de preencher uma necessidade de aprender.

No caso do interesse baseado no entretenimento a base é formada por critérios que preencham as necessidades emocionais do indivíduo, que possam proporcionar prazer, riso e alegria. Porque é o tipo de conteúdo que, segundo Lee (2013), se consome quando se tem tempo livre. Para a motivação baseada na opinião, os critérios variam entre a necessidade de sentir-se incluído nos grupos sociais a que se pertence, necessidade de opinar sobre diferentes assuntos, de argumentar, de ouvir opiniões diferentes ou de expor o próprio ponto de vista.

Em relação ao consumo de notícias com motivação baseada no fator social, a autora destaca o interesse pelo acompanhamento de temas que outras pessoas estejam discutindo e que seja de interesse coletivo, como assuntos sobre violência, segurança pública e saúde, por exemplo. Ao explicar cada tipo de

motivação, a autora pontua que a idade de um determinado grupo pode estar relacionada ao tipo de motivação mais comum. Adultos e idosos, por exemplo, podem se interessar mais pelas notícias motivados pela informação. Jovens podem se interessar momentaneamente por causa de algum acontecimento ou fato que chame a atenção, sendo que este grupo (18 a 34 anos) se enquadra melhor nas categorias “entretenimento” e “social”. (Lee, 2013, p.311).

As pesquisas de Buckingham (2000) já indicavam tendências de que o interesse dos jovens por notícias variava de acordo com alguns fatores como faixa etária e classe social. Na análise feita por Melro & Pereira (2016) na obra “*Os jovens e o acompanhamento da informação sobre a atualidade: questões a partir da análise de relatórios sobre usos e práticas midiáticas*”, as autoras analisam uma série de relatórios sobre consumo de notícias e informação e apontam, ao final, a diminuição do interesse por temas da atualidade, a gestão do tempo gasto consumindo notícias e o crescimento do interesse por temas não relacionados à política e economia como possíveis tendências de consumo.

Brites (2015), por meio de atividades de observação, pesquisa e entrevista, conduziu um trabalho denso sobre a percepção dos jovens em Portugal acerca do consumo de informação. A autora, em sua obra “*Jovens e culturas cívicas: por entre formas de consumo noticioso e de participação*”, explica que “há um sentimento generalizado não apenas hoje, mas em vários momentos históricos, que dissocia os jovens do interesse de participar em sociedade e dos temas de atualidade política, em especial os que são divulgados pelas notícias e media tradicionais” (Brites, 2015, p.7). Ela chama a atenção para a própria dificuldade em explicarmos o que é a política, dificuldade que reflete o desinteresse da juventude. A autora destaca o facto de temas políticos serem alvo de discussões fechadas, sem grande espaço nas escolas, e em muitas situações encaradas como um tabu.

A pesquisadora já havia exemplificado em outra pesquisa que espaços como a família e a escola, por vezes, desempenham importantes papéis no que diz respeito ao estímulo ao interesse dos jovens pelo consumo de notícias e pela participação cívica (Brites, 2013, p. 313). Ela lembra, no entanto, que a limitação da participação desse grupo pode ser motivada por uma possível “inferiorização” por parte dos adultos.

Os trabalhos de Doretto (2015) acerca da representação do público infanto-juvenil nos noticiários e como este grupo consome informação estão descritos na pesquisa “*‘Fala conosco!’: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil*”. A autora explica que o consumo de notícias por parte de crianças e jovens depende de alguns fatores relacionados à forma como o jornalismo é representado. Em seu estudo, onde entrevistou dezenas de crianças e jovens em Portugal e no Brasil, a

autora percebeu que o consumo desses grupos vai muito além do jornalismo tradicional. Segundo ela, os atores envolvidos já possuem capacidade para identificar características típicas de que uma informação está correta e possui credibilidade.

Em contrapartida, a autora destaca a necessidade de os veículos noticiosos promoverem maior transparência ao produzirem e divulgarem os conteúdos que apuram, fugindo de qualquer detalhe que possa causar confusão ou descrédito ao leitor. Essa fidelidade ao facto e à própria apuração poderá aumentar a compreensão da notícia, e conseqüentemente, aumentar o interesse pela informação, como aponta a pesquisadora: “O modo como a infância aparece nas narrativas jornalísticas contribui para a construção da identidade coletiva do grupo que hoje é criança (da forma como essa categoria social se vê e é vista pelos demais) e também influencia na maneira como as crianças entendem as notícias”. (Doretto, 2015, p. 46)

Melro (2018) corrobora a reflexão de Doretto (2015) ao declarar que: “A forma como os média se referem e retratam os jovens condiciona a relação que os média estabelecem com os públicos juvenis, afetando o grau de envolvimento dos jovens com a atualidade e com os meios de comunicação”. (Melro, 2018, p. 209). Ou seja, não se pode negar a influência e participação dos média na percepção que será construída a partir do que os jovens irão consumir por meio das notícias. E ainda, como eles se verão representados por meio dos conteúdos ou como a linguagem utilizada significará um estímulo ao envolvimento e interesse pela atualidade. Brites (2010) condiciona o interesse dos jovens por temas políticos ao espaço que lhes é dado para participar e rechaça a ideia de que este grupo utiliza os media apenas para se entreterem. Em relação aos jovens, a pesquisadora afirma:

“Por vezes, o seu desinteresse pela informação e pelo sentido democrático desta, bem como a ligação à política tradicional, são mais condicionados pela forma como entra nas suas vidas (ou não) do que por um efetivo desinteresse pela política”. (Brites, 2010, p. 170). Logo, a ideia de não se interessar por política, de não se importar em ser informado ou de não querer participar civicamente não pode estar inteiramente relacionada a algum tipo de ignorância ou comodismo. O que se espera, como destaca a autora, é que este grupo possua algum grau de interesse, mas que seja também estimulado em querer fazer parte dos debates sociais construídos dentro da esfera pública.

5. Literacia mediática em tempos do digital

A ideia de que os média tradicionais de comunicação estão cada vez mais esquecidos pelos jovens é defendida por Irene Costera Meijer (2007). A autora afirma ainda que a chegada da fase adulta não significa necessariamente que o interesse e a necessidade por notícias irão aumentar. Costera aponta que as mudanças tecnológicas podem representar fatores determinantes para o baixo nível de interesse dos jovens pelas notícias. Buckingham (2005) também já havia destacado as mudanças que a tecnologia causaria à relação dos jovens com a informação, resultando num processo globalizado, onde os media fazem parte de um mercado e a interatividade é a essência desse novo ambiente.

Na obra *“Notícias Incidentais: como os jovens consomem notícias nas redes sociais”* Boczkowski, Matassi e Mitchelstein (2017) entrevistaram jovens argentinos acerca do papel da tecnologia no dia a dia desse grupo. O trio entende o conceito de notícias incidentais como conteúdos que chegam aos jovens por causa da rede de contatos que possuem. Segundo os autores “a maioria dos jovens usuários recebe as notícias em seus dispositivos móveis como parte de sua conexão constante com plataformas de mídia”, havendo pouco envolvimento com o que consomem, o que “marca uma descontinuidade significativa com o consumo de notícias em outras mídias.” (Boczkowski et al. 2017, p. 1786).

Se falarmos sobre o papel das redes sociais na veiculação de notícias, é interessante observar que diferente do ritmo de consumo de informação em meios tradicionais como jornais impressos e TV, nas redes sociais, por meio dos dispositivos móveis, as notícias são consumidas sem planejamento. Ou seja, o fluxo de notícias torna-se imprevisível, e o indivíduo é capaz de escolher quando, como e onde consumir, sem depender de terceiros, conforme destacam Boczkowski, Matassi e Mitchelstein (2017).

Segundo eles, a análise de notícias incidentais reforça a centralidade da integração do consumo da mídia com as interações sociais na vida cotidiana” (Boczkowski et al., 2017, p. 1790), sendo tal interação criação do próprio indivíduo. É a ideia de que entre os jovens a complementaridade de notícias ocorre de forma mais constante. Os resultados dos pesquisadores com os jovens argentinos mostraram que o consumo de notícias nas mídias sociais entre os jovens ganhou um novo ritmo não deliberado e incidental.

Melro (2018) indica que a cultura da convergência dos média entre os jovens resulta em outras reflexões associadas a fatores como a desinformação, a veiculação de notícias falsas e o próprio fluxo de conteúdos que se mostra constante e grande. A autora lembra então do papel do jornalismo como “agente social

na aproximação dos jovens cidadãos à democracia” (2018, pg. 60). Na era digital, essa associação e atuação do jornalismo ganha novos ares, sendo objeto constante de discussão.

A pesquisadora vai além ao explicar que “com a disseminação das tecnologias de informação e comunicação, os modelos de comunicação existentes e os conceitos de audiência ou público tiveram de ser repensados” (Melro, 2018, p. 60), de modo que este novo cenário representou um sistema comunicacional mais aberto à participação. As mudanças causadas pelas novas tecnologias ao processo de produção e veiculação de notícias é mais claro no sentido de que tal expansão influencia e altera a forma como os jovens se comportam em sociedade, como enxergam os media e como se relacionam com a informação.

Atrelada à era digital, a literacia dos média ou literacia mediática surge como possível caminho para sanar alguns problemas que vêm surgindo com o des(envolvimento) dos jovens diante do fluxo constante e acelerado das informações. Mihailidis e Viotty (2017) reforçam a importância da literacia para os média no sentido de que ela é a capacidade de acompanhar criticamente os acontecimentos da atualidade, tornando o consumo de notícias “saudável” e necessário para os jovens.

É também nos estudos de Paul Mihailidis (2008) que a literacia dos média ganha espaço para análise. O autor afirma que a literacia pode engajar jovens estudantes a serem cidadãos mais ativos e participativos. E ainda, que a alfabetização midiática permite que os indivíduos se tornem seres mais ativos e com suas vozes mais valorizadas na sociedade (2019, p. 48). É por meio da literacia que cidadãos conseguem questionar ou contestar posturas, ideias e ideologias extremistas e agressivas, conseguem debater temas que são essencialmente importantes para toda a sociedade e conseguem promover o diálogo (Mihailidis, 2013).

De acordo com a Comissão das Comunidades Europeias¹³, a literacia mediática é “a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspectos dos media e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos” (Comissão das Comunidades Europeias, 2007). Segundo a Comissão (2007) existem seis níveis de literacia mediática, sendo que essencialmente os níveis devem compreender todos os média, tradicionais ou não. São eles: Utilizar confortavelmente todos os tipos de média. Saber utilizar ativamente os media por meio da interação, busca pela internet,

¹³ Ver em <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0833&from=PT>

participação em comunidades virtuais, além de explorar as potencialidades dos media em promover interação e conhecimento.

Possuir senso crítico dos média no que diz respeito ao rigor e qualidade do conteúdo, avaliar a informação, lidar com a publicidade e possuir capacidade para realizar buscas na rede. Utilizar os média de forma criativa de modo que seja possível criar e difundir imagens, informação e conteúdo. Entender como funciona a economia dos media e saber diferenciar pluralismo e propriedade dos média. Ter consciência acerca dos direitos de autor, possuir a capacidade de avaliar a legalidade dos processos. No caso deste último nível, a Comissão destaca que possuir consciência sobre a legalidade dos processos por meio da literacia mediática deve ser uma competência garantida, principalmente, para os mais jovens, que além de consumidores de conteúdo também são produtores (Comissão das Comunidades Europeias, 2017, p. 4).

Mihailidis (2012) cita cinco competências da literacia midiática desenvolvidas pela Academia Salzburg. As chamadas 5 A's (*access, awareness, assessment, appreciation e action*), que traduzidas de forma literal para o português significam a capacidade de o cidadão aceder, ter consciência, avaliar, apreciar e agir ou participar ao utilizar os media. (Mihailidis, 2012, p. 9). A análise de Paul Mihailidis sobre a literacia para as notícias indica que existe uma intersecção entre o jornalismo, a cidadania e a tecnologia e através dessa união podem surgir inúmeras possibilidades e também armadilhas. A literacia dos média como sendo um movimento educativo para a informação, segundo o autor, é capaz de promover informações diversas, independentes, verdadeiras e de interesse público, tornando se cada vez mais necessário ensinar aos jovens como utilizar as notícias e promover a cidadania. (Mihailidis, 2012, p. 1).

Conforme a democracia evolui, a participação cívica por meio da navegação nas mídias digitais também se desenvolve e junto dela a educação para a mídia (Mihailidis, 2014, p 28). Tal educação tem por objetivo permitir aos jovens que utilizem a informação, virtual ou não, de modo mais responsável. Porém, como aponta o pesquisador, este processo de adequação e educação tem sido lento e pode não conseguir acompanhar o processo de produção de conteúdo, que se mostra instantâneo e mutável.

Ao discutir melhor sobre “o lugar do cidadão na era da informação”, o autor explica que a alfabetização midiática para os jovens tende a ser um processo mais fácil de adaptação, já que à disposição desse grupo existe uma “variedade de ferramentas e tecnologias digitais” e que a juventude é capaz de “usar essas tecnologias de várias maneiras diferentes”. (Mihailidis, 2014, p. 29). Porém, possuir conhecimento acerca das ferramentas tecnológicas não basta para que haja educação midiática. Tal competência

depende de outros fatores, que combinados poderão gerar um maior engajamento na participação cidadã.

No entanto, o conhecimento tecnológico não se correlaciona necessariamente com as competências essenciais na compreensão de como as tecnologias digitais podem estimular o envolvimento em todas as facetas da vida diária. Ao lado de novos modelos de engajamento cívico que lidam com medição e design, precisamos pensar sobre novas pedagogias formais e informais que podem conectar melhor a cultura da mídia digital com um engajamento mais inclusivo na vida social e cívica diária. (Mihailidis, 2014, p 29).

O pesquisador divide a alfabetização midiática em dois eixos: investigação crítica; que é a capacidade de “acessar, analisar, avaliar, expressar, compartilhar e produzir comunicações midiáticas em plataformas e expressão crítica: como sendo a capacidade de “aproveitar a mídia para uma participação engajada, responsável, inclusiva e ativa na vida cívica diária” (Mihailidis, 2014, p 30). Essa diferenciação leva a crer que o processo de literacia mediática é construído de forma coletiva, não sendo responsabilidade apenas dos jovens. Ele deve ser integrado, levando em conta que a maneira como os jovens procuram e consomem informação está centrada num sistema interdisciplinar, dinâmico e rotineiro.

Relacionada à capacidade de se envolver civicamente em sociedade, a habilidade de agir criticamente diante do acesso de informações contribui para a participação democrática. Em uma época em que uma porcentagem cada vez maior do público é capaz de acessar um grande número de informações por meio de canais de notícias a cabo, mídias sociais e publicações online, sem mencionar as fontes da mídia tradicional, é dever dos cidadãos, especialmente os jovens serem “capazes de ler criticamente esse abundante fluxo de mensagens da mídia” (Mihailidis, 2014, p. 42).

Dessa forma “a educação para a alfabetização midiática, então, prepara os cidadãos para a participação democrática, ajudando-os a analisar as representações mediadas de suas comunidades, bem como a abordar questões dentro de suas comunidades” (Mihailidis, 2014, p. 42), e conseqüentemente permitindo que estes cidadãos atuem como transformadores da sociedade, sendo as novas gerações parte crucial desse processo de mudança.

A reflexão sobre a literacia dos média neste trabalho é primordial para compreender se há relação entre esse conjunto de competências e a participação dos jovens em temas políticos, ou ainda, se o desenvolvimento da literacia em relação aos média representa um consumo mais consciente e necessário de notícias. Apesar de relacionarem boa parte dos seus estudos sobre literacia ao universo

digital, Kahne e Bowyer (2019) desenvolveram pesquisas sobre a necessidade de um *Engagement Literacy* como competência para a promoção da democracia.

Os autores afirmam que quando os jovens possuem espaço e são estimulados a desenvolverem a literacia em relação ao que consomem, eles acabam desenvolvendo outras capacidades cognitivas como cidadãos. Eles definem o *Digital Engagement Literacies* como “as capacidades de criar, comentar e distribuir conteúdo digital. Estas são capacidades essenciais quando se trata de jovens com voz sobre temas políticos” (Kahne & Bowyer, 2019, p. 219).

As chamadas “literacias de engajamento digital” direcionadas à participação política no ambiente virtual, segundo os pesquisadores, podem resultar em duas vertentes: Política Participativa Online e Pressão Política Online. A primeira está relacionada às discussões entre grupos e indivíduos com interesses em temas de interesse público, nos quais podem expressar opiniões e propor debates. Enquanto a segunda vertente relaciona-se às ações de protestos e manifestações contra empresas, organizações e entidades governamentais, visando solucionar alguma questão coletiva e que também seja de interesse público (Kahne & Bowyer, 2019, p. 213).

Os jovens, enquanto participantes do engajamento midiático online, podem utilizar ambas as vertentes e atuarem como indivíduos mais passivos, que participam de discussões e debates, mas que não se envolvem diretamente. Ou podem agir de forma mais ativa e propor uma participação mais direta envolvendo outras pessoas que possuem a mesma causa.

Apesar das gerações atuais serem consideradas as gerações dos “nativos digitais” (Prensky, 2001), quando o tema abordado é a política, os jovens atuais necessitam de habilidades para compreender este campo e a sua aplicação numa sociedade agora quase totalmente digital. Há uma certa desconfiança por parte dos jovens em relação aos conteúdos políticos que venham a consumir ou pesquisas cívicas nas quais possuam participação, conforme apontam Kahne e Bowyer (2019).

O que os pesquisadores questionam em relação ao engajamento digital é se, de fato, ao terem a oportunidade de desenvolverem habilidades de literacia mediática, esses jovens passarão a participar ou colaborar mais crítica e expressivamente em questões sociais que os rodeiam ou que façam parte do seu círculo social. Ou, de outra forma, se “o compartilhamento de conteúdo digital leva a formas online de engajamento político” resultando num processo de literacia eficiente (Kahne & Bowyer, 2019, p. 220).

CAPÍTULO III – Caminho metodológico

Neste capítulo apresenta-se a metodologia utilizada no levantamento dos dados utilizados neste trabalho. Através de uma metodologia quantitativa, os inquéritos aplicados aos estudantes brasileiros e portugueses permitiu contabilizar dados sobre as principais práticas de consumo de notícias sobre política, e a partir destas informações foi possível analisar pontos relevantes ao tema “política”.

Algumas hipóteses foram formuladas acerca dos possíveis resultados entre os dois países, além de algumas considerações sobre o consumo de notícias entre os estudantes das três áreas de estudo escolhidas para análise e que serão descritas a seguir. Destaca-se ainda neste capítulo uma breve caracterização da Universidade de Brasília (UnB) e da Universidade do Minho (UMinho), sendo as duas instituições escolhidas para compor as duas amostras de alunos universitários.

1. Objetivos e contexto do estudo

Os jovens universitários se interessam por notícias sobre política? É com esse questionamento que a metodologia deste trabalho foi construída. Optou-se por inquirir jovens universitários da UMinho, universidade pública situada na cidade de Braga, em Portugal; e da UnB, universidade pública federal, situada em Brasília, capital do Brasil. A escolha pelos estudantes destas duas instituições se deu por uma questão de proximidade e relevância para o tema principal, sendo que a UMinho é a universidade na qual o autor deste trabalho desenvolve esta pesquisa e a UnB é a única universidade federal presente em Brasília, mesma capital onde estão concentradas as principais instituições políticas do país.

Para conduzir a pesquisa sobre o interesse ou desinteresse dos jovens universitários por notícias sobre política foram definidos os seguintes objetivos: identificar os níveis de interesse por notícias sobre política entre jovens universitários do Brasil e de Portugal; indicar os níveis de frequência com que os jovens universitários acessam e consomem conteúdos sobre política, sendo que o simples acesso à informação pode não caracterizar, necessariamente, um consumo, mas apenas uma leitura superficial .

E por fim cita-se como objetivo a identificação da participação dos jovens universitários em algum movimento político dentro ou fora do ambiente acadêmico ou se possuem algum vínculo político com alguma instituição (filiação partidária, por exemplo). Esse objetivo foi pensado devido a parte do estudo analisar justamente a participação cívica e social e o mínimo de interesse entre estes jovens em serem não apenas consumidores de notícias sobre política, mas também atores políticos. O que se pretende é confrontar as opiniões e práticas destes dois grupos de estudantes, do Brasil e de Portugal.

2. Hipóteses

Algumas considerações preliminares sobre os dois grupos de amostras foram consideradas antes de iniciar o levantamento e a análise dos resultados. Estas hipóteses serviram ainda de base para formular as perguntas dos inquéritos. As hipóteses consideradas são:

- Estudantes universitários possuem baixos níveis de interesse por notícias sobre política;
- Estudantes universitários consideram a política uma área desinteressante;
- Os jovens universitários acessam e consomem mais notícias sobre política na internet do que em meios de comunicação mais tradicionais, como a TV e o rádio;
- Estudantes de cursos da área de Comunicação são mais bem informados sobre política que estudantes de cursos de outras áreas.

3. Técnica de recolha de dados e amostragem

Para a realização deste estudo recorreu-se a uma metodologia quantitativa através da administração de um questionário online (Anexos 1 e 2). A escolha da utilização do questionário na coleta dos dados se deu por ser esta técnica mais prática e dinâmica no sentido de alcançar diferentes públicos, além de ser de fácil acesso e confidencial. E ainda, por permitir uma análise mais completa dos dados e possuir menos possibilidade de erros, conforme destaca Mattar (1994).

A metodologia utilizada analisa ainda o fenômeno do acesso e consumo de notícias sobre política e como este consumo se dá entre o público jovem. Sendo que para alcançar tal proposta, de modo não generalizado, buscou-se analisar os dois grupos de estudantes sem diretamente compará-los, mas em alguns pontos confrontá-los. A amostra geral é formada por 113 estudantes da UnB e 113 estudantes da UMinho.

O recrutamento dos estudantes que compõem a amostra iniciou-se pela escolha das universidades. Ao definir as instituições, buscou-se estabelecer quais cursos fariam parte da análise. Ao notar-se que diversos cursos podem formar uma mesma área de estudo em ambas as universidades, optou-se por escolher “áreas de estudo” ao invés de “cursos”, o que garantiria um número maior de participantes.

Foram escolhidas três áreas de estudo para análise, sendo que em cada área há diferentes cursos, são elas: Ciências da Comunicação, Ciências Exatas e Engenharias e Ciências Sociais. Os critérios escolhidos para a escolha das áreas de estudo dos alunos foram o número de estudantes matriculados em cada área e o qual opostas as áreas poderiam ser umas das outras em relação à atuação profissional.

Destaca-se que o curso de “Ciências da Comunicação” é considerado uma ciência social, porém, optou-se por separá-lo dos demais cursos de Ciências Sociais por ser este o curso onde parte dos estudantes têm a chance de estudar diretamente sobre o jornalismo político ou atuar profissionalmente dentro do campo do jornalismo político como jornalistas. Logo, o objetivo é verificar se os resultados entre este grupo de estudantes podem ser diferentes dos resultados entre os estudantes de cursos da mesma área.

Cita-se ainda que o nome dado a alguns cursos são diferentes entre os dois países, como é o caso dos cursos de Ciências da Comunicação (Portugal) e Comunicação Social (Brasil). Essa diferenciação foi observada pelo autor com base nas ementas de cada curso de modo que a comparação fosse válida para cada área de estudo, ou seja, apesar dos nomes serem diferentes, com base nos planos de estudo, os cursos possuem percurso acadêmico semelhante. A tabela a seguir lista a composição de cada área de estudo utilizada.

	Universidade de Brasília	Universidade do Minho
Áreas de estudos escolhidas e seus respectivos cursos	Comunicação Social (Curso separado da área de Ciências Sociais) <ul style="list-style-type: none"> - Audiovisual - Comunicação Organizacional - Jornalismo - Publicidade e Propaganda 	Ciências da Comunicação (Curso separado da área de Ciências Sociais) <ul style="list-style-type: none"> - Ciências da Comunicação
	Ciências Exatas e Engenharias <ul style="list-style-type: none"> - Ciências da Computação - Engenharia Civil - Engenharia Mecânica - Engenharia Química - Física - Química 	Ciências Exatas e Engenharias <ul style="list-style-type: none"> - Ciências da Computação - Engenharia Civil - Engenharia de Informática - Engenharia de Materiais - Engenharia Física - Engenharia Mecânica - Física - Matemática - Química
	Ciências Sociais <ul style="list-style-type: none"> - Antropologia - Ciências Sociais gerais - Direito - História 	Ciências Sociais <ul style="list-style-type: none"> - Direito - Educação - Estudos Culturais - Filosofia

	<ul style="list-style-type: none"> - Psicologia - Sociologia - Terapia Ocupacional 	<ul style="list-style-type: none"> - História - Psicologia - Sociologia
--	---	--

Tabela 3: Áreas de estudo e cursos analisados na pesquisa

Sendo a população universitária o grupo escolhido para compor as amostras, optou-se por incluir entre os inquiridos apenas aqueles com idades de 18 a 25 anos. A escolha pelo público jovem vem da observação de que este grupo tem vivenciado inúmeras transformações no que diz respeito ao consumo de informação. As mutações frequentes das redes sociais e o avanço da personificação das notícias têm obrigado os meios de comunicação, e especificamente os veículos noticiosos, a “lutarem” pela atenção do público.

No meio dessa disputa por audiência são os jovens, aparentemente, os menos visados. O que se observa é que talvez a falta de interesse dos jovens pelas notícias é algo que sempre existiu, conforme indica Buckingham (2000), mas que com as mudanças tecnológicas e a maior abertura para discussões sobre temas sociais, este cenário esteja mudando, como aponta Brites (2015).

3.1 Inquéritos

O mesmo inquérito foi utilizado para os dois países, porém, editado com algumas alterações linguísticas devido às diferenças entre as duas línguas portuguesas. O questionário dividiu-se em quatro partes: Identificação, Práticas de consumo, Confiança nos media e Participação política/cívica, sendo trinta perguntas no total, que variaram entre respostas de múltipla escolha e respostas discursivas (apenas na parte de identificação). O questionário formulado levou em conta variáveis como o curso do inquirido, a frequência do acesso de notícias e o nível de interesse por determinados assuntos, o que caracteriza a amostra como parte do objeto de estudo.

A coleta dos dados ocorreu através da aplicação do questionário *online* estruturado por meio da plataforma *Google Forms*. Inicialmente foi feito um levantamento-teste onde os inquéritos foram enviados para dez estudantes de seis diferentes cursos no Brasil e dez estudantes de seis diferentes cursos em Portugal, no período de duas semanas. As vinte respostas e posteriores comentários dos estudantes que participaram dos testes demonstraram que era necessário fazer alguns ajustes em algumas perguntas, assim como alterar as posições de algumas questões.

Finalizado o período de teste foi dado início ao envio dos inquéritos aos cursos das áreas escolhidas. Para permitir o maior alcance de estudantes fez-se contato com os coordenadores e diretores de cada

curso, assim como os representantes de turma (no caso de Portugal) e membros dos centros acadêmicos (no caso do Brasil), para que estes pudessem viabilizar o contato com os alunos. Também foram utilizados os espaços das redes sociais oficiais (*Facebook* e *Instagram*) dos cursos e departamentos, além do envio do inquérito via *e-mail* com o *link* de acesso.

A coleta iniciou-se em maio de 2021, período em que as aulas nas duas universidades caminhavam para o fim do semestre, porém, a recolha dos dados foi estendida até o fim de agosto, quando parte dos estudantes retornou das férias.

3.2 Caracterização da amostra

3.2.1 Inquiridos no Brasil

Entre os estudantes brasileiros inquiridos 40% fazem parte da faixa etária dos 19 aos 20 anos, O restante está dividido de forma equilibrada entre as faixas 18, 21, 22, 23, 24 e 25 anos, sendo que para os estudantes mais jovens do grupo o número de inqueridos é o menor, apenas três estudantes com 18 anos responderam ao questionário. O gráfico a seguir detalha a porcentagem de estudantes de cada faixa etária.

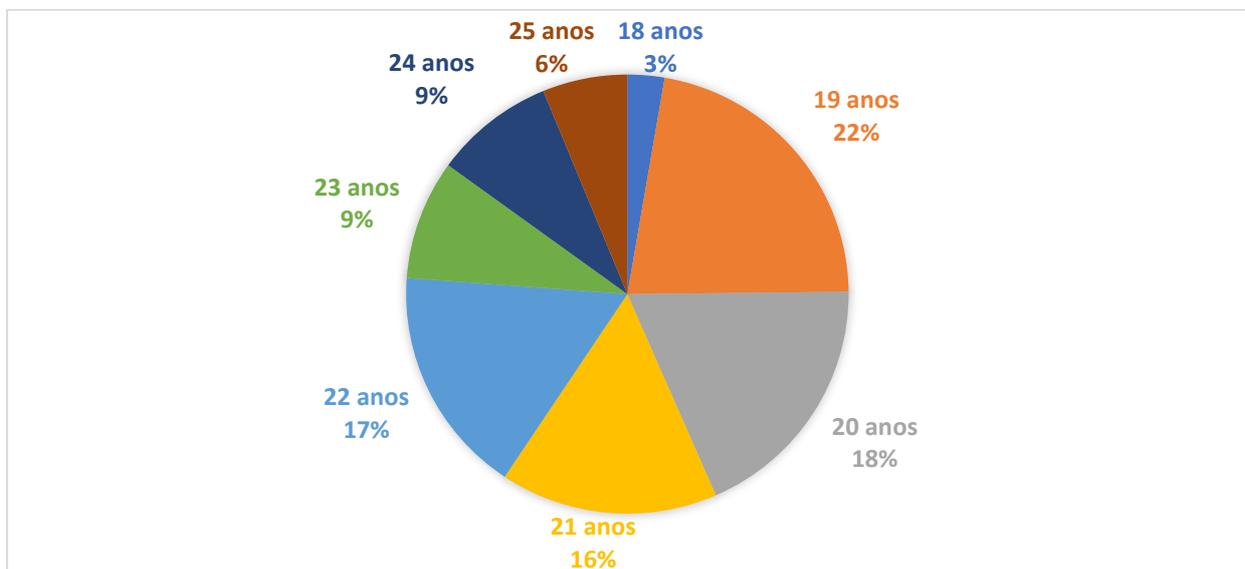


Gráfico 3: Idade dos estudantes brasileiros participantes da pesquisa

Em relação ao gênero dos inquiridos, 46,9% se identifica com o público masculino, 51,3% com o público feminino e 1,8% indicaram pertencer a outro gênero. No caso das áreas de estudo escolhidas para a pesquisa, a maioria dos estudantes é de cursos da área de ciências exatas e engenharias (46,9%), em seguida o maior de número de estudantes inqueridos é da área de ciências sociais (38%) e apenas 15,1%

fazem parte dos cursos da área de comunicação social. A tabela a seguir detalha o número de estudantes por gênero e a área do curso que frequenta.

	Gênero	Masculino	Feminino	Outro	Total
Áreas de estudo	Comunicação Social	10	7	-	17
	Ciências Exatas e Engenharias	28	24	1	53
	Ciências Sociais	15	27	1	43

Tabela 4: Número de participantes de acordo com o gênero (Brasil) e com a área de estudo a qual pertence

Entre os 113 estudantes brasileiros, 26,5% são de cursos de licenciatura, 70,8% de cursos de bacharelado e 2,7% de cursos de mestrado ou pós-graduação. Em relação ao nível socioeconômico, 56,6% não trabalham e são sustentados por terceiros, 36,6% trabalham, mas são sustentados por terceiros, 5,3% trabalham e se sustentam sozinhos e 1,8% preferiu não responder.

3.2.2 Inquiridos em Portugal

A faixa etária com o maior número de inqueridos entre os estudantes portugueses é a que corresponde aos 20 anos de idade, sendo que quase 60% dos participantes têm 18, 19 ou 20 anos. O restante dos inqueridos se divide entre 21 e 25 anos de idade, sendo que aqueles com 23, 24 ou 25 anos compreende apenas 12% do total. Comparativamente, o número de inqueridos mais jovens foi maior em Portugal, enquanto que no Brasil o número de inqueridos com idades superior a 22 anos superou o número de estudantes da mesma faixa etária em Portugal. A percentagem de estudantes de acordo com a idade que possuem está descrito no gráfico abaixo.

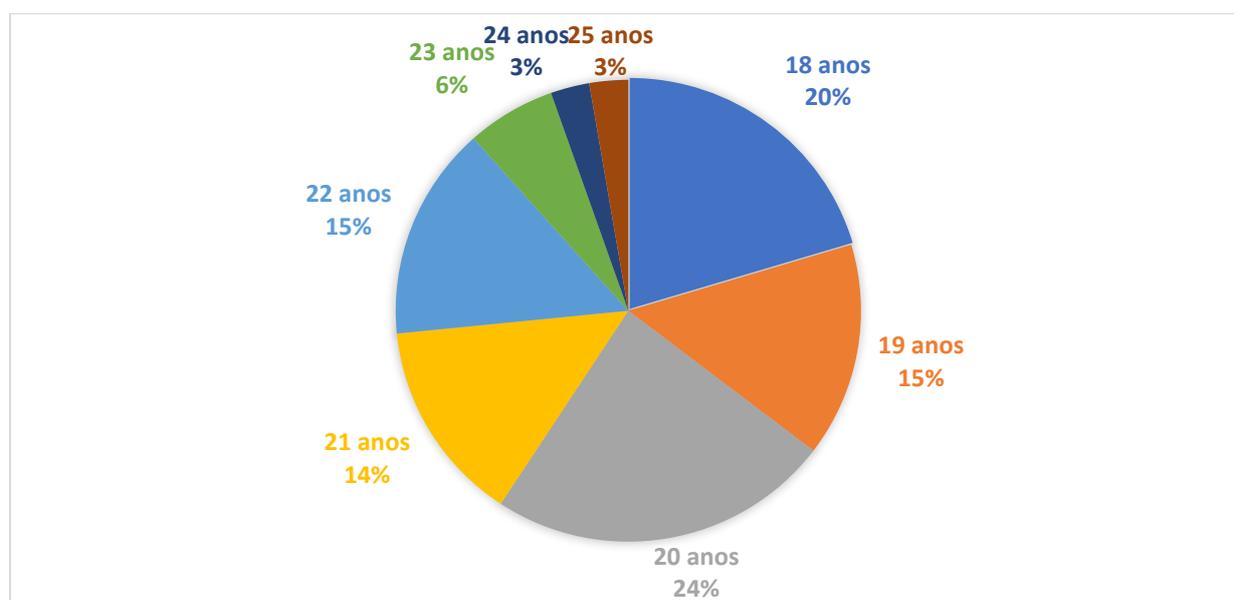


Gráfico 4: Idade dos estudantes portugueses participantes da pesquisa

Ao analisar o grupo de estudantes de Portugal, os resultados demonstraram que dos 113 participantes do inquérito 66,3% se identifica com o género feminino e 33,7% com o género masculino. Em relação à área de estudos, ao contrário do Brasil, a maioria dos participantes faz parte de cursos das áreas de ciências da comunicação ou ciências sociais. Apenas 21,23% dos inqueridos é de algum curso de ciências exatas ou engenharias. Para os cursos de ciências da comunicação o número de estudantes corresponde a 35,39% do total, enquanto que cerca de 43,36% é formado por estudantes de cursos da área das ciências sociais. A tabela abaixo descreve melhor os resultados.

	Género	Masculino	Feminino	Outro	Total
Áreas de estudo	Ciências da Comunicação	10	30	-	40
	Ciências Exatas e Engenharias	14	10	-	24
	Ciências Sociais	14	35	-	49

Tabela 5: Número de participantes de acordo com o género (Portugal) e com a área de estudo a qual pertence

Entre os 113 alunos universitários portugueses, 74% são de licenciatura, 15% são de cursos de mestrado integrado e 11% são de cursos de mestrado. Sobre o nível socioeconómico, 74,3% não trabalham e são sustentados por terceiros, 19,5% trabalham, mas são sustentados por terceiros, 3,5% trabalham e se sustentam sozinhos e 2,7% preferiu não responder.

CAPÍTULO IV– Análise dos dados: o (des)interesse dos jovens por notícias sobre política

O capítulo a seguir é a descrição dos resultados e a análise dos dados coletados junto aos grupos de estudantes do Brasil e de Portugal. A análise é construída a partir de subtemas relacionados com o tema central deste trabalho, que é o (des)interesse dos jovens universitários por notícias sobre política. Os principais meios de comunicação utilizados pelos jovens universitários configura o primeiro ponto de análise desta parte.

O capítulo também observa as diferenças e as aproximações entre o público jovem universitário brasileiro e o público jovem português em relação à forma como acessam e consomem informação em geral e informação sobre política, a frequência com que esse consumo ocorre e o que estes grupos consideram como primordial numa notícia. A confiança que depositam ao acessarem e consumirem uma informação também está entre os subtemas analisados.

Esta parte do trabalho segue com a indicação dos níveis de participação e de interesse destes jovens pelo campo político ou se pretendem participar deste campo como políticos, com funções públicas pré-determinadas. Analisa-se ainda se a participação, sob a ótica política, diz respeito a instituições sociais sem relação direta com o Governo, como a participação em organizações estudantis, associações de estudantes e comités acadêmicos, por exemplo. A análise se concentra ainda nas diferenças e semelhanças em relação ao nível de informação sobre factos políticos entre os três grupos de estudo adotados nas amostras: Comunicação, Ciências Sociais e Ciências Exatas e Engenharias.

1. Principais meios de comunicação utilizados pelos jovens brasileiros e pelos jovens portugueses

Ao analisar as práticas de consumo midiático entre os jovens é preciso considerar de antemão questões sobre o tipo de meio de comunicação que mais utilizam ou qual plataforma (*online* ou outra) é mais comum no dia a dia desse grupo da população. A importância desse tipo de questão num estudo como este é o que provavelmente irá liderar o restante do estudo, já que antes de analisar os resultados sobre o consumo de notícias sobre política especificamente, é necessário primeiro observar qual o consumo “geral”.

Sobre os meios de comunicação mais comuns no dia a dia dos jovens brasileiros, o telemóvel conectado à internet foi o mais indicado. Cerca de 94% dos entrevistados afirmaram que sempre ou muitas vezes utilizam o telemóvel. Para a internet, todos os inquiridos afirmaram que a utilizam sempre ou muitas vezes ao dia. Destaque ainda para as redes sociais, acessadas várias vezes ao dia por pelo menos 90% dos jovens. É preciso considerar que para acessar as redes sociais, ainda que através do telemóvel, é

necessário estar conectado à internet. Logo, telemóvel, internet e redes sociais são o trio “comunicacional” mais acessado pelo grupo.

Outros meios como a TV, a rádio e o jornal impresso são acessados sempre ou muitas vezes por menos de 30% do total. No caso dos jornais e revistas impressas e do rádio, mais de metade dos jovens afirmou que nunca utiliza estes meios. Aqui cabe uma breve reflexão de como os meios tradicionais de comunicação podem ter perdido espaço para a internet e como estes tiveram que se adaptar ao novo processo de comunicação digitalizada. E talvez tendo que estender este esforço com maior completude entre os jovens.

No que diz respeito aos estudantes universitários portugueses, ao serem questionados sobre a frequência de utilização de alguns meios de comunicação, estes jovens afirmaram que utilizam com mais frequência o telemóvel, a internet (como plataforma) e as redes sociais (como meio dentro da rede). O número de estudantes portugueses que utiliza o telemóvel sempre ou muitas vezes ao dia é de cerca de 96%. Os resultados demonstraram que 100% utilizam sempre ou muitas vezes a internet e pelo menos 91% utilizam frequentemente as redes sociais. A televisão e o rádio aparecem como meios de comunicação utilizados frequentemente por menos da metade dos inquiridos, enquanto que os jornais e revistas impressas fazem parte do cotidiano de apenas 10% dos estudantes portugueses.

Chama a atenção ainda o facto de 44% dos estudantes utilizar sempre ou muitas vezes os livros como meio de informação, uma realidade confirmada em outros levantamentos, como a pesquisa do instituto *Qmetrics*¹⁴ em 2019, que indicou que 57% da população portuguesa leu algum livro nos últimos meses daquele ano. No entanto, em relação aos livros como meios de comunicação, os resultados também se mostraram positivos entre os jovens brasileiros. Os livros são acessados por 60% deste grupo sempre ou muitas vezes ao dia.

Ainda que a diferença não seja considerada significativa, os jovens portugueses utilizam os meios de comunicação mais tradicionais, como a TV e o rádio numa frequência muito maior que os jovens brasileiros. A ilustração abaixo, por meio de dois gráficos, compara os resultados sobre os principais meios de comunicação utilizados entre os públicos dos dois países.

¹⁴ <https://expresso.pt/cultura/2019-06-29-43-dos-portugueses-nao-leem-livros-ha-6-meses>. Acesso em 17/11/2021

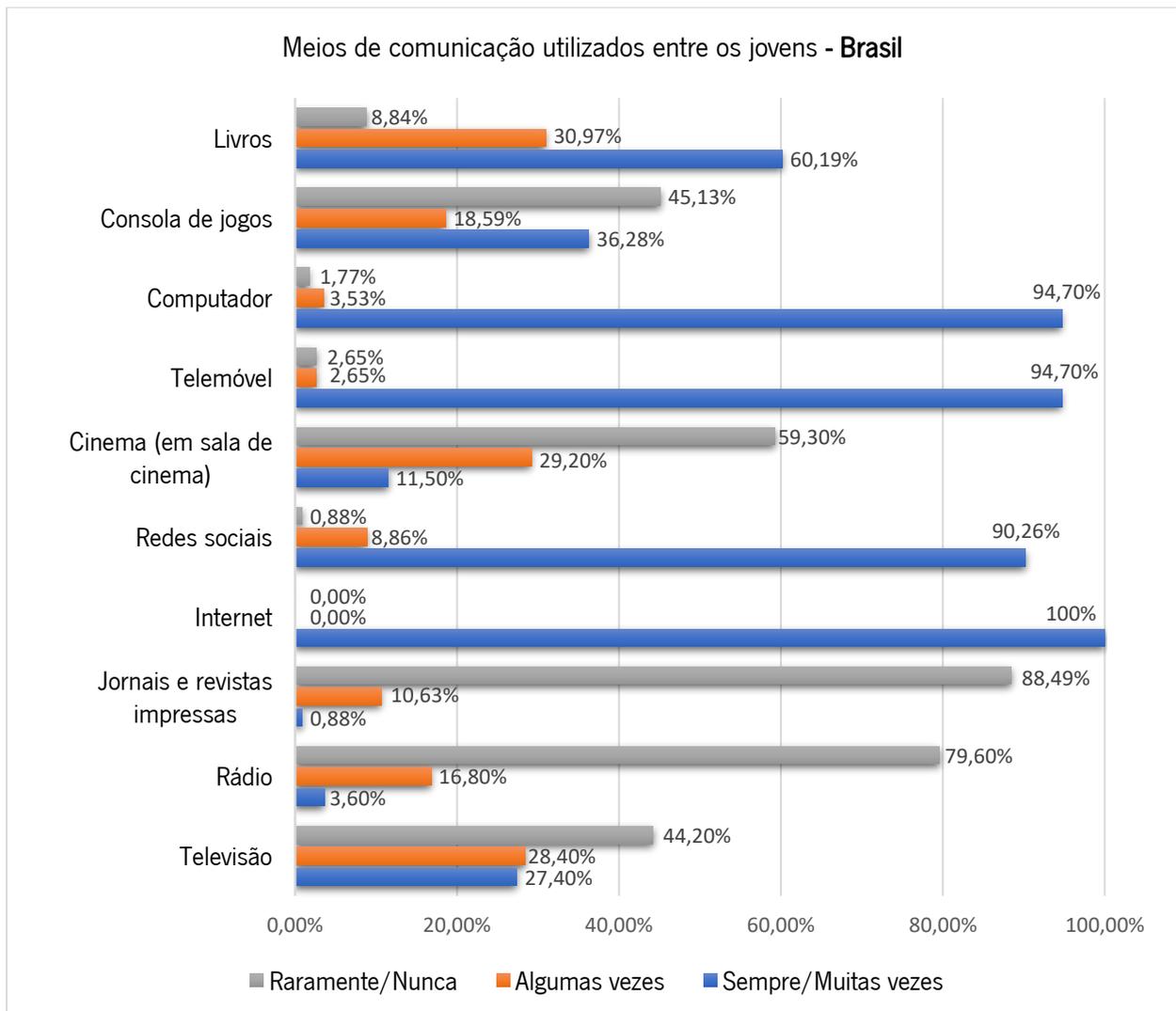


Gráfico 5: Frequência dos meios de comunicação utilizados pelos jovens brasileiros

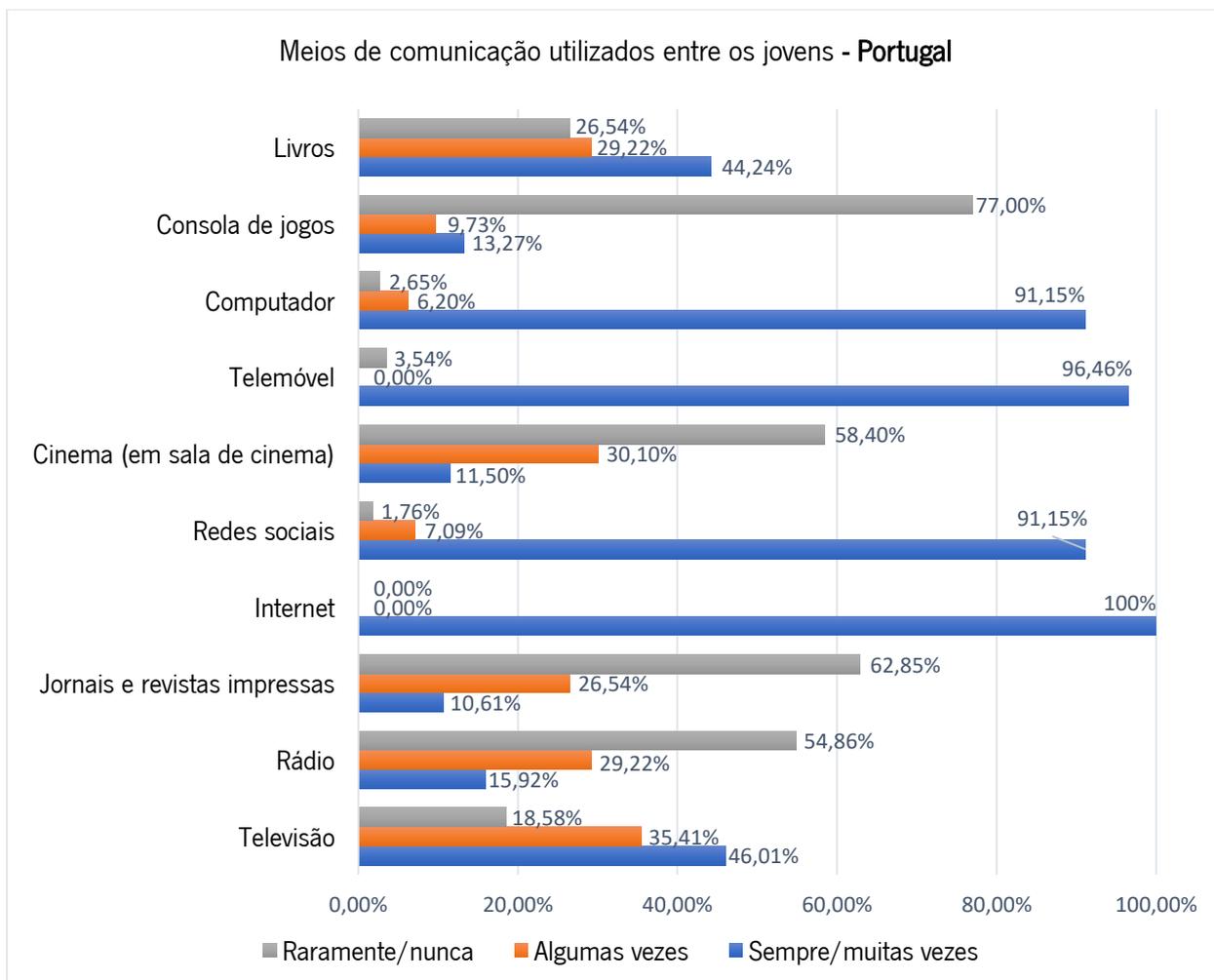


Gráfico 6: Frequência dos meios de comunicação utilizados pelos jovens portugueses

Se a pergunta é sobre o acesso direto às redes sociais e qual delas é a mais utilizada entre os jovens brasileiros, o *whatsapp*, o *instagram* e o *twitter* são os vencedores. Respectivamente, 97%, 73% e 52% afirmaram que utilizam estas redes sociais sempre (várias vezes ao dia) ou muitas vezes ao dia. Um levantamento conduzido pela empresa brasileira de pesquisas de mercado, a *Demanda*, em 2019, mostrou que o smartphone é o aparelho mais utilizado e mais consumido no país. A pesquisa *Global Media* confirmou tal tendência em pelo menos 15 países, sendo que no Brasil quase 90% dos consumidores utilizam os aparelhos inteligentes para acessarem notícias. Outros 84% os utilizam para acessar as redes sociais.

Sendo as redes sociais o espaço de maior presença entre os jovens, é o *Instagram* a mais utilizada entre os jovens universitários portugueses. Pelo menos 77% utilizam essa rede social muitas vezes ou sempre. O *Whatsapp* e o *Twitter* vêm em seguida com 69% e 56% dos resultados respectivamente. Ou seja, as

três redes sociais são as mais utilizadas nos dois países, entretanto, no Brasil o *Whatsapp* é o mais popular, enquanto que em Portugal esse pódio é do *Instagram*, conforme é ilustrado a seguir.

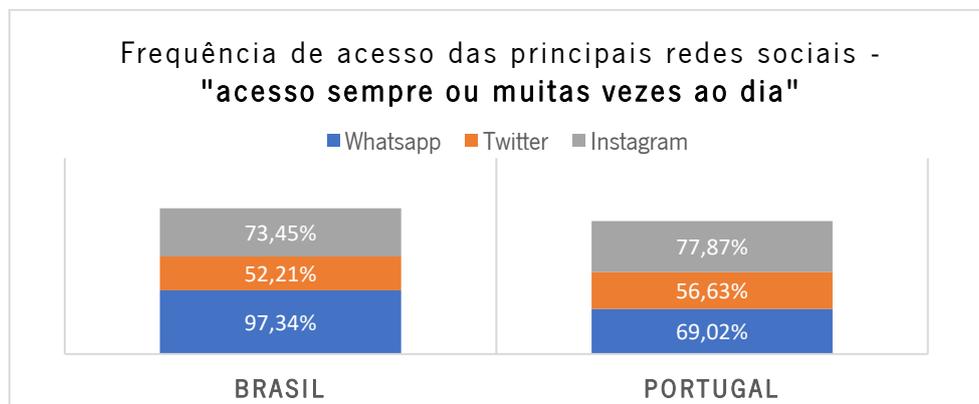


Gráfico 7: Acesso às principais redes sociais no Brasil e em Portugal

2. Interesse por notícias sobre política e outros temas

O inquérito pretendeu também conhecer os níveis de interesse dos jovens universitários do Brasil e de Portugal por notícias em geral e notícias sobre política e quais meios utilizam com mais frequência para aceder a estas. Ao serem questionados sobre qual meio de comunicação ou plataforma mais utilizam para acessar notícias em geral, cerca de 84% dos inquiridos brasileiros afirmaram que sempre ou muitas vezes acedem notícias por meio da internet (portais de notícias). Se o caminho para chegar até as notícias é por meio das redes sociais, 76% optam por esta opção. Apenas 30% utilizam a TV frequentemente (sempre ou muitas vezes). Para o rádio ou jornais e revistas impressas, os resultados são mais baixos: apenas 4% e 3%, respectivamente, do total.

Para complementar os resultados indicados entre os estudantes universitários brasileiros, cita-se dois levantamentos realizados no Brasil. O primeiro, a *Pesquisa Brasileira de Mídia 2014*, realizada pelo Ibope em 2014, mostrou que 75% dos brasileiros nunca lê jornal ou revista. Porém, o mesmo levantamento indicou que o jornal impresso era o meio de comunicação com o maior nível de confiança.

O segundo levantamento é a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, realizada em 2019 por todo o país e que mostrou que pelo menos metade da população brasileira não leu nenhum livro nos últimos meses. Estas pesquisas confirmam que o hábito de leitura de meios tradicionais, como os jornais e as revistas, se mantém desanimador no Brasil. E mesmo entre os jovens, conforme indicam os resultados deste estudo, os números não são muito animadores.

Os resultados para o acesso entre os jovens portugueses se mostraram parecidos em relação aos brasileiros, porém, os meios de comunicação tradicionais, mais uma vez, são mais frequentes em Portugal. Para aceder notícias em geral, os jovens portugueses em sua maioria preferem os portais de

notícias *online* (88%) e as redes sociais (71%). Mas diferente do Brasil, o destaque é a TV, que segundo 64% dos inquiridos, é utilizada sempre ou muitas vezes ao dia para aceder a notícias. Esse resultado comprova alguns estudos já realizados entre os portugueses que indicaram a televisão como meio de comunicação ainda preponderante no país, como indicou o relatório *Reuters Digital News Report*¹⁵ de 2017.

Apesar de a televisão ter aparecido nas últimas posições quando os entrevistados indicaram quais meios mais utilizam, se o conteúdo consumido são notícias, a utilização deste meio tende a ser mais frequente. O que significa que outros conteúdos como programas de entretenimento e música, por exemplo, podem não ser acessados majoritariamente na TV. Os gráficos abaixo ilustram os principais meios de acesso à informação sobre temas gerais entre os dois países.

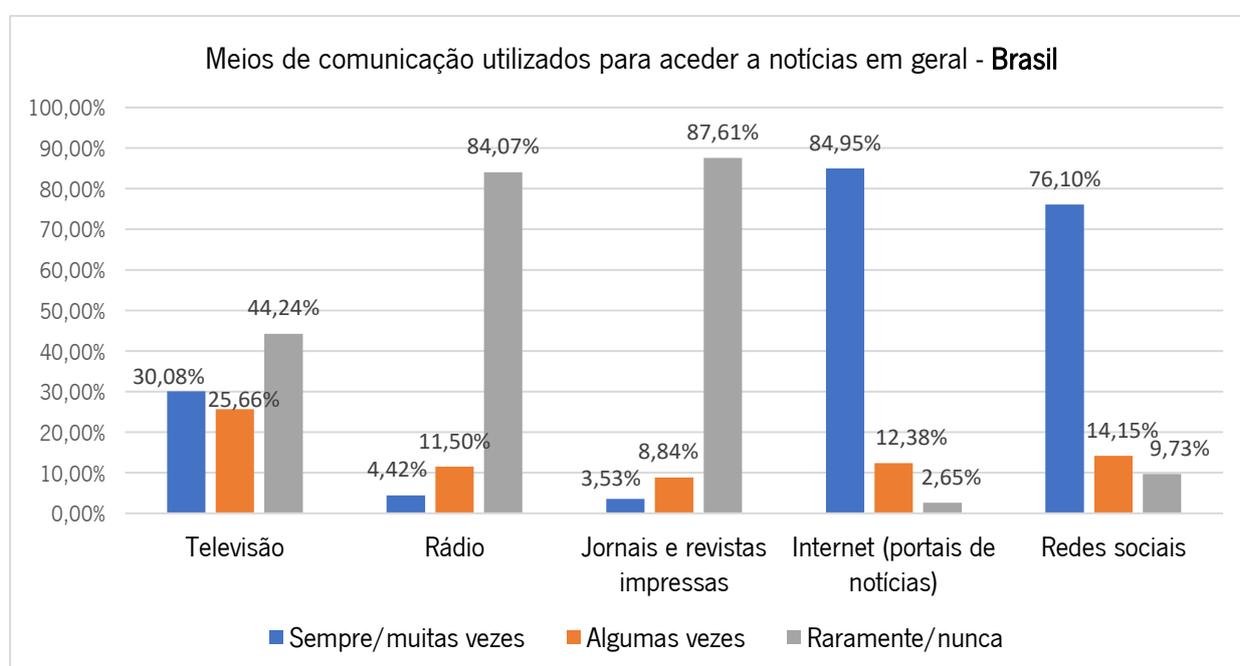


Gráfico 8: Os principais média utilizados no Brasil para aceder a assuntos sobre temas gerais

¹⁵ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Acesso em 17/11/2021

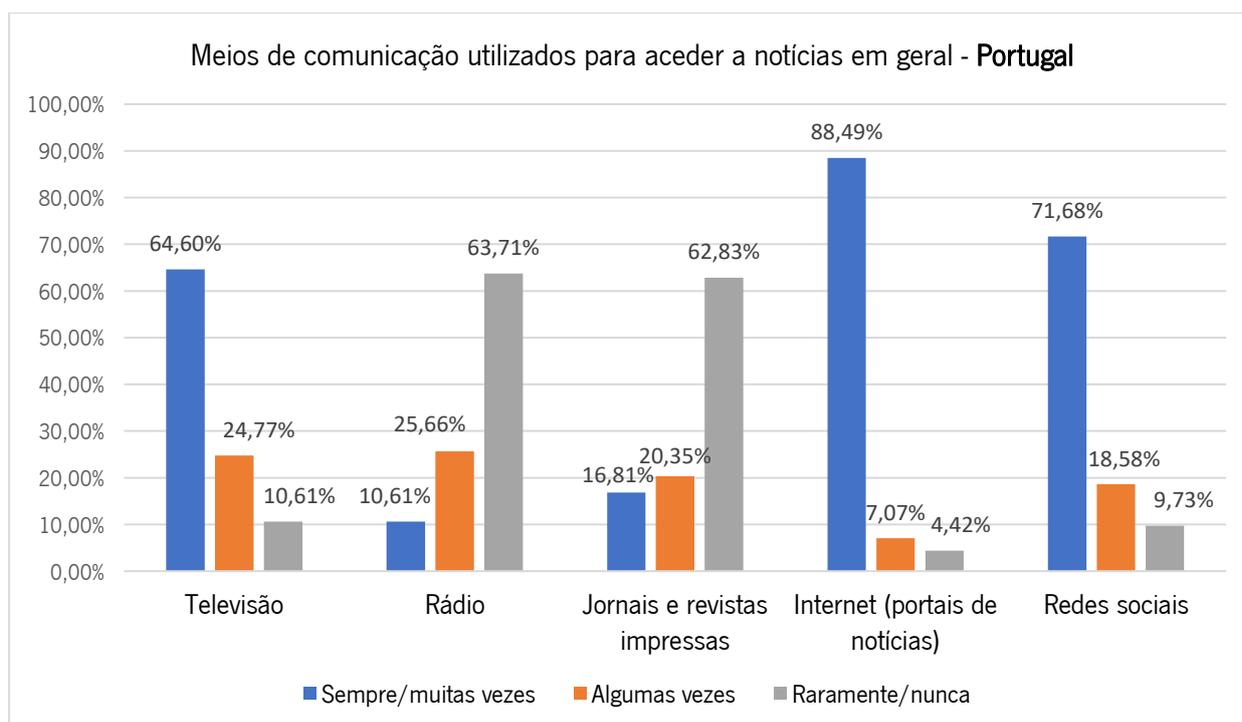


Gráfico 9: Os principais média utilizados em Portugal para aceder a assuntos sobre temas gerais

2.1 O consumo e a frequência do acesso à informação sobre política

O estudo com os dois grupos seguiu-se com a análise sobre o acesso e consumo de notícias sobre política, objeto de estudo deste trabalho. Os resultados entre os estudantes universitários brasileiros mantiveram-se estáveis para os portais de notícias na internet (76%), e para as redes sociais (72%) quando estes foram questionados sobre quais os meios de comunicação que mais utilizam (sempre ou muitas vezes) para aceder notícias sobre política.

Mais uma vez, a TV, a rádio e a mídia impressa apareceram como os menos utilizados para acessar notícias e, neste caso, os resultados são ainda menores para o acesso a assuntos sobre política. Raramente ou nunca 46% dos entrevistados utilizam a TV. No caso do rádio e do jornal impresso, a quase totalidade dos jovens brasileiros raramente ou nunca utiliza estes meios: 84% e 88%, respectivamente. Nesta categoria foi incluída ainda a utilização de jornais de partidos políticos como meio para acessar notícias sobre política. Cerca de 89% nunca ou raramente utilizam este meio, e apenas 7% acessam algumas vezes.

Entre os estudantes portugueses, se a frequência analisada diz respeito ao acesso a notícias sobre política, os resultados mantêm-se parecidos para o acesso por meio dos portais de notícias *online* (73%), porém aqui as redes sociais perdem espaço. Se no Brasil a grande maioria dos estudantes utiliza as

redes sociais para consumir notícias sobre política, em Portugal 53% o fazem. Esse número ainda corresponde a mais da metade dos inquiridos, porém demonstra uma diferença sobre como o acesso a esse tipo de conteúdo ainda é menos frequente nas redes sociais entre os estudantes portugueses.

Seria preciso analisar se esse resultado existe pelo facto de que nem todos os jornais portugueses possuem perfis oficiais nas redes sociais ou se as notícias publicadas não são credíveis o suficiente para estes jovens, o que os leva a consumir esse tipo de informação em outros meios. Novamente a televisão é um dos meios de comunicação favoritos dos jovens portugueses se o assunto é política. Cerca de 60% a utilizam sempre ou muitas vezes para acessar esse tipo de conteúdo. Os gráficos a seguir resumem os resultados em relação ao tipo de mídia mais comum entre os jovens brasileiros e portugueses para aceder informações sobre o campo político.

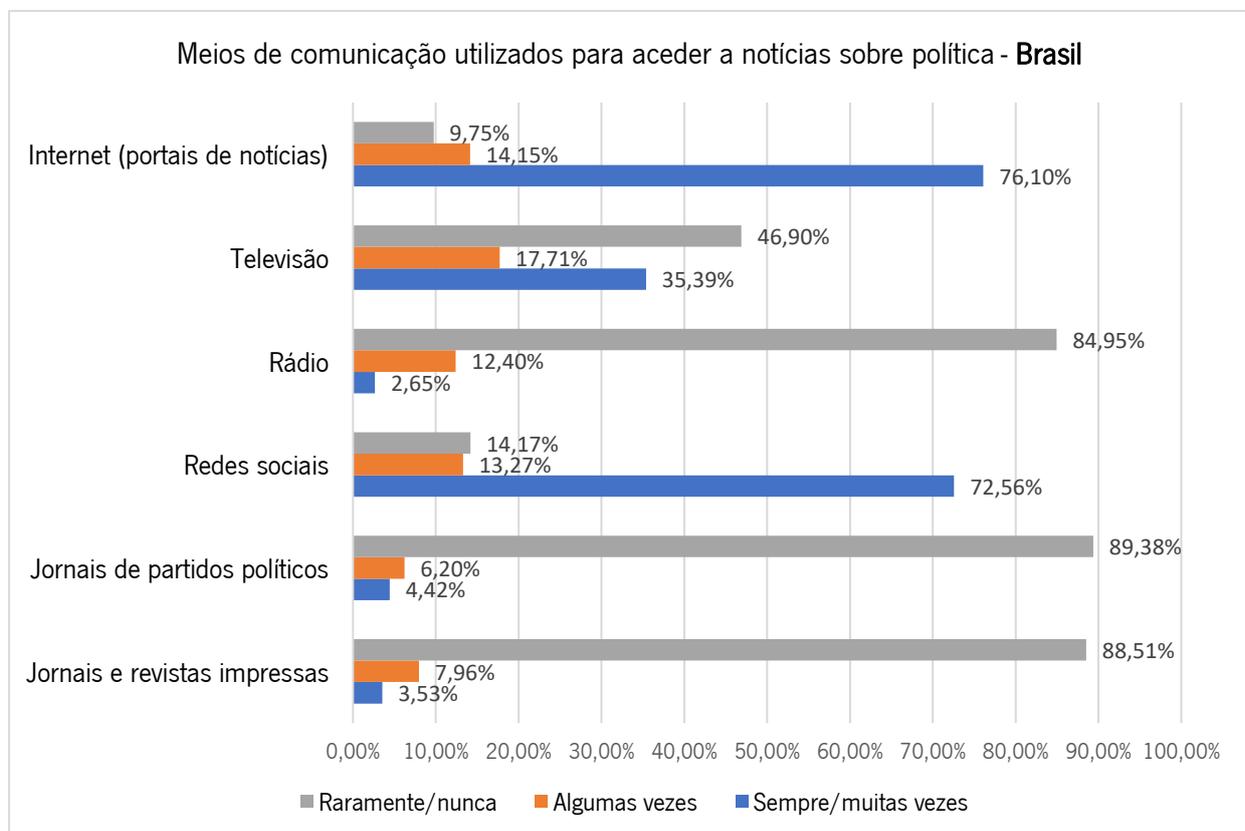


Gráfico 10: Os principais mídia utilizados no Brasil para aceder a assuntos sobre política

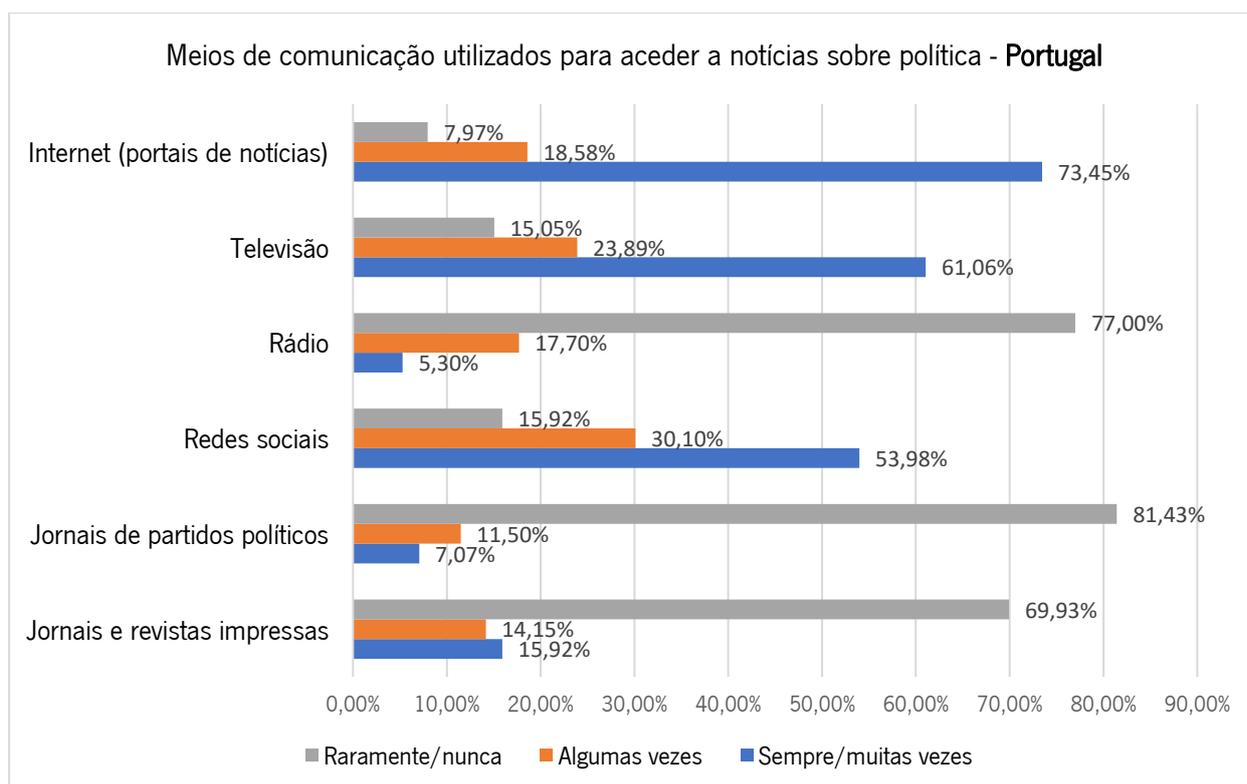


Gráfico 11: Os principais média utilizados em Portugal para aceder a assuntos sobre política

A análise dos dados indicou que é alta a frequência com que os jovens brasileiros leem notícias sobre a atualidade. No caso do grupo de jovens inquiridos 26,5% afirmaram que leem notícias várias vezes ao dia, 37% lê diariamente. Os resultados são parecidos se tratando da leitura sobre temas políticos. Mais de 50% dos jovens lê várias vezes ao dia ou diariamente uma ou mais notícias sobre política. 28,3% lê entre uma e seis vezes por semana e 11,5% consome esse tipo de notícia apenas quando há grande divulgação nacional ou internacional.

Ao analisar a frequência com que os estudantes portugueses leem notícias sobre a atualidade, 47% afirmaram que o fazem diariamente, 20,4% leem várias vezes ao dia e 10,6% o fazem apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional. No caso da frequência de leitura de notícias sobre política os resultados se mostraram equilibrados. As diferenças entre os dois grupos de estudantes (brasileiros e portugueses) não se mostrou tão grande em relação à frequência dos hábitos de leitura e consumo de informação. O gráfico a seguir detalha a percentagem de estudantes de acordo com o tipo de frequência de acesso a notícias sobre o campo político.

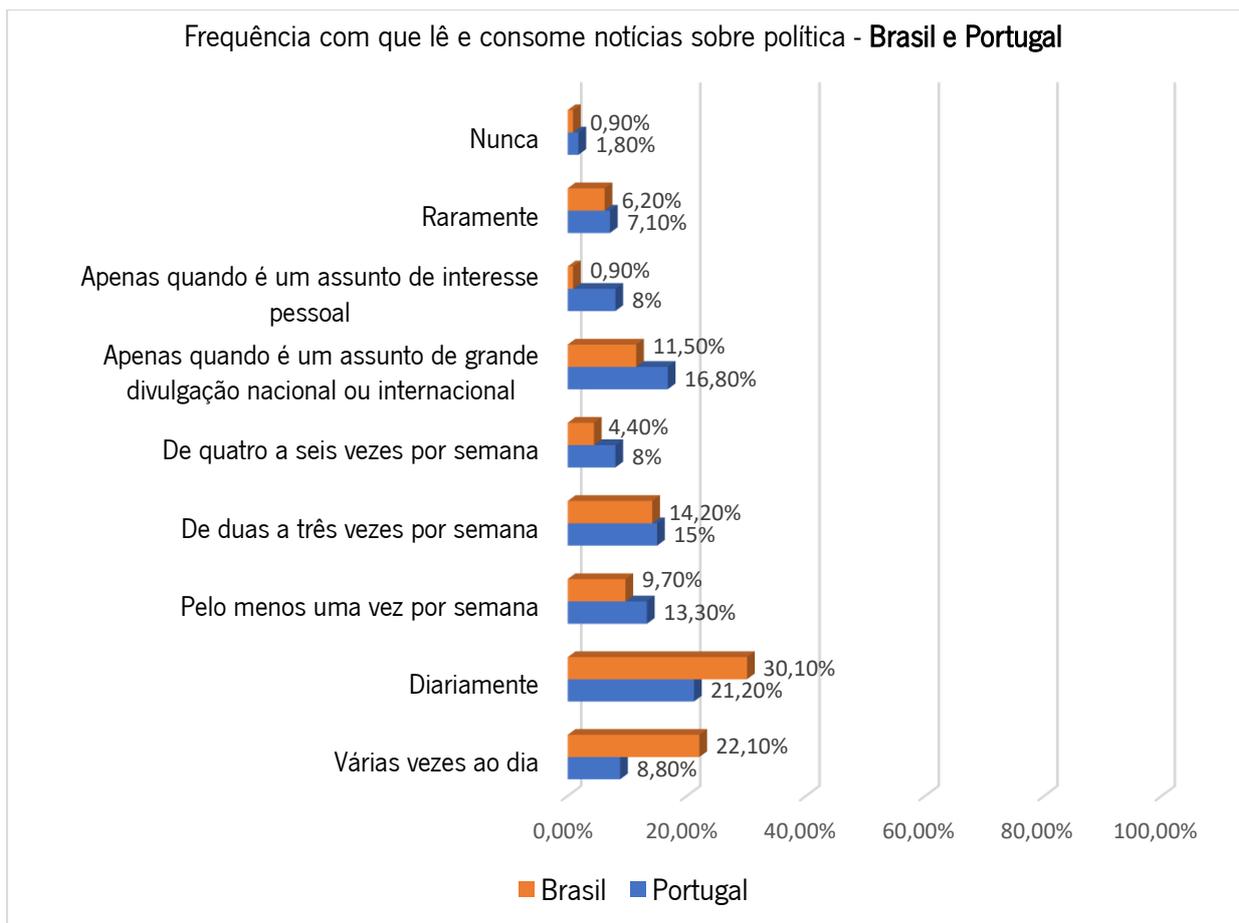


Gráfico 12: Frequência de leitura e acesso de informações sobre política no Brasil e em Portugal

A análise identificou ainda quais assuntos sobre o campo político interessam mais aos jovens universitários. A maioria entre o grupo de estudantes brasileiros se interessa por assuntos políticos em âmbito nacional. Cerca de 74% dos respondentes afirmou que possuem total ou bastante interesse por esse tipo de notícia. Se as notícias sobre política são regionais ou relacionadas à cidade ou região onde o estudante vive, o total ou bastante interesse desse grupo diminui (54%). Mas se o assunto político tratado é de âmbito internacional ou envolve apenas outros países, mais da metade dos entrevistados possui mais ou menos, pouco ou nenhum interesse (53%).

O maior interesse dos jovens portugueses dentro da política, assim como no Brasil, são assuntos políticos nacionais. 73% dos inquiridos indicaram esta modalidade de notícia na qual têm total ou bastante interesse. No caso de assuntos políticos da localidade onde vive, seja a cidade ou o conselho, o número de pessoas com total ou bastante interesse foi de 39%. Enquanto 47% indicaram que se interessam bastante ou totalmente por assuntos políticos de outros países. Os resultados dos dois países estão descritos a seguir.

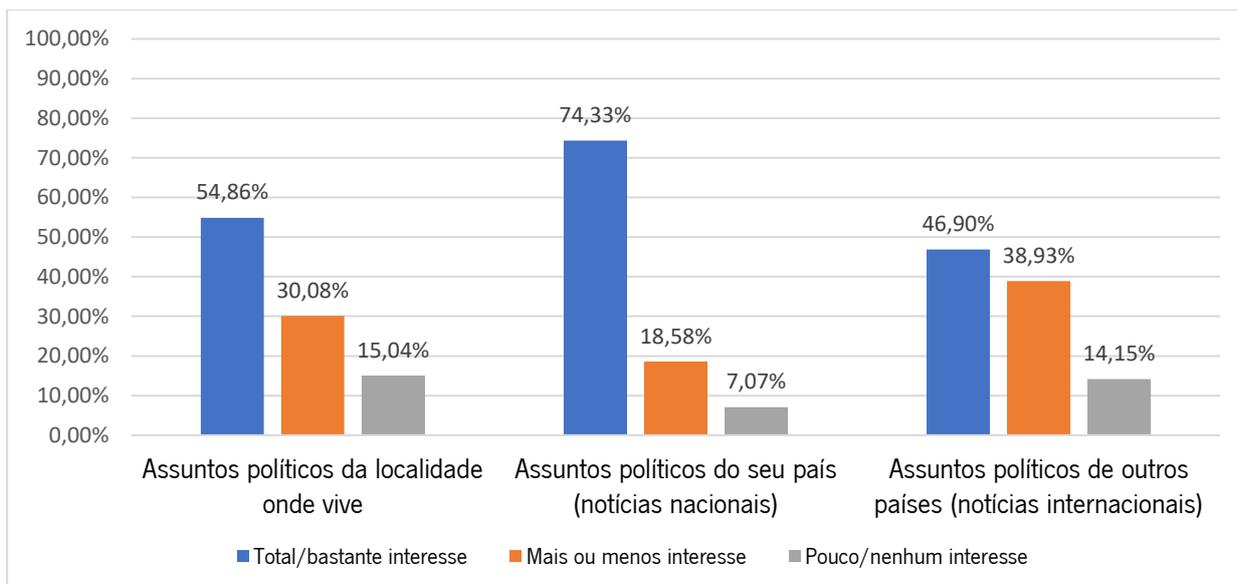


Gráfico 13: Nível de interesse por informação sobre política de acordo com o assunto – **Brasil**

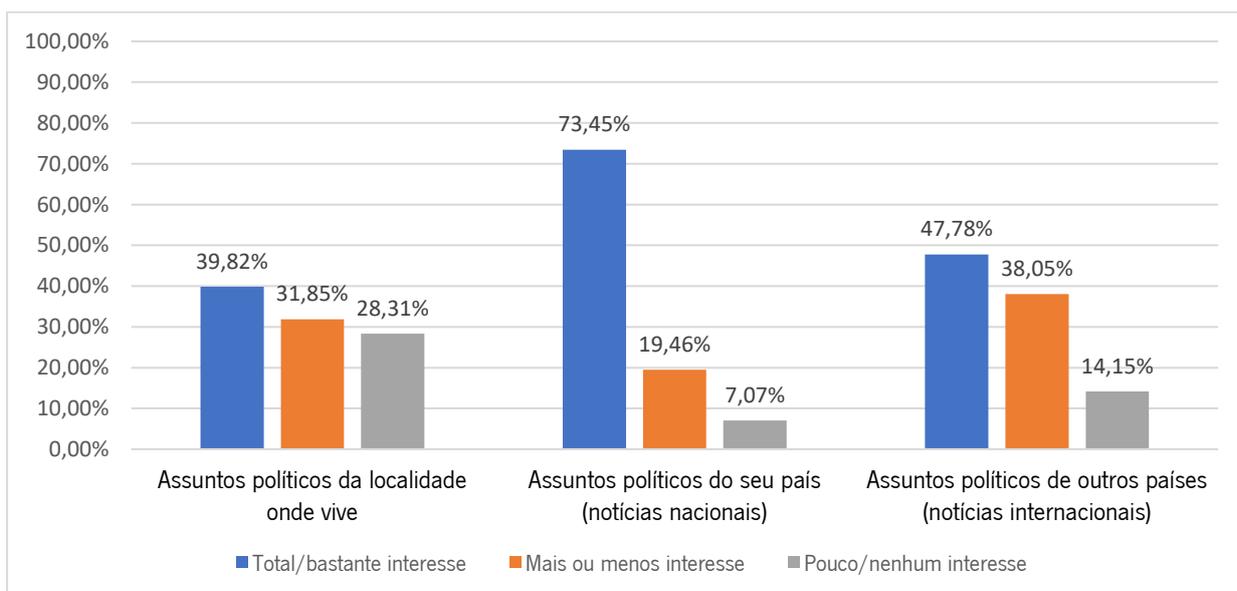


Gráfico 14: Nível de interesse por informação sobre política de acordo com o assunto - **Portugal**

E quanto à utilização das redes sociais para ler e consumir notícias sobre política? Além de se configurar como o meio mais utilizado pelos jovens, as redes sociais são os espaços mais frequentes também na hora de acessar notícias, como já mostrado anteriormente. Ao serem questionados sobre a frequência desse acesso, cerca de 56% dos jovens brasileiros disseram utilizar as redes sociais todos os dias para acessar notícias em geral, outros 35% afirmaram que esse acesso acontece pelo menos de uma a seis vezes por semana. Em relação à utilização das redes sociais diariamente ou de uma a seis vezes por

semana para acessar notícias sobre política, os resultados apresentam uma leve diferença: 46% e 38%, respectivamente.

Para fins de comparação, duas pesquisas recentes realizadas no Brasil indicaram as redes sociais como principais fontes de informação para a maioria dos brasileiros. A pesquisa *Redes Sociais, Notícias Falsas e Privacidade de Dados na Internet* do DataSenado, realizada em 2019, mostrou que cerca de 79% dos brasileiros utilizam o *Whatsapp* como principal meio para acessar notícias em geral. Já o relatório *Reuters Digital News Report*, lançado em 2020, apontou as redes sociais como principal fonte de informação para 67% dos brasileiros com idades entre 18 e 60 anos.

A utilização das redes sociais para aceder a notícias é um assunto que se tem tornado mais frequente em estudos dos média em Portugal. Segundo o estudo intitulado *Os Portugueses e as Redes Sociais 2020* realizado pelo Marktest Grupo, pelo menos 67% da população de Portugal utilizava as redes sociais naquele ano, sendo que dois em cada três portugueses utilizadores de redes sociais possuem menos de 45 anos.

Neste levantamento com jovens universitários portugueses, 53% dos entrevistados utilizam as redes sociais todos os dias para acessar notícias em geral. No caso das notícias sobre política, esse número é bem menor em relação à mesma frequência, apenas 23%. Anteriormente, já ficou demonstrado que no caso das notícias sobre política, são os portais online e a TV os principais meios de comunicação utilizados pelos jovens portugueses.

2.1.1 Contraponto entre alunos de Ciências da Comunicação, Ciências Exatas e Engenharias e Ciências Sociais

Ao analisar os subgrupos das amostras, é possível identificar resultados diferentes em relação a cada grupo de cursos que formam as três áreas acadêmicas utilizadas neste estudo (Ciências da Comunicação (ciência social analisada separadamente), Ciências Exatas e Engenharias e Ciências Sociais). A análise estabelece uma relação entre a frequência com que os jovens universitários brasileiros e portugueses acedem notícias sobre política e o nível de interesse que estes podem possuir por este tipo de informação. Frequência do acesso e interesse pelo assunto formam o ponto comum.

De acordo com os resultados, observou-se que cerca de 76% dos estudantes de Ciências da Comunicação da UnB indicaram que leem várias vezes ao dia ou diariamente alguma notícia sobre a atualidade. Os outros 24% acende a alguma notícia sobre fatos atuais pelo menos uma vez por semana, sendo este grupo considerado atuante quando o assunto são notícias gerais.

Entre os estudantes das Ciências Sociais não incluindo a Comunicação, a pesquisa revelou que pelo menos 74% destes acedem a alguma notícia sobre a atualidade várias vezes por dia ou diariamente. O restante dos estudantes oscilou entre uma e mais vezes durante a semana. Em relação aos estudantes das Ciências Exatas e Engenharias, cerca de 56% dos inquiridos que frequentam algum curso destas áreas consomem diariamente ou até várias vezes ao dia alguma notícia sobre a atualidade. Outros 11% responderam que só acessam alguma notícia se o assunto tiver grande cobertura nacional ou internacional.

Os outros estudantes (33%) indicaram que acedem e leem alguma notícia pelo menos uma vez por semana ou mais. Porém, mesmo que mais de metade dos estudantes inquiridos se mostre bem informada, se comparado aos outros dois grupos, estudantes destas áreas indicam os níveis mais baixos em relação à frequência com que acessam e consomem notícias em geral.

Se a análise se altera para o consumo de notícias sobre política, os resultados também se alteram. Entre os estudantes de Comunicação no Brasil, o número de alunos que acessa diariamente ou várias vezes ao dia alguma notícia do universo político diminui para 64%, mas continua sendo um valor acima da média se comparado com os estudantes de Comunicação em Portugal. O mesmo não acontece entre os estudantes das Ciências Exatas e Engenharias. Apenas 33% indicou que consome alguma notícia sobre política pelo menos uma vez por dia. Destaca-se que 20% dos inquiridos afirmaram que leem raramente ou apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional. O restante dos estudantes (47%) deste grupo oscilou entre uma e quatro vezes por semana.

Mas o pódio em relação ao acesso de notícias sobre política, este caso, é dos estudantes das Ciências Sociais, considerando a Comunicação um grupo separado. Pelo menos 69% do grupo das Ciências Sociais acende e lê diariamente ou várias vezes ao dia algum tipo de notícia sobre política. Aqui cabe ressaltar que existe uma breve relação entre esta área e a área da política por serem campos que tratam dos relacionamentos sociais e do comportamento da sociedade. Não é objetivo do autor deste texto indicar essa premissa como justificativa para o resultado entre os estudantes deste grupo, até porque entre os estudantes portugueses os resultados se mostraram diferentes. Porém, vale supor que a proximidade entre as áreas de estudo dos alunos de Ciências Sociais e a área de atuação dentro do campo político contribui para um maior nível de interesse por temas sociais que estejam ligados aos dois segmentos.

Entre os estudantes portugueses dos cursos da área de Ciências da Comunicação, nem todos consomem diariamente notícias sobre a atualidade, mas a maioria (72%) o faz várias vezes ao dia ou diariamente.

58% dos estudantes portugueses dos cursos de Exatas e Engenharias se informam diariamente e várias vezes ao dia. Uma média menor que entre os estudantes de Comunicação, porém, aproximado no que tange ao interesse pela atualidade.

Já entre os estudantes dos cursos das Ciências Sociais em Portugal, 71% consomem diariamente e várias vezes no mesmo dia algum tipo de notícia da atualidade. Dessa forma, caso se considere assuntos gerais sobre a atualidade, pode-se afirmar que os estudantes portugueses das áreas das Ciências Sociais e de Comunicação acedem mais vezes conteúdos informativos que os estudantes das áreas de Ciências Exatas e Engenharias.

Mas e quanto ao interesse e consumo de notícias sobre política entre os estudantes portugueses, são os resultados os mesmos? De acordo com os estudantes de Comunicação, a resposta é não. Apenas 40% indicaram que consomem diariamente alguma notícia sobre política. Outros 25% afirmaram que só consomem alguma notícia do segmento político se esta faz parte do interesse pessoal, o que demonstra certa indiferença em relação à política.

Para os estudantes das Ciências Exatas e Engenharias, o interesse pela política é bem menor que o interesse por outros assuntos da atualidade. Apenas 25% afirmaram que consomem algum tipo de notícia sobre política diariamente. Metade dos entrevistados (50%) consome apenas uma vez por semana ou somente quando é algo que os interessa pessoalmente.

Os estudantes portugueses das áreas de Ciências Sociais também não são os mais interessados por política. De acordo com os resultados apenas 30% se interessam diariamente por algum tema do segmento. Entre este grupo, 28% indicaram que raramente consomem notícias sobre política ou apenas quando lhes interessa pessoalmente e outros 4% afirmaram que nunca se interessam por este tipo de notícia. Em resumo, o interesse por notícias quando o tema é política é muito menor que o interesse por temas gerais ou da atualidade. O gráfico a seguir ilustra os resultados entre as áreas de estudo dos dois países.

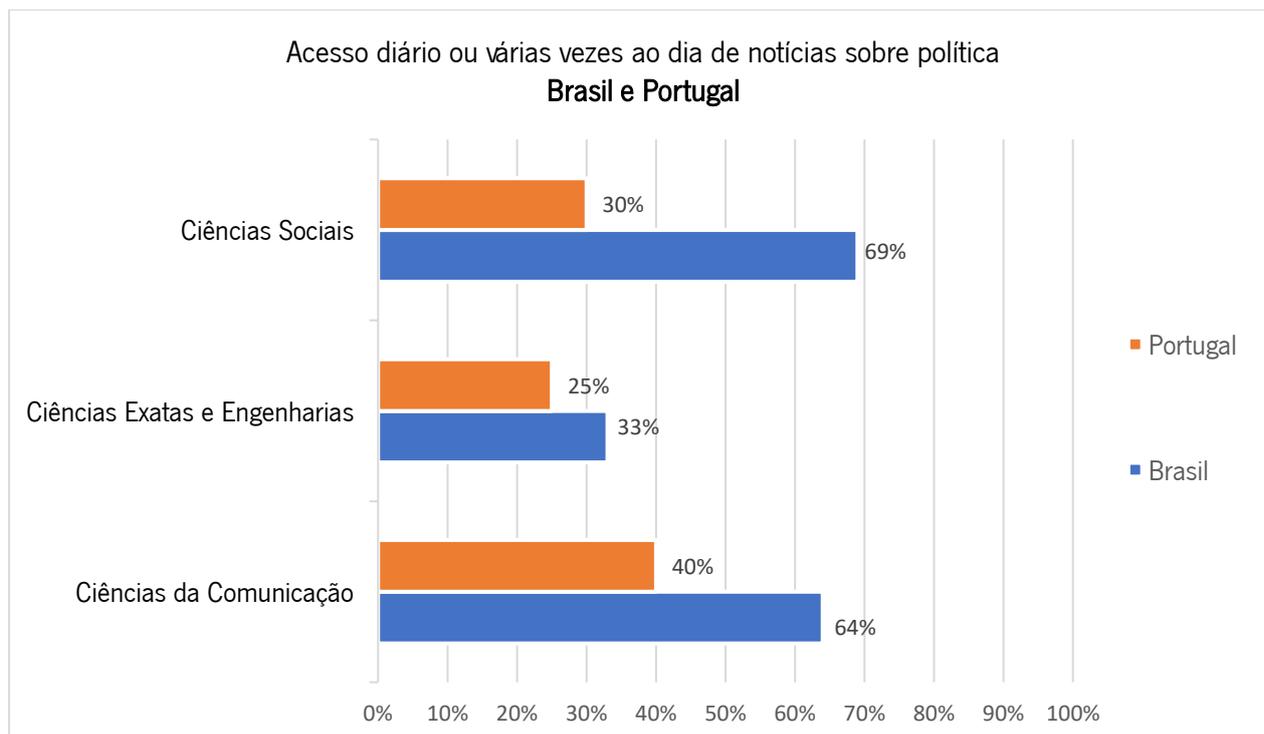


Gráfico 15: Acesso diário ou várias vezes ao dia a notícias sobre política entre os estudantes das três áreas de estudo

2.2 Os jovens se consideram bem informados sobre política?

A alta frequência de acesso e o grande interesse por assuntos políticos nacionais, resultados até agora mostrados por meio dos dados coletados, talvez expliquem ainda o facto de que quase 60% dos inquiridos no Brasil terem afirmado serem muito informados ou informados acerca de temas sobre política nacional. Para temas sobre política internacional, os números refletem o baixo interesse do grupo por este segmento do jornalismo político. Apenas 30% dos inquiridos se considera muito informado ou informado.

Considerar-se informado, neste estudo, é visto como um dos braços da literacia da comunicação, e mais especificamente literacia de comunicação política. Entender os níveis de literacia destes jovens pode contribuir para a compreensão dos possíveis fatores que venham determinar o interesse pelo campo político. Mesmo que quase a metade afirme que tem total ou bastante interesse em assuntos políticos internacionais ou sobre outros países, apenas 29% dos jovens portugueses se considera informado ou muito informado acerca de temas sobre política internacional, baixo nível também observado entre os jovens brasileiros.

Ou seja, seria necessário analisar porque o número de pessoas que se considera bem informado sobre esse tipo de notícia é bem menor que o número de pessoas que acedem esse segmento de informação.

O que se depreende é que parte desses estudantes leem, mas possivelmente não compreendem o que leem ou o assunto tratado não é para eles relevante. Há ainda outra hipótese: a de que a simples leitura não seja suficiente para que estes jovens de facto entendam e discutam sobre o assunto lido. Sobre assuntos relacionados com a política nacional, o número de estudantes portugueses que se considera informado ou muito informado é de 55%. Abaixo, a tabela demonstra a percentagem de jovens dos dois países e o grau em que se considera informado sobre o campo da política.

		Muito informado	Informado	Mais ou menos informado	Pouco informado	Nada informado
Assuntos sobre política nacional	Brasil	24,77%	36,30%	27,44%	10,61%	0,88%
Assuntos sobre política internacional		4,42%	26,55%	45,13%	18,60%	5,30%
Assuntos sobre política nacional	Portugal	13,27%	42,47%	30,10%	12,40%	1,76%
Assuntos sobre política internacional		8,81%	20,35%	39,82%	27,44%	3,54%

Tabela 6: Proporção de estudantes que se consideram informados sobre política de acordo com o assunto dentro deste campo

Ao serem questionados sobre o nível de informação que acreditam possuir em relação a política, os estudantes de Comunicação no Brasil foram otimistas. Cerca de 82% dos inquiridos acredita serem informados ou muito informados acerca de temas sobre política nacional, uma média maior que aquela encontrada entre os estudantes das três áreas. Sobre assuntos acerca de política internacional, o grupo se mostrou mais humilde. Apenas 41% indicaram que são informados ou muito informados.

Entre os estudantes de Ciências Exatas e Engenharias, 45% se veem muito informados ou informados sobre assunto de política nacional, o número é um pouco mais otimista que os resultados sobre frequência de acesso e nível de interesse. No caso de assuntos dentro da política internacional, apenas 18% se dizem informados. Em relação aos estudantes das Ciências Sociais, o número de estudantes que acredita ser informado ou bem informado acerca de assuntos sobre política nacional faz jus aos resultados anteriores. Cerca de 74% se veem como bem informados. Mas a média é menor se os assuntos tratam da política de outros países, apenas 37%.

Já entre os estudantes portugueses, mesmo que apenas 40% dos estudantes de Comunicação tenham indicado que consomem notícias sobre política diariamente, o número de estudantes desta área que se considera informado ou muito informado sobre assuntos da política nacional é bem maior: 55%. O que significa que para este grupo não é preciso consumir notícias diariamente sobre determinado assunto

para ser considerado bem informado. Se os temas das notícias são sobre política internacional, o número de estudantes de Comunicação informados ou muito informados é menor, apenas 30%.

Entre os estudantes de Ciências Exatas e Engenharias, apesar do número de estudantes que consomem notícias sobre política frequentemente não ser o mesmo que o número de estudantes que se considera informado ou bem informado sobre o assunto, a aproximação entre os resultados é maior. 37% destes estudantes indicaram que se consideram informados ou bem informados sobre temas da política nacional.

Se a autoconfiança dos estudantes de Comunicação parece estar superestimada em relação a frequência que estes consomem notícias sobre política, o mesmo acontece com os estudantes das Ciências Sociais. 61% indicaram ser informados ou bem informados sobre assuntos de política nacional. O número é mais do que o dobro daqueles que indicaram consumir diariamente algum tipo de notícia sobre a área (30%). A média só se aproxima quando o assunto é política internacional. Neste caso 37% confirmaram ser informados ou bem informados.

2.3 Importância da informação sobre política entre os jovens

Além de verificar as práticas de consumo dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, o estudo se propôs ainda em identificar como o jovem, após consumir uma notícia, transmite (ou não) tal informação a terceiros sobre a mesma. E ainda, se este consumo se intensifica de alguma forma e faz com que o receptor se envolva de outras formas com o assunto ou se o consumo se limita ao momento da recepção da informação, seja através da leitura, do som ou da visão.

Ao serem questionados se após se interessarem por um facto ou notícia sobre política os jovens brasileiros e portugueses discutem a notícia ou comentam o assunto com outras pessoas, os resultados sugerem que é mais comum dividirem suas opiniões com pessoas mais próximas que provavelmente possuem as mesmas opiniões. Segundo os dados, 61% dos jovens brasileiros conversam sempre ou muitas vezes com amigos sobre temas políticos que acham interessantes ou que consideram importantes. Quase metade faz o mesmo com colegas da universidade.

Se o compartilhamento é com a família, os resultados também são interessantes: cerca de 46% discute sempre ou muitas vezes sobre política com algum familiar. Ao serem questionados sobre as pessoas com quem costumam conversar sobre uma notícia que leram ou um facto político que acharam interessante, mais da metade dos jovens portugueses (53%) responderam que conversam frequentemente com os amigos.

49% dos estudantes portugueses responderam que conversam sempre ou muitas vezes com a família sobre assuntos de política. Já o número de estudantes que indicou conversar com frequência com colegas da universidade sobre notícias dentro da política foi de 39%. Os números indicam que a política ainda é um tema “amigo” dentro desse grupo da população jovem portuguesa, já que a maioria deles se sente mais à vontade em conversar sobre esse tema com pessoas mais próximas de seus círculos sociais.

Este estudo propôs ainda alguns enunciados acerca do jornalismo político, sua importância na sociedade, e expôs algumas afirmações de pesquisadores sobre a relação entre o jovem e a política. Os jovens inquiridos tiveram que indicar o nível de concordância em relação a cada uma delas. Como se pode observar abaixo (tabela x), os resultados das duas amostras variam entre “concordo totalmente” e “discordo totalmente”.

Afirmações		Concordo totalmente/Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo /Discordo totalmente
	Brasil			
A política é uma área importante para a democracia		100%	0,00%	0,00%
O jornalismo político é um segmento importante para os meios de comunicação		95,58%	4,42%	0,00%
“Aparentemente os jovens são o grupo mais alienado no mundo da política e da comunicação política” (Buckingham, 2000, p.7)		19,49%	13,27%	67,25%
O jornalismo político é enfadonho para os jovens		16,81%	30,09%	53,10%
Jornais de partidos políticos não devem ser considerados parte do “jornalismo político” por serem parciais		19,46%	23%	57,54%
A política é uma área com pouco espaço para a participação de jovens		25,66%	15,04%	59,30%
“Se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos” (Melro, 2018, p. 196)		84,95%	7,98%	7,07%
A participação política significa apenas votar em dia de eleições		0,00%	2,65%	97,35%
O jornalismo político é necessário para os jovens		87,61%	7,97%	4,42%

É o comportamento da sociedade que direciona os assuntos transmitidos pela mídia		46,90%	31,85%	21,25%
Não são os jovens que não se interessam pela política; é a política que não se interessa pelos jovens		34,51%	40,70%	24,79%
É mais fácil acessar informações falsas na internet e nas redes sociais do que na mídia tradicional (televisão, imprensa e rádio)		78,78%	14,15%	7,07%
A participação dos jovens na política é importante para a democracia do país		99,11%	0,89%	0,00%
“A alienação dos jovens e o cinismo sobre a política devem ser interpretados como resultados da exclusão e privação de direitos, em vez de ignorância ou imaturidade.” (Buckingham, 1998. p. 9)		61,96%	24,77%	13,27%
Para participar na política é preciso estar filiado num partido político		0,88%	7,09%	92,03%
	Portugal			
A política é uma área importante para a democracia		98,23%	1,77%	0,00%
O jornalismo político é um segmento importante para os media		92,92%	7,08%	0,00%
“Aparentemente os jovens são o grupo mais alienado no mundo da política e da comunicação política” (Buckingham, 2000, p.7)		39,82%	23,90%	36,28%
O jornalismo político é enfadonho para os jovens		34,51%	31,87%	33,62%
Jornais de partidos políticos não devem ser considerados parte do “jornalismo político” por serem parciais		33,62%	42,47%	23,91%
A política é uma área com pouco espaço para a participação de jovens		29,20%	18,59%	52,21%
“Se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos” (Melro, 2018, p. 196)		74,33%	12,40%	13,27%
A participação política significa apenas votar em dia de eleições		2,66%	4,42%	92,92%
O jornalismo político é necessário para os jovens		78,76%	19,48%	1,76%
É o comportamento da sociedade que direciona os assuntos transmitidos pelos media		65,48%	30,08%	18,58%
Não são os jovens que não se interessam pela política; é a política que não se interessa pelos jovens		35,39%	46,01%	18,60%
É mais fácil aceder a informações falsas na internet e nas redes sociais do que nos meios tradicionais (televisão, imprensa e rádio)		83,20%	11,50%	5,30%
A participação dos jovens na política é importante para a democracia do país		95,57%	3,55%	0,88%

“A alienação dos jovens e o cinismo sobre a política devem ser interpretados como resultados da exclusão e privação de direitos, em vez de ignorância ou imaturidade.” (Buckingham, 1998. p. 9)		46,01%	34,51%	19,48%
Para participar na política é preciso estar filiado num partido político		4,42%	8,84%	86,74%

Tabela 7: Nível de concordância dos estudantes brasileiros e portugueses em relação a afirmações de pesquisadores e outras premissas relacionadas com a política

Todos os inquiridos entre os jovens brasileiros concordaram totalmente ou concordaram que a política é importante para a democracia de um país. Cerca de 87% do grupo indicou ser o jornalismo político um segmento necessário para os jovens. Foi colocada como frase de análise a reflexão de Buckingham (2000), referida no início deste trabalho, em que o autor afirma no início de suas pesquisas que são os jovens o grupo mais alienado dentro da política. Quase 70% dos estudantes brasileiros não concordaram ou discordaram totalmente com aquela perspectiva. Talvez esse resultado seja o reflexo atemporal, já que os estudos conduzidos por Buckingham datam de mais de 20 anos atrás, ou ainda, porque quando foram realizados, os contextos sociais e de consumo eram completamente diferentes dos de hoje.

Em relação à participação dos jovens na política, sendo o consumo de notícias parte dessa integração, pouco mais de metade dos jovens brasileiros (53%) dos inquiridos discordou ou discordou totalmente sobre o jornalismo político ser enfadonho, o que significa que uma parte considerável desse público vê o jornalismo político como um segmento aborrecido. Ainda assim, a maioria destes jovens considera que para desempenhar algum papel como cidadão é preciso participar de alguma forma dos debates públicos dentro da política. Pelo menos é com isto que concorda ou concorda totalmente 99% dos brasileiros.

As mesmas sentenças foram submetidas aos jovens portugueses. Sobre a reflexão de Buckingham de que os jovens figuram como o grupo mais alienado dentro da política e da comunicação política (2000), diferente do resultado entre os estudantes brasileiros, onde a grande maioria (70%) discordou ou discordou totalmente da premissa do pesquisador inglês, entre os estudantes portugueses apenas 36% discordaram da hipótese. O nível de concordância ou concordância total foi de 39% e o restante (23%) se mostrou indiferente, ou seja, não concordaram nem discordaram.

Ao tentar compreender a frase atribuída a Buckingham, subentende-se que é preciso compreender quais fatores determinam a alienação de um determinado grupo sobre um determinado assunto. A omissão ou não participação, o baixo nível de envolvimento e a falta de interesse pela área podem figurar como possíveis critérios para determinar tal alienação. Neste caso, os jovens portugueses acreditam que são

mais passíveis dessa alienação, ou seja, se consideram menos informados, porém se mostram mais interessados pela busca de informação que os jovens brasileiros.

Os jovens brasileiros são menos humildes, ou seja, não reconhecem que podem ser considerados alienados politicamente, ou não conseguem reconhecer que ainda é baixa a participação deles dentro da política do país, o que os torna mais vulneráveis frente a uma possível “ignorância política”. As duas hipóteses são válidas, porém carecem de maior análise e estudo.

Voltando aos níveis de concordância entre os jovens portugueses, 98% deles acreditam na política como segmento importante para a democracia. Outros 92% concordam ou concordam totalmente que o jornalismo político é importante para todos os media. E ainda, 78% acreditam que o jornalismo político é importante e necessário para os jovens, enquanto 95% concordaram que a participação dos jovens na política é importante para a democracia do país.

Se é possível depreender a partir destas respostas a percepção destes jovens acerca da participação cidadã, vale a pena analisar uma das afirmações em que foi citada uma frase da pesquisadora Melro (2018) onde a mesma afirma que “se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos”. 74% concordaram ou concordaram totalmente com a afirmação da autora.

Mas a problemática dessa questão merece uma discussão mais ampla, que por hora não será feita neste estudo, mas que potencialmente tem espaço em outros estudos, já que de antemão não é possível concluir que “ser cidadão” ou “agir como cidadão” tenha como critério inicial, necessariamente, a participação ou o interesse pela política.

Se analisados os resultados entre as áreas de estudo utilizadas na análise, os resultados diferenciam-se da média geral. Sobre o jornalismo político ser enfadonho para os jovens, por exemplo, não é o que pensa 76% dos estudantes de Comunicação brasileiros. A maioria deste grupo discordou ou discordou totalmente da afirmação.

Seria necessária uma análise mais profunda acerca dos parâmetros que podem tornar o jornalismo político um segmento “desinteressante” para os jovens, e só então seria possível estabelecer algum parâmetro entre o nível de discordância dos jovens e o nível de interesse em consumir notícias sobre política. De outra forma, se o jornalismo político não é enfadonho, por que ainda há uma parcela dos jovens universitários que não o consome?

Mas a mesma opinião não é compartilhada pelos estudantes das Ciências Exatas e Engenharias no Brasil. Apenas 41% discordaram ou discordaram totalmente da afirmação. O percentual dos que concordaram totalmente ou concordaram foi de 13%, enquanto o restante (46%) não concordaram nem discordaram. Observados os resultados anteriores em relação a este grupo de estudantes, percebe-se que assim como o nível de interesse e a frequência do consumo de notícias sobre política se mostraram equilibrados se comparado aos outros dois grupos de estudantes, aqui os estudantes das Ciências Exatas e Engenharias indicaram certo pessimismo em relação ao jornalismo político. Ou talvez, traduzindo para uma visão mais simplista, eles acreditem que o jornalismo político seja importante, porém o consumo pode se limitar a certa obrigação de estar bem informado.

Assim como entre os estudantes de Comunicação, entre os estudantes das Ciências Sociais o nível de discordância ou total discordância sobre o jornalismo político ser enfadonho para os jovens foi de 60%, enquanto que 18% concordaram ou concordaram totalmente. A pesquisa mostrou que entre os estudantes de Comunicação em Portugal, pelo menos 40% concordam ou concordam totalmente com a afirmação de Buckingham (2000) de que os jovens formam o grupo mais alienado dentro do campo da política e da comunicação política. Outros 32% indicaram que não concordam nem discordam da ideia do autor, o restante (28%) discordou ou discordou totalmente acerca dessa premissa.

Essa divisibilidade e certo equilíbrio em volta da ideia do pesquisador inglês talvez retratem uma autocrítica por parte destes jovens. Num estado de senso comum talvez a expectativa fosse que a maioria ou a totalidade dos estudantes desta área discordassem de tal afirmação por serem estudantes mais próximos dos noticiários e dos temas da atualidade.

O nível de concordância entre os estudantes das Ciências Exatas e Engenharias sobre os jovens serem mal informados e alienados sobre o campo político se aproxima do valor encontrado entre os estudantes de Comunicação: 33%. Já entre os estudantes das Ciências de Sociais, apesar de 38% afirmarem que concordam ou concordam totalmente com a afirmação de Buckingham, quase metade (42%) discordou ou discordou totalmente, o que demonstra que os estudantes dessa área são mais otimistas em relação ao conhecimento dos jovens dentro do campo da política.

Ao analisar os níveis de concordância em relação à frase citada no início deste parágrafo, observou-se certo ceticismo entre os grupos de estudantes portugueses das três áreas. Eles reconhecem a importância do segmento para a sociedade, mas parte dos jovens portugueses não se opõe em indicar que o jornalismo político ainda é sim enfadonho (30% concordaram ou concordaram totalmente). Mas

como deve se comportar o jornalismo político para atrair a atenção do público jovem? Ou não é obrigação dos profissionais da área alcançarem esse público?

3. O que os jovens valorizam numa notícia?

A pesquisa propôs identificar que elementos são considerados fundamentais para os jovens quando estes leem e discutem sobre uma determinada notícia. Os resultados desse questionamento podem ser facilmente relacionados com o nível de literacia que estes possuem quando se deparam com centenas de notícias publicadas diariamente por dezenas de jornais e noticiários, ou ainda, quando podem aceder a textos publicados de forma autónoma, que podem ser considerados artigos de opinião ou notícias não apuradas.

Foram listados dez possíveis elementos e cada estudante deveria assinalar pelo menos três deles que considerasse mais importantes. Entre 70% e 76% dos jovens brasileiros indicaram a utilização de diferentes fontes de informação, o rigor da apuração e a utilização de fontes oficiais como os três principais elementos para que um facto seja considerado uma notícia credível e objetiva. Embora entre os elementos listados outros também sejam importantes para a composição de uma notícia, quer seja sobre política ou qualquer outro assunto, a indicação destes três elementos demonstra certo grau de literacia entre os jovens universitários do Brasil.

De modo geral, a maioria consegue identificar o que é minimamente necessário numa notícia. Esta pergunta foi colocada antes das questões sobre notícias falsas, pois o objetivo do autor era compreender se antes de identificar uma notícia como “*fake*”, os jovens seriam capazes de compreender o que pode ser crucial para determinar a veracidade de um facto quando explícito num texto noticiável.

Mais quais elementos os jovens portugueses consideram fundamentais ao lerem e discutirem uma notícia? De acordo com os resultados do levantamento, 90% dos inquiridos consideram o rigor da informação como principal elemento numa notícia. Em segundo lugar, os jovens universitários apontaram a imparcialidade da notícia como critério imprescindível para um facto noticioso, indicado por 69% dos jovens.

Por fim, mas não menos importante, os jovens destacaram a importância da utilização de fontes oficiais (61%) como elemento fundamental de uma notícia bem apurada e precisa. Entre os estudantes brasileiros, dois dos critérios escolhidos foram os mesmos que os critérios apontados pelos estudantes portugueses. O que demonstra que ambos os grupos de jovens possuem capacidade para identificar os

principais elementos de apuração e edição de uma notícia. O gráfico a seguir detalha as respostas de cada grupo.

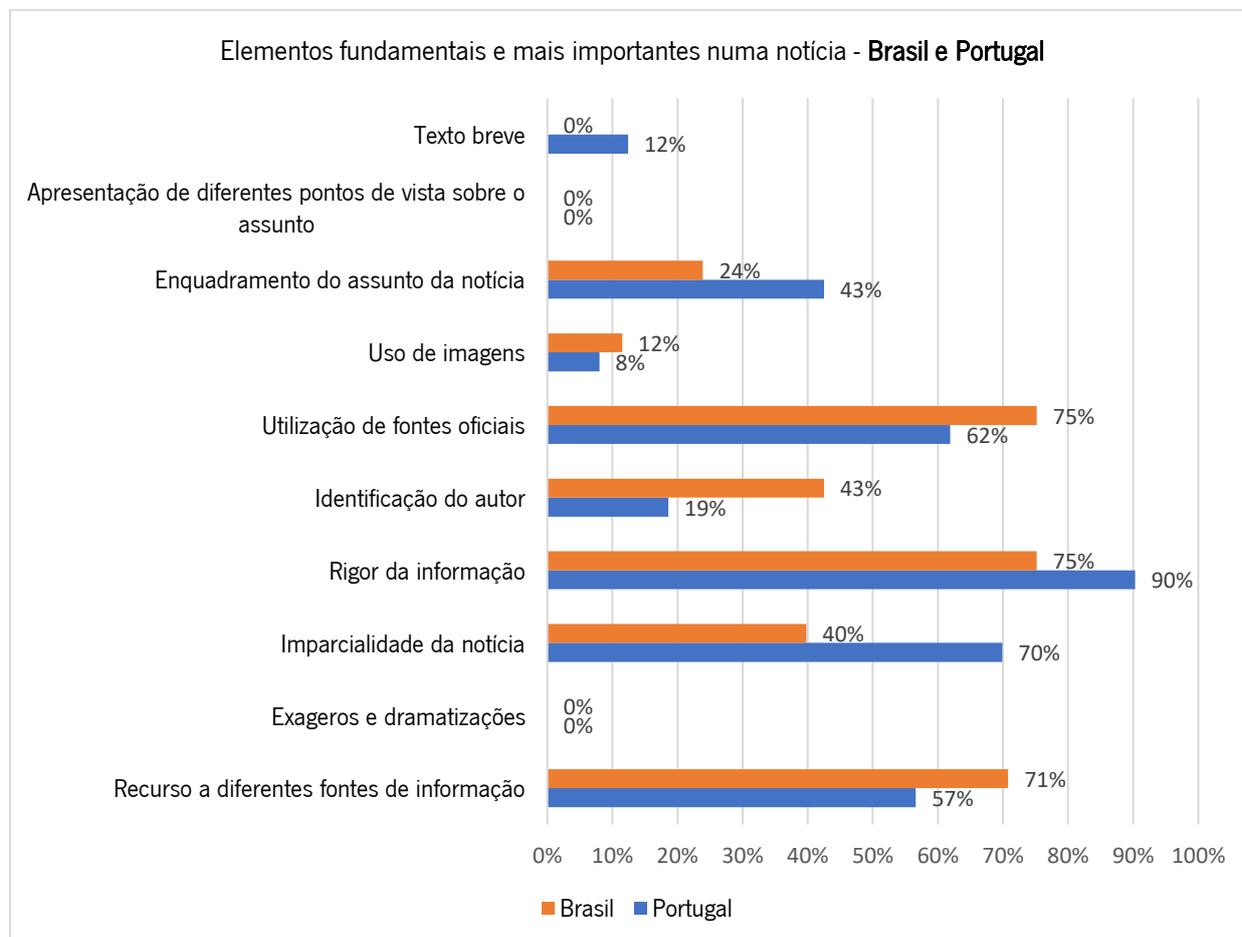


Gráfico 16: Principais elementos de uma notícia de acordo com os estudantes do Brasil e de Portugal

Além de apontar os elementos que consideravam imprescindíveis numa notícia, os jovens brasileiros e portugueses foram questionados se consideravam a linguagem das notícias sobre política uma linguagem de difícil compreensão. Em relação à linguagem utilizada pelos jornalistas políticos, 52,2% dos inquiridos no Brasil concordaram que é fácil de compreender.

Outros 39,5% afirmaram que a linguagem é difícil de compreender, porém alguns profissionais do jornalismo conseguem simplificar. Buckingham (2000) já havia citado a complexidade e certo desinteresse em relação ao conteúdo das notícias para os jovens. Mas é papel do jornalismo tornar a notícia, o facto, acessível. Tal responsabilidade também deve se aplicar ao jornalismo político.

Assim como nos resultados entre os estudantes brasileiros, os estudantes portugueses concordaram em sua maioria (48,7%) que a linguagem utilizada pelos profissionais ao escreverem ou noticiarem factos

sobre política é difícil de compreender, porém alguns destes jornalistas simplificam na hora da publicação. Outros 37,2% afirmaram que a linguagem é fácil de ser compreendida.

O elemento “exageros e dramatizações” foi considerado por ambos os grupos de estudantes como um dos elementos menos importante. Nenhum estudante indicou que este critério seja fundamental numa notícia. Exagero e drama são duas características comuns aos *tabloids*, por exemplo. A TV, por vezes, utiliza de recursos dramáticos para perpetuar verossimilhança em reportagens, para isso utiliza recursos de áudio e vídeo, além de personagens que tentem expressar diferentes sensações frente ao telespectador, conforme explica Tereza Cristina Costa Neves (2005) no artigo “A dramatização no telejornalismo”.

O elemento “apresentação de diferentes pontos de vista sobre o assunto” foi outro elemento sem qualquer indicação por parte dos jovens brasileiros e portugueses. Ou seja, nenhum dos inquiridos considera importante abordar um mesmo tema com base em diferentes opiniões. No entanto, este elemento poderia ser relacionado ao elemento “recurso a diferentes fontes de informação”, porém, neste caso, as fontes de informação são pré-determinadas de acordo com a notícia que se está apurando e pode ser que não haja espaço para opiniões diversas, com pontos de vista diferentes ou níveis de conhecimento diferentes daqueles que têm as fontes oficiais.

3.1 Já recebeu ou compartilhou uma notícia falsa?

Uma parte do inquérito propôs analisar o acesso, o consumo e o compartilhamento de notícias falsas entre os jovens dos dois países. Segundo uma pesquisa do *DataSenado*, já citada anteriormente, oito em cada dez brasileiros já identificou alguma notícia falsa pelas redes sociais. Nem sempre o receptor de uma notícia (que mais tarde pode se tornar o emissor desta mesma notícia) consegue identificar se uma ela é falsa ou não. Daí a importância da literacia midiática ser desenvolvida entre diferentes públicos, e não apenas entre os jovens. Com o uso intensificado da internet e das redes sociais, a facilidade em compartilhar uma notícia falsa tornou-se muito maior.

Os jovens brasileiros foram questionados sobre quais ações poderiam colocar em prática para identificar se uma notícia recebida ou compartilhada era falsa. 83% indicaram que verificar se há registros da mesma informação em outros meios é o caminho mais acertado para a segurança da informação. 79% dos entrevistados indicaram ainda que conferir se a notícia possui diferentes fontes de informação e se estas possuem credibilidade é sim uma das principais ações a ser colocada em prática caso haja desconfiança sobre a credibilidade de uma notícia. Por fim, 69% indicaram que a utilização de fontes

oficiais é uma das principais características de uma notícia verdadeira, logo, se a notícia publicada não possui fontes oficiais, talvez ela não seja credível.

Apesar de não ter sido indicada como uma das três principais ações para identificar se uma notícia é falsa, conferir se o título da notícia é sensacionalista ou alarmista foi indicada por quase metade dos inquiridos no Brasil. Esse elemento merece ser citado já que segundo Barradas (2012) os títulos são partes muito importantes das matérias jornalísticas e podem, de certa forma, guiar o leitor e o consumidor ao que defende o texto. Ou simplesmente podem fazer com que o leitor desista de ler o resto do texto.

A grande rotatividade de notícias e factos inverídicos talvez explique o resultado de que 91% dos jovens universitários brasileiros já recebeu, a partir de uma rede social ou outra plataforma, alguma notícia falsa. Se o questionamento é se já compartilharam alguma notícia, mesmo sabendo que era falsa, apenas 2,7% afirmaram que sim e outros 19% afirmaram que não se lembram.

Como já mencionado anteriormente, é importante entender que o acesso a factos falsos, e que posteriormente são veiculados como notícias, é um dos principais desafios do jornalismo no século XXI. E entre os portugueses, de acordo com o estudo *Comunicação e Desinformação*, realizado em 2020¹⁶ por investigadores do *Cies-Iscte*, *OberCom* e *MediaLab*, a propagação de notícias é um problema em potencial. De acordo com o levantamento, 70% dos entrevistados afirmaram que já se depararam com notícias falsas ao buscarem conteúdo para ler. Já o relatório *Reuters Digital News Report 2021*¹⁷ indicou que três em cada quatro portugueses se dizem preocupados em verificar se uma notícia é verdadeira antes de consumi-la.

Os estudantes portugueses foram questionados sobre as possíveis ferramentas que poderiam utilizar para identificar ou comprovar se uma notícia é falsa. Assim como os brasileiros, eles poderiam indicar até três elementos que considerassem mais importantes. Conferir se a notícia possui diferentes fontes de informação e se estas possuem credibilidade é a ferramenta mais importante para 80% dos inquiridos.

Em segundo lugar, como elemento considerado mais importante pelos estudantes portugueses, aparece a verificação de registros da mesma informação em outros meios de comunicação (79%). O que é comum dentro do jornalismo político já que fatos políticos considerados relevantes são noticiados por meio de fontes oficiais (Governo, políticos, instituições políticas, partidos políticos), o que facilita a publicação do

¹⁶ <https://medialab.iscte-iul.pt/comunicacao-e-desinformacao/> Acesso em 18/11/2021

¹⁷ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> Acesso em 18/11/2021.

mesmo fato por diversos meios de comunicação, com exceção de “furos jornalísticos” que também podem ocorrer na política. O terceiro lugar, assim como entre os estudantes brasileiros, aparece a utilização de fontes oficiais (65%) como uma das ferramentas mais importantes para tentar comprovar que uma notícia é falsa. Os três elementos escolhidos foram os mesmos escolhidos pelos estudantes brasileiros.

Quase a totalidade dos estudantes portugueses (85%) confirmou que já recebeu alguma notícia falsa, enquanto que apenas 1,8% confirmou que já partilhou uma *fake new*. Felizmente, o número de estudantes que já partilhou notícias falsas é baixo nos dois países, o que pode estar relacionado aos níveis de literacia que estes estudantes possuem, análise já demonstrada na secção anterior.

4. O público jovem universitário confia na informação sobre política?

A terceira parte do questionário com os jovens brasileiros e portugueses avaliou o nível de confiança que estes possuem quando consomem notícias. Em relação às notícias sobre assuntos gerais, de acordo com os universitários brasileiros, aquelas publicadas nos meios de comunicação tradicionais (TV, rádio e imprensa) são as mais confiáveis. Porém, os portais de notícias *online* também aparecem como espaço confiável para o consumo de notícias generalistas.

Já as notícias publicadas ou compartilhadas pelas redes sociais figuram entre as menos confiáveis pelo grupo. 84% dos respondentes afirmaram que confiam mais ou menos, têm pouca confiança ou nenhuma confiança nas notícias publicadas nesses espaços. Os resultados para os níveis de confiança nos meios de comunicação, quando o assunto é política, foram equilibrados, porém, os meios tradicionais mais uma vez são considerados os mais confiáveis, conforme se observa no gráfico a seguir.

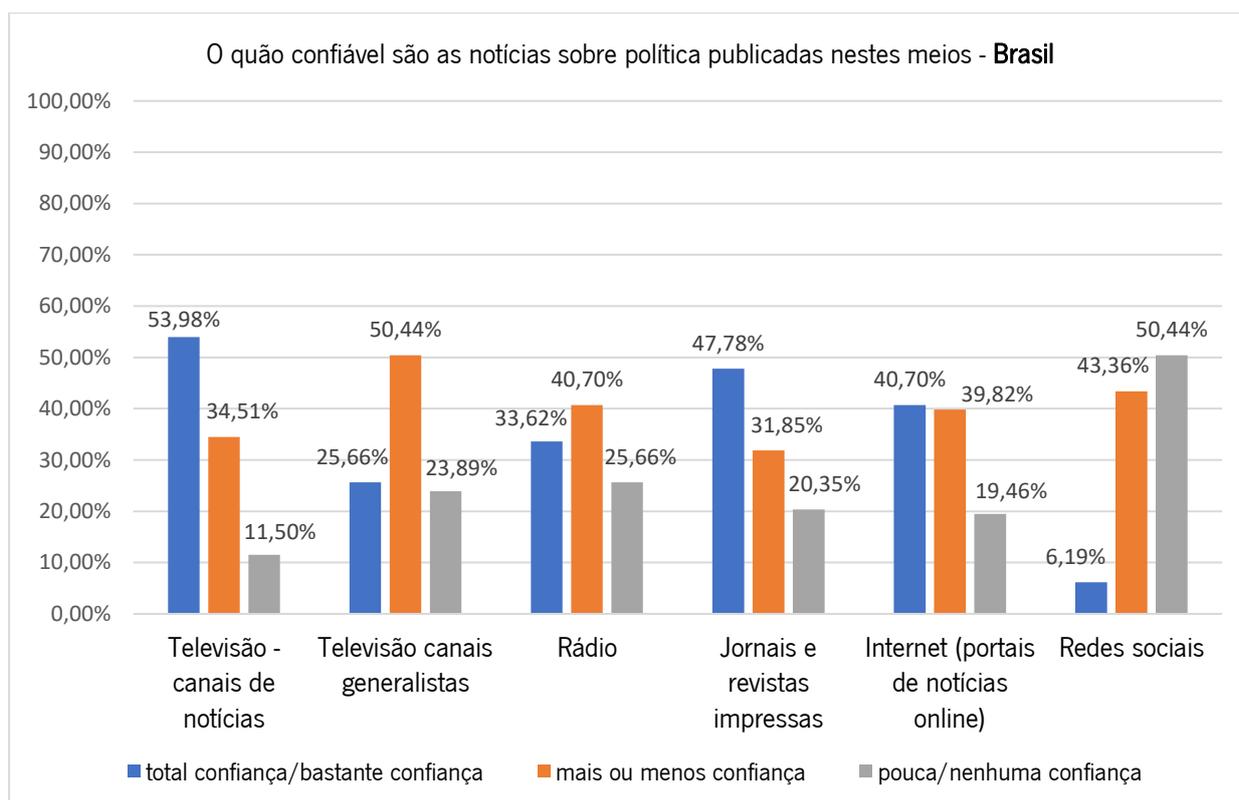


Gráfico 17: Nível de confiança depositado pelos jovens brasileiros em determinados meios de comunicação

Entre os universitários portugueses, os dados mostraram que entre 72% e 89% dos jovens portugueses depositam total ou bastante confiança nos canais de notícias na TV, no rádio e nos jornais e revistas impressas quando estes meios publicam notícias sobre assuntos gerais. Já os níveis de confiança em notícias de informação geral publicadas na internet (portais de notícias *online*) figuram como aceitáveis para cerca de 49% dos inquiridos. A exceção são as notícias publicadas nas redes sociais, que para 54% dos jovens são pouco ou nada confiáveis. Outros 34% afirmaram que confiam mais ou menos nas notícias publicadas nesse meio. Os resultados são parecidos com os números entre os jovens brasileiros, porém com uma leve diferença que destaca a desconfiança maior entre os brasileiros.

A mesma pergunta foi feita aos jovens portugueses, só que agora sobre o nível de confiança que estes possuem a respeito de notícias sobre política. Os resultados não foram muito diferentes daqueles calculados sobre o nível de confiança em relação a assuntos gerais. E novamente as redes sociais são os espaços de publicação menos confiáveis. E os meios de comunicação tradicionais como a TV e os jornais e revistas impressas são os meios com os maiores níveis de confiança, como se pode observar no gráfico abaixo.

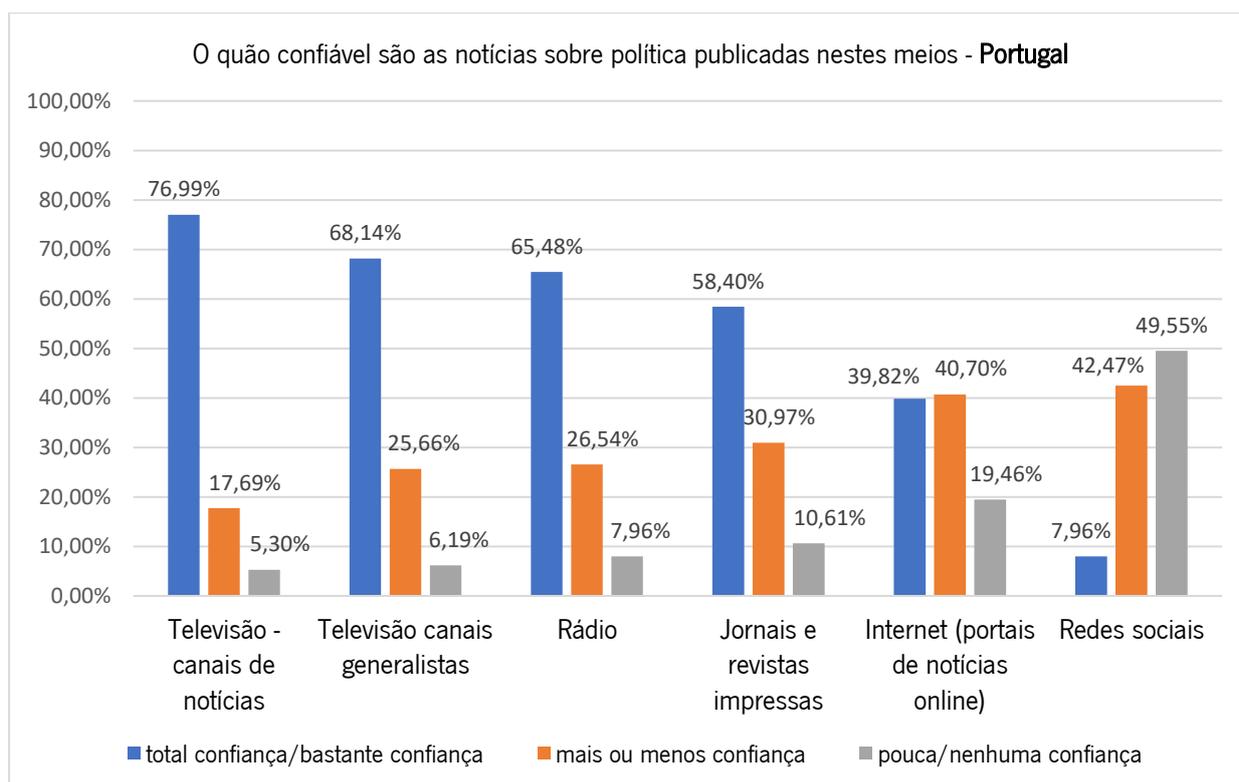


Gráfico 18: Nível de confiança depositado pelos jovens portugueses em determinados meios de comunicação

A confiança nas fontes de informação pode justificar o interesse do público ao consumir uma notícia, seja ela sobre política ou outro campo. A credibilidade da fonte pode determinar o quão credível será a notícia, conforme explica Santos (2003). Quando perguntados sobre o nível de confiança que possuem em diferentes fontes de informação, os jovens universitários brasileiros indicaram que os investigadores e cientistas e os especialistas figuram entre as fontes mais confiáveis. Enquanto que instituições como o Governo e atores públicos como os políticos, são os menos confiáveis. Esses mesmos resultados em relação às fontes menos confiáveis seguem em outras pesquisas já realizadas no Brasil, como a pesquisa *Confiança nas Instituições*¹⁸, do Instituto *Datafolha*, realizado em 2018

Segundo os estudantes universitários portugueses são os especialistas e os investigadores/cientistas as fontes mais confiáveis dentro do jornalismo. 88% e 85% dos inquiridos indicaram que confiam ou confiam totalmente nesses profissionais quando estes aparecem como fontes em notícias. Porém, diferentes dos estudantes brasileiros, os estudantes portugueses possuem um nível de confiança maior sobre os políticos e sobre o governo. 68% dos estudantes confiam ou confiam mais ou menos nos políticos. Já 75% confia ou confia mais ou menos no Governo como fonte oficial. Essa diferença pode ser explicada

¹⁸ <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/06/15/e262facbdfa832a4b9d2d92594ba36eeci.pdf>. Acesso em 17/11/2021.

pela proximidade do Parlamento com os jovens (ou pela falta dela), ou ainda pela quantidade de membros que possui o Parlamento, o que torna mais fácil a proximidade dos políticos com o público jovem. Outra hipótese é a de que os jovens portugueses se veem mais representados na política do que os jovens brasileiros.

5. Participação política e cidadã entre os jovens

Parte deste estudo tem por objetivo compreender o quão importante é para os jovens universitários envolverem-se no campo político e não apenas consumir notícias sobre política. Sobre a participação política dos jovens ou apenas sobre o envolvimento não direto com a política, eles foram questionados se participam de algum movimento ou organização política. Os resultados não indicaram nenhum número alarmante, mas mostraram que a maioria, no caso dos jovens brasileiros, tem algum interesse no campo político como membro atuante.

Este estudo ocorreu num momento ímpar do Brasil, no qual os debates políticos, e mais especificamente a atuação do governo, estava em pauta diariamente nos noticiários, o que pode indicar um possível aumento do nível de interesse desse grupo em participar dos debates e discussões no campo. Com destaque para 54% dos jovens que indicaram que um dia poderão filiar-se a um partido político. 51,3% dos jovens brasileiros indicaram que pretendem participar de alguma organização ou movimento político. Enquanto que 13,3% dos estudantes afirmaram que atualmente fazem parte de uma organização estudantil, centro acadêmico, comitê universitário ou associação de estudantes.

As últimas eleições nacionais para escolha de presidente em Portugal ocorreram em 2021. 85% dos entrevistados votaram em algum dos candidatos. Desse número, 25% tinham na época 18 ou 19 anos de idade. Logo, a maioria dos votantes é maior de 20 anos ou está mais adiantada nos semestres correspondentes aos seus cursos. Cita-se esse resultado devido ao facto de que posteriormente a idade dos entrevistados pode ser um dos determinantes do nível de interesse por notícias sobre política.

Ao serem questionados se participam de algum movimento ou organização política, 42% dos jovens portugueses indicaram que nunca irão participar, número menor que o indicado entre os brasileiros. Já 38% mostraram interesse em participar um dia. Outros 14% atualmente participam de algum destes segmentos. Este último resultado é quase o mesmo que entre os estudantes brasileiros. Se o segmento político é algum segmento formado dentro do ambiente acadêmico, como uma organização estudantil, centro acadêmico, comitê universitário ou associação de estudantes, por exemplo, 15% afirmaram que

atualmente participam e 40% pretendem participar um dia. Já outros 34% afirmaram que nunca irão participar.

Já sobre a possibilidade de se filiar num partido político, último questionamento sobre a participação dos jovens, 60% dos inquiridos indicaram que poderão filiar-se no futuro. Outros 35% nunca se irão filiar. Apenas 4,4% dos jovens portugueses atualmente são filiados a um partido político. O número é levemente maior que o resultado entre os estudantes brasileiros. Os gráficos a seguir, separados por temas, demonstram os resultados entre os dois grupos de estudantes.

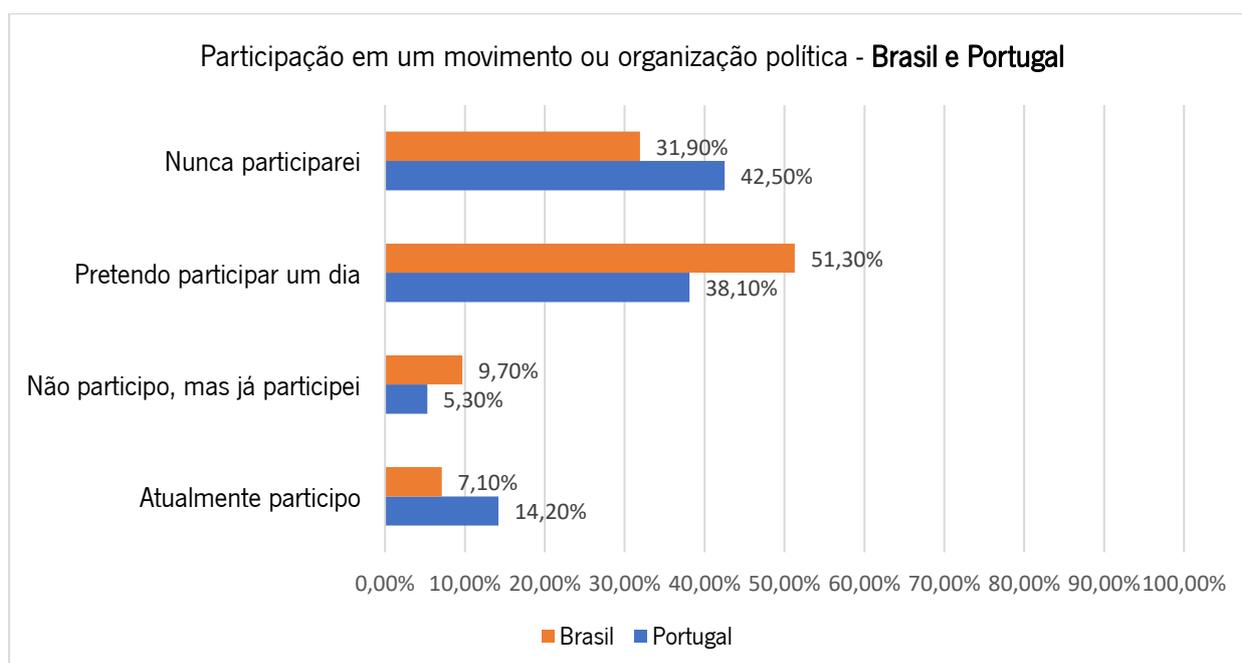


Gráfico 19: Proporção de estudantes brasileiros e portugueses participantes de movimentos sob a ótica política fora da universidade

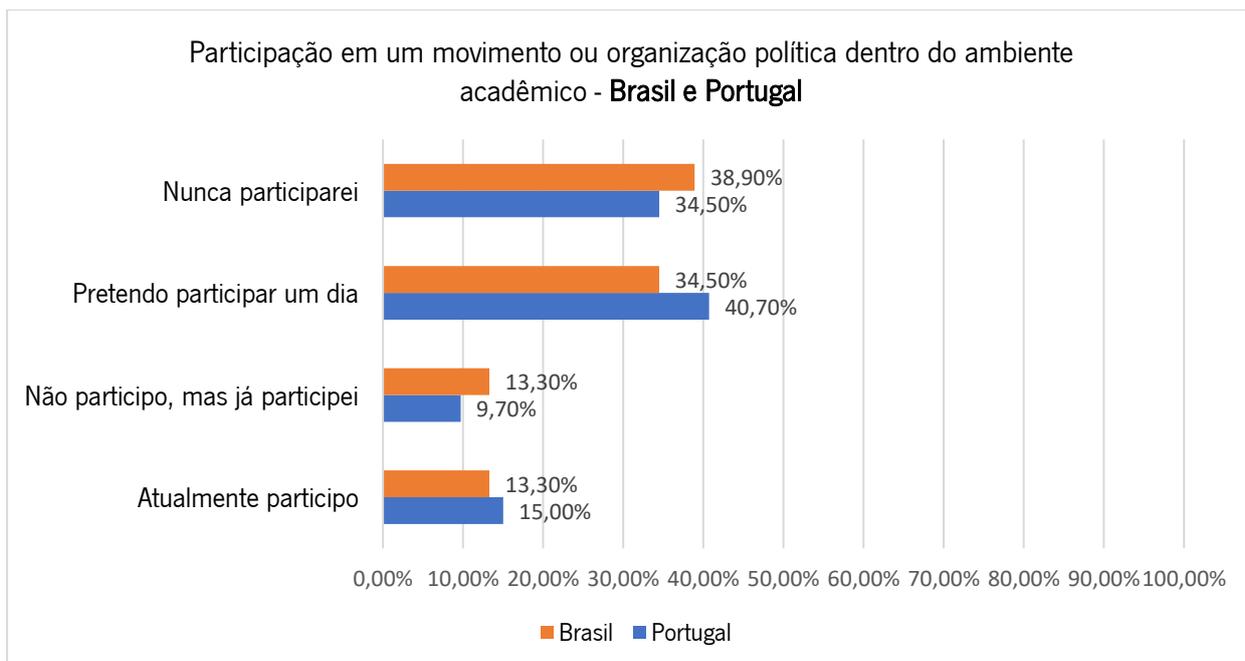


Gráfico 21: Proporção de estudantes brasileiros e portugueses participantes de movimentos sob a ótica política dentro da universidade

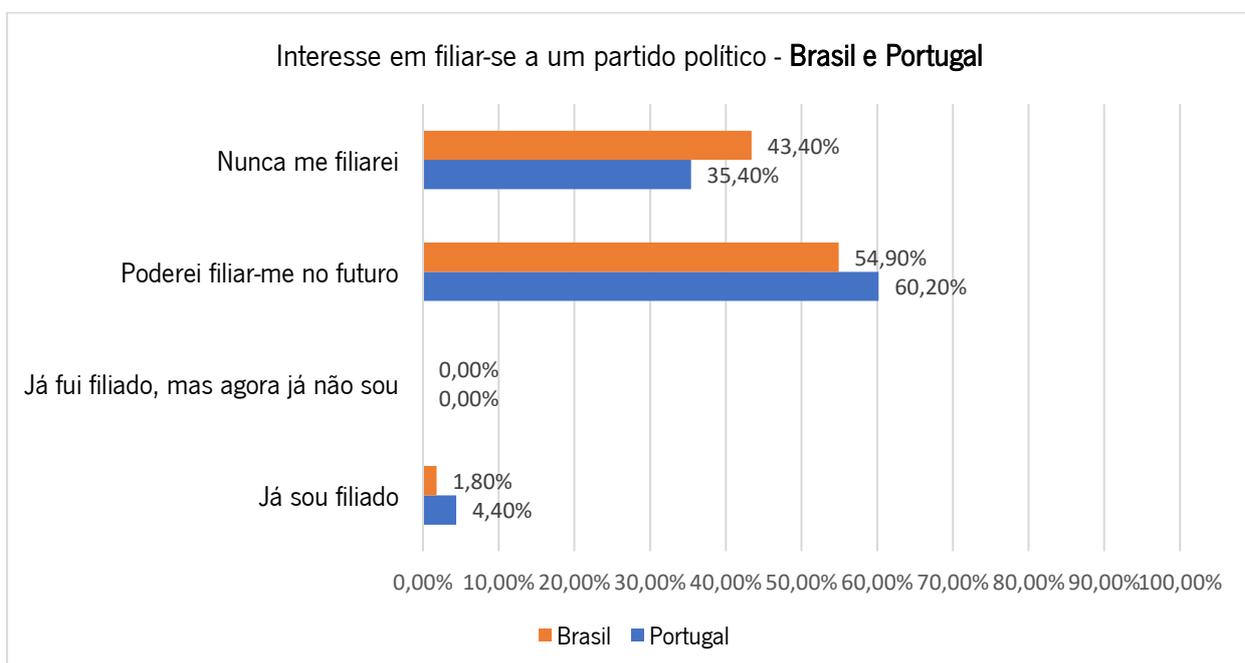


Gráfico 22: Proporção de estudantes de acordo com a filiação partidária (Brasil e Portugal)

A participação política dos jovens, como já indicado até agora, é uma parte imprescindível do papel do jovem na sociedade enquanto cidadão. Ao defenderem a importância dessa participação, Buckingham (2000) e Brites (2015) - pesquisadores cujos os estudos sobre essa temática foram realizados em épocas

com contextos completamente diferentes - destacam que o espaço para o jovem na sociedade enquanto ator social legitima-se na medida em que este entende a potencialidade de participação em debates sociais, indo muito além do consumo de notícias.

Ao responderem sobre a participação em algum movimento ou organização política, 11% dos estudantes de Comunicação no Brasil confirmaram que participam atualmente. Outros 5% já participaram e cerca de 64% pretendem participar um dia. Porém, se o mesmo questionamento é feito em relação à participação numa organização estudantil, centro ou diretório acadêmico, comitê universitário ou associação de estudantes, os resultados são um pouco diferentes. Apenas 11% participam, enquanto que pouco mais da metade (52%) afirmaram que nunca irão participar.

O nível de participação em um movimento ou organização política entre estudantes de Engenharias e Ciências Exatas no Brasil é menor que o grupo anterior. Apenas 1,9% atualmente têm presença num movimento ou organização política. Outros 11,3% já participaram; já o restante se divide pela metade entre os que pretendem participar um dia (43,4%) e os que nunca irão participar (43,4%).

Se a participação num evento político externo não chama a atenção dos estudantes de Ciências Exatas e Engenharias, o mesmo não ocorre em relação à presença em algum segmento político acadêmico (interno). Cerca de 16% dos estudantes brasileiros desse grupo participam atualmente de alguma organização estudantil, centro acadêmico, diretório, comitê universitário ou associação de alunos. 39% desejam participar até o fim do curso e outros 3% já participaram. O restante dos estudantes (42%) indicou que nunca irá participar desse tipo de organização.

Entre os estudantes das Ciências Sociais, considerados até agora os mais interessados em notícias sobre política, a participação política também é maior que entre os estudantes dos dois grupos anteriores, tanto externamente (organização ou movimento político) quanto internamente (associação acadêmica, comitê universitário, diretório de estudantes, centro acadêmico, etc.) Cerca de 14% destes estudantes participam de algum movimento político fora da universidade, outros 14% já participaram e a grande maioria (53%) pretende participar um dia, sendo o número de estudantes que nunca pretendem ser ver neste papel menor que 20%.

Internamente, os números ainda são mais consideráveis que os resultados entre os alunos dos grupos anteriores. 9% atualmente participam de algum movimento político dentro do ambiente acadêmico, outros 23% já participaram. Outros 27% afirmaram que querem participaram um dia, enquanto que o restante (cerca de 41%) nunca irá participar. Apesar deste último grupo ter um número de adeptos um

pouco maior que o grupo anterior, o nível de participação ainda se mantém mais alto se forem considerados aqueles que já participaram internamente.

Se a análise é sobre o espaço para o jovem dentro do campo da política em Portugal - e subentende-se aqui que esse espaço se trata não apenas da oportunidade de consumir informação sobre política, mas também participar como membro em segmentos político-sociais como, por exemplo, partidos políticos ou comités acadêmicos ou ainda associações comunitárias - os resultados indicam que a falta de espaço não é problema. Pelo menos foi o que afirmou metade dos estudantes portugueses. Esse grupo discordou ou discordou totalmente da afirmação de que a política ainda é um campo com pouco espaço para os jovens. 20% dos inquiridos indicaram que nem concordam nem discordam e outros 30% concordaram com a afirmação.

Sobre o exercício do voto eletivo durante as eleições para presidente da República, como já explicitado anteriormente, a extensa maioria dos estudantes portugueses votou nas últimas eleições (janeiro/2021). Mas se a participação neste caso vai além do voto no dia de eleição, sendo considerado a presença num movimento ou organização política, 37% dos estudantes de Comunicação afirmaram que pretendem participar um dia, porém, atualmente nenhum estudante desta área participa de algum segmento político. Em contrapartida, pelo menos metade deles (50%) afirmou que nunca irá participar. Neste caso, observa-se que a participação política em movimentos mais próximos desse grupo de estudantes ainda é muito baixa.

Os estudantes das Ciências Exatas e Engenharias em Portugal se mostraram muito mais engajados politicamente do que os estudantes de Comunicação. De acordo com os resultados, 20% dos estudantes portugueses dos cursos destas áreas atualmente participam de algum movimento ou organização política. Outros 45% afirmaram que podem participar um dia e apenas 35% indicaram que nunca irão participar. Mais uma vez o questionamento que se levanta é por que há essa grande diferença entre a participação destes jovens?

Já entre os estudantes das Ciências Sociais, quase a metade (44%) indicou que pretende participar um dia, número superior aos resultados dos dois grupos anteriores. O número de estudantes das Ciências Sociais que atualmente participa também é maior que o número de acadêmicos da Comunicação: 14%. Outros 8% já participaram anteriormente. Nota-se que pelos menos 68% dos estudantes desse grupo já tiveram, têm ou desejam ter algum tipo de atuação dentro da política, o que os define como grupo mais engajado ou interessado no campo.

A mesma análise foi feita para a participação política em nível acadêmico (organização estudantil, centro acadêmico, comitê universitário ou associação de estudantes). E os números indicaram diferenças em relação ao questionamento anterior. Entre os estudantes de Comunicação, por exemplo, 8% já participaram de algum segmento político dentro do ambiente acadêmico e outros 8% atualmente participam. Outros 32% pretendem participar um dia. Apesar de metade afirmar que nunca irá participar de algum destes segmentos, este cenário se mostra mais otimista em relação à participação política no futuro, já que mesmo que o número de estudantes que pretende participar um dia seja bem menor que a média, as chances de algum deles manter alguma relação com o campo político após finalizar a universidade é maior.

Entre os acadêmicos das Ciências Exatas e Engenharias, apenas 29% afirmaram que nunca irão participar de algum destes segmentos políticos dentro do ambiente acadêmico. O restante (71%) divide-se entre aqueles que já participaram, que participam atualmente ou que pretendem participar algum dia. E novamente este grupo se mostra mais ativo politicamente do que o grupo anterior. 40% dos estudantes dos cursos da área das Ciências Sociais pretendem participar um dia de alguns dos segmentos. Outros 18% participam ou já participaram politicamente de pelo menos um dos movimentos políticos dentro do ambiente acadêmico.

Para finalizar a análise sobre a participação política dos jovens portugueses, e de forma a observar as diferenças entre os estudantes das diferentes áreas, os estudantes foram questionados sobre o interesse em filiar-se a um partido político. Diferente dos resultados anteriores, o grupo de jovens que estudam Comunicação é o que possui o maior número de filiados partidários (8%), mas em contrapartida é também o grupo com a maior rejeição em relação a filiação a um partido político (40%).

Entre os estudantes de Ciências Exatas e Engenharias 5% já são filiados, 58% disseram que poderão se filiar um dia e 37% rejeitaram a ideia de possuir vínculo com algum partido político. Entre os estudantes de Ciências Sociais, 3% são filiados, 63% afirmaram que poderão filiar-se no futuro e 34% rejeitaram a ideia.

DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao retomar a pergunta de investigação “os jovens universitários se interessam por notícias sobre política?” enunciada no capítulo metodológico e tida como fio condutor deste trabalho, a resposta é positiva no sentido de que tanto no Brasil quanto em Portugal os estudantes universitários indicaram algum nível de interesse por notícias sobre política. Pode-se observar ainda que estes possuem níveis diferentes de frequência ao acessarem conteúdo do campo político.

As práticas de consumo de notícias sobre política assim como os níveis de interesse por esse tipo de informação podem variar de acordo com o contexto em que os cidadãos se encontram. A investigação desenvolvida neste trabalho analisou e refletiu sobre como os jovens universitários da UnB, no Brasil, e da UMinho, em Portugal, consomem notícias sobre política e se têm algum tipo de interesse em participar de pautas que estejam relacionadas com a política. Os resultados foram, de certa forma, positivos nos dois grupos de estudantes, conforme indicaram os principais resultados do levantamento.

Em síntese, as redes sociais e o telemóvel conectado à internet figuraram como principais plataforma e meio de acesso a conteúdo em geral, tanto no Brasil quanto em Portugal. Ainda em relação às práticas de consumo, como esperado, os meios de comunicação mais tradicionais (TV, rádio e Jornais e revistas impressas) possuem cada vez menos espaço entre os jovens brasileiros e portugueses, mas contraditoriamente estes também são os media em que este grupo da população mais confia. Destaca-se, porém, que a média de acesso entre os estudantes portugueses aos três meios citados acima, somada ao acesso aos livros como fonte de informação, é maior que o acesso aos mesmos meios entre os estudantes brasileiros.

Tanto no Brasil quanto em Portugal, os estudantes se mostraram, em média, interessados e informados sobre assuntos relacionados com o campo político. Porém, não é a totalidade dos estudantes universitários que se propõe consumir algum tipo de notícia diariamente. Mesmo que a pesquisa tenha indicado o reconhecimento dos estudantes de que a política é uma área importante tanto para a democracia quanto para o próprio jornalismo, os resultados da pesquisa permitem indicar que este campo ainda não é convidativo o bastante para boa parte dos jovens nos dois países.

Sobre as práticas de consumo dos média, em ambos os grupos, os estudantes possuem médias razoáveis de acesso a informações do campo político. Os jovens buscam aceder a informações por meio de diversos meios de comunicação, mas especialmente através da internet e das redes sociais. Para os dois grupos da amostra, sem considerar a separação entre as áreas de estudo, esse equilíbrio entre a

frequência de acesso e o interesse pelo assunto é desproporcional ou, pelo menos, insuficiente. Ou seja, resumidamente, os jovens frequentemente acedem aos conteúdos sobre política, mas possuem baixos níveis de interesse por esse tipo de notícia.

As redes sociais são utilizadas para acederem a notícias em geral por mais de 70% dos estudantes de ambos os grupos, porém, são elas também os media menos confiáveis. Se o assunto acessado é sobre política, mais de metade dos estudantes no Brasil e em Portugal o fazem por meios das redes sociais. Já os meios tradicionais são acessados pela minoria em ambos os países. No caso da utilização da TV para consumir notícias sobre política, em Portugal, mais de 60% dos jovens o fazem, no Brasil apenas 35%. Rádio e jornais e revistas impressas são os menos acessados em ambos os países quando o assunto é política.

De modo geral, notícias sobre política de carácter nacional, ou seja, assuntos mais gerais dentro do campo político são os que mais interessam, tanto aos estudantes brasileiros quanto aos portugueses, ficando para trás as notícias regionais e as notícias internacionais. Mais de metade em ambos os países se considera informada ou bem informada sobre o campo da política. Sobre as pessoas mais prováveis com quem podem discutir temas e notícias sobre política, entre os estudantes brasileiros são os amigos as figuras mais próximas ao estabelecer uma conversa sobre política, já entre os estudantes portugueses essa proximidade é maior junto aos familiares.

Ao indicarem o que consideram fundamentais numa notícia, para os estudantes de ambos os países, a imparcialidade da notícia e o rigor aplicado durante a apuração e publicação dos factos da notícia configuram os principais elementos na hora de divulgar uma informação, seja ela sobre um assunto geral ou sobre política. Já em relação à verificação de elementos que indicam a credibilidade de uma notícia, tanto para os estudantes brasileiros quanto para os estudantes portugueses, são a verificação da mesma informação em outros meios, a inclusão de diferentes fontes de informação e a utilização de fontes oficiais as três principais ferramentas.

No que diz respeito à participação em algum movimento político externo, ou seja, fora da universidade, mais de 50% dos estudantes em ambos os países já participaram, participam ou pretendem participar um dia. Se a participação política diz respeito a algum movimento dentro do ambiente académico, novamente mais da metade de ambos os grupos já viveram, vivem ou pretendem viver esta experiência.

Na tentativa de encontrar certo equilíbrio entre a frequência de acesso a notícias sobre política e o nível de interesse dos jovens por assuntos deste campo, o que se notou é que esse equilíbrio talvez só exista

entre os estudantes de Ciências Sociais e de Comunicação no Brasil. Outro ponto conclusivo é que, diferente do que se supôs no início desta pesquisa, a participação na política como “ator político” não possui grande relação com o consumo de notícias sobre política. Ou seja, o jovem que consome frequentemente notícias sobre política não possui, necessariamente, atuação em algum movimento político acadêmico ou externo.

Como é o caso dos estudantes de Ciências Exatas e Engenharias em ambos os países, que apesar de fazerem parte do grupo que menos se interessa, consome e acessa notícias sobre política, possuem os níveis de participação política em movimentos acadêmicos e externos mais altos que os demais grupos. E ainda, de acordo com o levantamento, estudantes deste grupo também se mostraram mais dispostos em participar de algum segmento dentro da política no futuro.

Cita-se o grupo de estudantes de Ciências Sociais no Brasil como grupo que se apresenta como o mais bem informado e com os maiores níveis de acesso a assuntos sobre política, sendo que os mesmos se reconhecem como bem informados na área. O mesmo não ocorre entre os alunos de Ciências Exatas e Engenharias dos dois países, e entre os estudantes de Ciências Sociais e Comunicação em Portugal. Entre estes grupos existe certa resistência em admitir que eles são mal informados ou que os seus níveis de informação política são baixos, como mostraram os dados.

O jornalismo político, enquanto segmento do jornalismo que desempenha um importante papel dentro do sistema democrático de um país (Barnett, 1997), é também parte crucial do desenvolvimento da sociedade e dos seus cidadãos, incluindo os jovens. E apesar de certo pessimismo e até distanciamento deste grupo em relação à política, conforme indicaram as reflexões de alguns autores como Buckingham (2000) e Brites (2015), este grupo é parte imprescindível para o desenvolvimento da cidadania e da democracia na sociedade.

Os resultados do levantamento realizado nos dois países indicaram que os dois grupos de estudantes são informados sobre a política de seus países, apesar de os níveis de acesso às notícias desta área não poderem ser considerados proporcionais a este interesse. A análise mostrou que em ambos os grupos, os estudantes conhecem e entendem quais critérios são considerados imprescindíveis para que uma notícia sobre política seja considerada verdadeira e útil.

Se observou que os meios tradicionais continuam sendo os mais confiáveis entre os jovens, mas ironicamente também são estes os meios menos utilizados por este grupo, sendo que os resultados nos dois países se mostraram parecidos neste sentido. Outro resultado relevante para considerações futuras

é que participar em debates e discussões políticas não significa necessariamente possuir interesse por notícias sobre política, como demonstrado no levantamento. Entre os estudantes das áreas de Ciências Exatas e Engenharias, por exemplo, em ambos os países, os níveis de participação em algum segmento político se mostrou mais alto que os níveis de consumo de notícias sobre política.

O que se conclui é que os jovens formam um grupo da sociedade que é suscetível a rápidas mudanças, incluindo aquelas voltadas às práticas de consumo de notícias. Mas também se mostra como indivíduos sociais que conseguem consumir informação e ao mesmo tempo participar como cidadãos. Cita-se ainda a grande transformação causada pelas novas tecnologias, possibilitando práticas inovadoras de consumo de notícias o que, de acordo com os resultados deste levantamento, conduz o jovem a se interessar muito mais por notícias publicadas nas redes sociais, por exemplo, apesar destas serem consideradas as menos confiáveis pelos estudantes de ambos os países.

Passando por uma breve análise sobre o que é o jornalismo político e o seu papel e importância na sociedade, até chegar a um resumo de como se desenvolveu e se encontra atualmente o jornalismo político no Brasil e em Portugal, este trabalho mostrou ainda como o jornalismo político se relaciona com o público jovem, mas sem especificar mais profundamente as possíveis razões que levam a acreditar que este segmento do jornalismo é desinteressante para este grupo.

Destacam-se ainda breves análises que ajudaram a entender como os jovens entendem a importância da participação em sociedade enquanto cidadãos, sendo a literacia mediática, por exemplo, um dos pontos de análise que vai ao encontro dos resultados do levantamento sobre como estes dois grupos consomem, acedem e discutem informações sobre política.

O jornalismo político é presente na vida dos estudantes da amostra, seja em Portugal ou no Brasil, este segmento de informação é a base para que os indivíduos conheçam e participem das decisões sociais e políticas que irão estabelecer diversos pontos voltados ao bem-estar cidadão. São os jovens da geração atual atores que possuem potenciais de transformação social e política, mas para exercer este papel é necessário que se interessem e que participem na sociedade. E para tal objetivo, as notícias constituem importantes ferramentas.

Ao recordar o estudo conduzido por Buckingham (1998), ele indicou ao final de suas reflexões que a figura do jovem alienado e cínico sobre o campo político poderia ser interpretado como uma figura construída a partir da exclusão e da privação de certos direitos. O que se observa é o funcionamento de um ciclo onde a sociedade enxerga nos media a função de apurar e publicar informações relevantes

sobre o campo da política, informações que podem alterar o bem estar social assim como definir práticas cidadãs, além de manter a população informada sobre o papel desempenhado por aqueles que possuem funções de interesse público.

Se esta relação entre sociedade e jornalismo político funcionar de forma positiva, as chances de estes jovens não serem apenas consumidores de notícias, mas de assumirem também o papel de participantes e atores políticos conscientes e preocupados em transformar a sociedade poderão ser maiores. Eles se verão representados e valorizados enquanto cidadãos.

BIBLIOGRAFIA

- Afinal, o que é jornalismo. Retirado de <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed719-afinal-o-que-e-jornalismo/>. Acesso em 16/11/2021.
- Alon-Tirosh, M. & Lemish, D. (2014). "If i was making the news": what do children want from news? *Participations – Journal of Audience & Reception Studies*, 11(1), 108-128.
- A. M. & Alvarado, S. V. (2015). Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2), pp. 581-594.
- Barradas, Maria Filomena. Títulos de notícias: o que nos dizem, como nos dizem - Trabalho apresentado no III Seminário de I&DT, organizado pelo C3i – Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico de Portalegre. Dezembro de 2012.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, e. & Matassi, M. (2017). Incidental News: How young people consume news on social media. Comunicação apresentada no(a) 50th Hawaii International Conference on System Sciences, Honolulu (pp. 1785–1792).
- Bourdieu, P. & Passeron, J. (2006). *Los herederos, los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Brasil perde 46 milhões de leitores em quatro anos. Retirado de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>. Acesso em 17/11/2021.
- Brites, M. J. (2010). Jovens (15-18 anos) e informação noticiosa: a importância dos capitais cultural e tecnológico. *Estudos em Comunicação*, (8), 169-192.
- Brites, M. J. (2013). O papel das notícias na construção da participação cívica e política dos jovens em Portugal: estudo de caso longitudinal (2010-2011). Tese de Doutoramento. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Brites, M. J. (2015). Jovens e culturas cívicas: por entre formas de consumo noticioso e de participação. Covilhã: Labcom.IFP.
- Buckingham, D. (1998). The making of citizens: young people, television news and the limits of politics. *Youth and global media: papers from the Manchester broadcasting symposium*, pp. 123-134.
- Buckingham, D. (2000). *The making of citizens: young people, news and politics*. London: Routledge.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Wiley, 232 pages.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós (edição original inglesa de 2003).
- Buoro, Cibele Maria. *O Jornalismo Político no Brasil – Sua trajetória*. 2010. 312 f. Dissertação (Mestrado em Processo Comunicacionais) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.
- Canavilhas, J. (2009). *A Comunicação Política na Era da Internet*. Em <http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>. Acesso em 09/03/2022

Cinco ponto três milhões de portugueses usam redes sociais. Retirado de <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~2429.aspx>. Acesso em 15/11/2021.

Cláudio Coelho Dimas A. Künsch José Eugenio de O. Menezes Organizadores Jornalismo e contemporaneidade Um olhar crítico. 2015 São Paulo, plêiade.

Costa, Carlos. A formação do jornalista: olhar crítico e contemporaneidade. Revista Eletrônica da Pós-Graduação da Cásper Líbero ISSN 2176-6231 Volume 7, nº 3, Ano 2015.

Costa, C. P. R. (2018). A influência dos media na participação política do público jovem em contexto europeu. Dissertação de mestrado. Faculdade de Letras, Universidade do Porto.

Cook, Timothy, E. O jornalismo político. 2015. Dossiê: "Mídia, Política e Democracia" Rev. Bras. Ciênc. Polít. (6) • Dez 2011 • <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200009> - Revista Brasileira de Ciência Política, nº 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, pp. 203-247.

Dahlgren, P. (2015). Prefácio. in M. J. Brites (ed.), Jovens e culturas cívicas: por entre formas de consumo noticioso e de participação. (pp. 1–4). Covilhã: Livros Labcom.

Delorme, M. I.C. (2013). As crianças e as notícias da televisão. Educação em Revista, 29(1), 205-223

Doretto, Juliana. (2016). 'Fala connosco!': o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil. Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa.

Figueira, João. Os jornais como actores políticos. Coimbra: Edição Minerva, 2007.

Gonçalves, T. (2015). Públicos e consumos de média: o consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Retirado de <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvJltzOjM5OiJtZWRpYS9maWN0ZWlyb3Mvb2JqZWNOb19vZmZsaW5lZ4My5wZGYiO3M6NjoidGI0dWxvJltzOjM1OiJlc3R1ZG8tcHVibGljb3MtZS1jb25zdW1vcy1kZS1tZWRpYSI7fQ==/estudo-publicos-e-consumos-de-media>.

Guarinello, N. L. (2013). Cidades-estados na antiguidade clássica. in: Pinsky, Jaime, Carla Bressanezi Pinsky, (orgs.). História da Cidadania. São Paulo: Contexto, p. 29- 48.

Kahne, J. Middaugh, E., Allen, D. (2014). Youth, New Media, and the Rise of Participatory Politics. Nº 1 Oakland: Youth and Participatory Politics Research Network.

Kovach, Bill, e Rosenstiel, Tom. Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

Lee, A. M. (2013). News audiences revisited: theorizing the link between audience motivations and news consumption, journal of broadcasting & electronic media, 57:3, 300-317, Doi:10.1080/08838151.2013.816712

Literacia Mediática. Comissão das Comunidades Europeias. (2007). Retirado de: <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/educacao-para-o-seculo-xxi/alfabetizacao-para-todos#:~:text=a%20alfabetiza%20c3%a7%20c3%a3o%20c3%a9%20um%20direito,a%20sua%20qualidade%20de%20vida.&text=a%20unesco%20tem%20estado%20na,a%20sua%20funda%20c3%a7%20c3%a3o%20em%201946>.

Magalhães, Eleonora. Jornalismo político no Brasil: polarização estéril ou arena de debates. Gt3: Comunicação Política e Mídia – 2014 – ALAIC – Peru.

- Maioria dos brasileiros não lê jornais nem revistas. Retirado de <https://www.terra.com.br/economia/ibope-maioria-dos-brasileiros-nao-le-jornais-nem-revistas,7b18566cfbc94410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>. Acesso em 16/11/2021.
- Marôpo, I. (2014). Identidade e estigmatização: as notícias na percepção de crianças e jovens de um bairro de realojamento. *Análise social*, 49 (210), 104–127.
- Mattos, A. R. & Mesquita, M. R. (2013). A participação política de jovens no contemporâneo e seus desafios. *Psicologia & Sociedade*, 25(2), 478-480.
- Mayorga, C., Castro, L. R. de, Prado, M.A.M. (orgs.). *Juventude e a experiência da política no contemporâneo*. Rio de Janeiro: Contra-capas/Faperj, 2012.
- Medeiros, Lucas Oliveira. *O Jornalismo Político no Brasil: um Quarto Poder?* 2020. Universidade Federal do Rio Grande do Norte - Jornalismo sem partido? A ideologia do apartidarismo no ethos do discurso jornalístico do Congresso em Foco. Pg. 63-71. Natal – RN, 2020.
- Melro, A. & Pereira, S. (2016). Os jovens e o acompanhamento da informação sobre a atualidade: questões a partir da análise de relatórios sobre usos e práticas mediáticas. *Observatorio (OBS*)* 10 (3), 80–97. Doi: 10.15847/obsOBS1032016998.
- Melro, A. (2018). *O (des)interesse dos jovens pela atualidade: estudo sobre o papel dos media na informação sobre o mundo*. Tese de Doutorado, Universidade do Minho.
- Menezes, I; Fernandes-Jesus, M; Ribeiro, N; Malafaia, C. (2012). *Agência e participação cívica e política de jovens*. Porto: LivrPsic, Ed. 1.
- Mihailidis, P. (2008). *Beyond cynicism: How media literacy can make students more engaged citizens*. University of Maryland.
- Mihailidis, P & Thevenin, B. (2013) *Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy* - Retirado de: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2019/The-Next-Frontier-in-Publishing>.
- Mihailidis, P. (2014). *Media Literacy and the Emerging Citizen: Youth, Engagement and Participation in Digital Culture*.
- Mihailidis, P. (2016). *Digital curation and digital literacy: evaluating the role of curation in developing critical literacies for participation in digital culture*. p.1–16.
- Mihailidis, P. (2018) *Civic media literacies: re-Imagining engagement for civic intentionality* – Retirado de <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1428623>.
- Neves, T. C. Da C. (2005). *A dramatização no telejornalismo*. *Caligrama* (São Paulo. Online), 1(3). Retirado de <https://doi.org/10.11606/issn.1808-0820.cali.2005.56696>.
- Pela primeira vez as redes sociais são mais citadas que a tv como fonte de notícias no Brasil*. Retirado de <https://www.poder360.com.br/midia/pela-1a-vez-rede-social-e-mais-citada-que-tv-como-fonte-de-noticia-no-brasil/>. Acesso em 16/11/2021.
- Pereira, Taynar Talica Costa. *Um retrato dos jornalistas de Portugal*. Dissertação de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa Porto – 2010.
- Peters, C. (2012). Journalism to go: The changing spaces of news consumption. *Journalism studies*. 13 (5–6), 695–705. Doi: 10.1080/1461670x.2012.662405.

Peters, C. & Broersma, M. (2017a). Rethinking Journalism again. society role and public relevance in a digital age. (C. Peters & M. Broersma, eds.). Abingdon: routledge.

Peters, C. & Broersma, M. (2017b) The rhetorical illusions of news. in C. Peters & M. Broersma (eds.), rethinking journalism again. society role and public relevance in a digital age (pp. 188–204). oxon: routledge.

Peters, C. & Broersma, M. (2013). Introduction - Rethinking journalism: the structural transformation of a public good. In C.

Peters, C. & Broersma, M. (Eds.), Rethinking journalism. Trust and participation in a transformed news landscape (pp. 1–13). Abingdon: Routledge.

Pew Research Center. (2012). Trends in news consumption: 1991-2012. In changing news landscape, event television is vulnerable. Retirado de <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-isvulnerable/>.

Pinto, Manuel J. da S. Comunicação Jornalismo Relatório do programa, conteúdo e métodos de ensino teórico e prático. Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Ciências da Comunicação – Braga, 1999. Acesso em 09/03/2022.

Prensky, M. (2001). Digital natives, Digital Immigrants on the horizon (ncb university press) vol. 9 no. 5, outubro. Retirado de: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1532742>.

Quarenta e três por cento dos portugueses não leem livros há seis meses. Retirado de <https://expresso.pt/cultura/2019-06-29-43-dos-portugueses-nao-leem-livros-ha-6-meses>. Acesso em 14/11/2021.

Quase 90% dos brasileiros consomem notícias por meios eletrônicos. Retirado de <https://coletiva.net/comunicacao/quase-90p-dos-brasileiros-consomem-noticias-por-meios-eletronicos-293658.jhtml>. Acesso em 14/11/2021.

Quem usa e o que faz nas redes sociais. Retirado de <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~26c7.aspx>

Redes Sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet. Retirado de <https://www12.senado.leg.br/institucional/ouvidoria/publicacoes-ouvidoria/redes-sociais-noticias-falsas-e-privacidade-de-dados-na-internet>. Acesso em 12/11/2021.

Relatório Comunicação e desinformação. Retirado de <https://medialab.iscte-iul.pt/comunicacao-e-desinformacao/>. Acesso em 17/11/2021

Reuters Institute. Reuters Institute Digital News Report 2014. Retirado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2014>. 19/08/2021.

Reuters Institute. Reuters Institute News Report 2017. Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Acesso em 14/11/2021.

Reuters Institute. Reuters Institute Digital News Report 2019. Retirado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2019>. Acesso em 19/08/2021.

Reuters Institute. Reuters Institute Digital News Report 2019. Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. 19/08/2021.

Reuters Institute. Reuters Digital News Report 2021. Retirado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>. Acesso em 17/11/2021.

Santos, Ébida Rosa dos. Qualidade no jornalismo político brasileiro: a cobertura do processo de impeachment de Dilma Rousseff. 2019. 197 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

Santos, Rogério. Jornalistas e Fontes de Informação- A sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo, Coimbra, Minerva Coimbra, 2003.

Segurança e cidadania no mundo digital. Retirado de <https://brasilpaisdigital.com.br/seguranca-e-cidadania-no-mundo-digital/privacidade-e-seguranca-nas-midias-sociais/>. Acesso em 10/11/2021.

Sousa, Jorge Pedro (org.). Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa. Perspectivas luso-brasileiras. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.

Sousa, Jorge Pedro; Pinto, Mário; et al. A génese do jornalismo lusófono e as relações de Manuel Severim de Faria (1626-1628). Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2007.

ANEXO 1

Brasil

O interesse e o consumo de notícias sobre política por jovens universitários

Olá, o meu nome é Thiago Melo, sou aluno do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho/Portugal. Este questionário é parte da pesquisa que estou realizando para a minha dissertação. O estudo tem por objetivo conhecer as práticas de consumo e o interesse por notícias sobre política de jovens universitários de Portugal e do Brasil.

Não há respostas corretas ou incorretas, logo, você pode indicar exatamente o que pensa sobre o tema, respondendo de forma fiel à tua opinião. Os questionários são pessoais e todas as informações individuais recolhidas (idade, gênero e curso) são confidenciais e serão mantidas em sigilo, sendo usadas apenas para efeitos acadêmicos. A sua colaboração é muito importante!

Qualquer dúvida é só entrar em contato pelo e-mail jovensepolitica2021@gmail.com

Parte 1: Identificação

1 Gênero

- Masculino

- Feminino

- Outro

2 Idade:

3 Curso:

4 Ano:

5 Universidade:

6 Situação socioeconômica

- Não trabalho, sou sustentado (a) por terceiros

- Trabalho e sustento-me sozinho (a)

- Trabalho, mas sou sustentado (a) por terceiros

Parte 2: Práticas de consumo

7 Indique a frequência com que utiliza os seguintes meios de comunicação:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet					

Redes sociais					
Cinema (em sala de cinema)					
Celular					
Computador					
Jogos e videogames					
Livros					

8 Indique a frequência com que utiliza as seguintes redes sociais:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Facebook					
Instagram					
Twitter					
Whatsapp					

9 Indique a frequência com que utiliza os seguintes meios para acessar notícias em geral:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

10 Indique a frequência com que utiliza os seguintes meios para acessar notícias sobre política:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Jornais de partidos políticos					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

11 Indique a frequência com que costuma ler notícias sobre a atualidade:

Diariamente
Pelo menos uma vez por semana
De duas a três vezes por semana

Apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional
Nunca

12 Indique a frequência com que costuma ler notícias sobre política:

Diariamente

Pelo menos uma vez por semana

De duas a quatro vezes por semana

Apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional

Nunca

13 Indique o seu grau de interesse pelos seguintes assuntos:

	Total interesse	Bastante interesse	Mais ou menos interesse	Pouco interesse	Nenhum interesse
Assuntos políticos da localidade onde vive (cidade, estado)					
Assuntos políticos de seu país (notícias nacionais)					
Assuntos políticos de outros países (notícias internacionais)					

14 Com que frequência acessa notícias em geral e notícias sobre política a partir das redes sociais?

	Todos os dias	De uma a quatro vezes por semana	Apenas ao fim de semana	Não utilizo
Notícias em geral				
Notícias sobre política				

15 No que diz respeito a temas sobre política nacional e internacional, você se considera:

	Muito informado (a)	Informado (a)	Mais ou menos informado (a)	Pouco informado (a)	Nada informado (a)
Temas sobre política nacional					
Temas sobre política internacional					

16 Em relação à linguagem das notícias sobre política, assinale a que mais se aproxima da sua opinião:

É uma linguagem difícil de compreender

É uma linguagem fácil de compreender

É uma linguagem difícil de compreender, porém alguns jornalistas simplificam

É uma linguagem difícil de compreender e alguns jornalistas não simplificam

17 Qual a tua opinião acerca da quantidade de notícias sobre política existente em cada um dos seguintes meios?

	Bastante insuficiente	Insuficiente	Suficiente	Excessiva	Bastante excessiva	Não sei
Redes sociais						
Televisão – canais generalistas						
Jornais online						
Jornais e revistas impressas						
Rádio						

18 Quando uma notícia sobre política desperta o seu interesse, costuma conversar sobre o assunto com alguém?

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Família					
Amigos					
Colegas da universidade					
Colegas do trabalho					
Professores					

19 Indique o seu nível de concordância/discordância relativamente às afirmações seguintes:

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
A política é uma área importante para a democracia					
O jornalismo político é um segmento importante para os meios de comunicação					
“Aparentemente os jovens são o grupo mais alienado no mundo da política e da comunicação política” (Buckingham, 2000, p.7)					
O jornalismo político é um segmento enfadonho para os jovens					
Jornais de partidos políticos não devem ser considerados parte do “jornalismo político” por serem parciais					

A política é uma área com pouco espaço para a participação de jovens					
“Se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos” (Melro, 2018, p. 196)					
A participação política significa apenas votar em dia de eleições					
O jornalismo político é um segmento necessário para os jovens					
É o comportamento da sociedade que direciona os assuntos transmitidos pela mídia					
Não são os jovens que não se interessam pela política; é a política que não se interessa pelos jovens					
É mais fácil acessar informações falsas na internet e nas redes sociais do que na mídia tradicional (televisão, imprensa e rádio)					
A participação dos jovens na política é importante para a democracia do país					
“A alienação dos jovens e o cinismo sobre a política devem ser interpretados como resultados da exclusão e privação de direitos, em vez de ignorância ou imaturidade.” (Buckingham, 1998. p. 9)					
Para participar na política é preciso estar filiado num partido político					

Parte 3 – Confiança na mídia

20 No que diz respeito a notícias de informação geral, indique o seu nível de confiança para cada um dos seguintes meios de comunicação:

	Total confiança	Bastante confiança	Mais ou menos Confiança	Pouca confiança	Nenhuma Confiança
--	--------------------	-----------------------	----------------------------	--------------------	----------------------

Televisão – canais de notícias					
Televisão – canais generalistas					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

21 No que diz respeito a notícias sobre política, indique o seu nível de confiança para cada um dos seguintes meios:

	Total confiança	Bastante confiança	Mais ou menos Confiança	Pouca confiança	Nenhuma Confiança
Televisão – canais de notícias					
Televisão – canais generalistas					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

22 Que elementos considera fundamentais numa notícia? Assinale os três que na sua opinião, são os mais importantes.

- Recurso a diferentes fontes de informação
- Exageros e dramatizações
- Imparcialidade da notícia
- Rigor da informação
- Identificação do autor
- Utilização de fontes oficiais
- Uso de imagem
- Enquadramento do assunto da notícia
- Apresentação de diferentes pontos de vista sobre o assunto
- Texto breve

23 O que faria para identificar se uma notícia é falsa? Assinale três opções que considere mais importantes.

- Conferir se a notícia possui diferentes fontes de informação e se estas possuem credibilidade
- Verificar se há utilização de fontes oficiais
- Verificar se há registos da mesma informação em outros meios
- Pesquisar brevemente sobre o (a) autor (a) do texto
- Verificar se na notícia há o uso de imagens
- Verificar a extensão do texto
- Conferir se o título da notícia é sensacionalista ou alarmista
- Verificar se há enquadramento do assunto da notícia
- Verificar se a data de publicação da notícia é recente

24 Alguma vez recebeu, a partir de uma rede social ou outra plataforma, uma notícia falsa?

Sim
Não
Não me lembro

25 Alguma vez compartilhou uma notícia com alguém mesmo sabendo que era falsa?

Sim
Não
Não me lembro

26 Indique o seu nível de confiança em cada uma das seguintes fontes de informação, possíveis de serem utilizadas pelos meios de comunicação:

	Totalmente confiável	Confiável	Pouco confiável	Nada confiável
Políticos				
Jornalistas				
Instituições públicas				
Governo				
Investigadores/cientistas				
Especialistas				

Parte 4: Participação política/cívica

27 Sobre as últimas eleições nacionais (eleição para o Presidente da República), assinale a opção mais adequada:

Não votei
Votei, porém nulo
Votei, porém em branco
Votei em um dos candidatos

Ainda não tinha 18 anos à data

28 Qual a sua situação relativamente à participação num movimento ou organização política?

Atualmente participo
Não participo, mas já participei
Pretendo participar um dia
Nunca participarei

29 Qual a tua situação relativamente à participação numa organização estudantil, centro ou diretório académico, comitê universitário ou associação de estudantes:

Atualmente participo
Não participo, mas já participei
Pretendo participar um dia
Nunca participarei

30 Qual a probabilidade de se filiar a um partido político?

Já sou filiado
Já fui filiado mas agora já não sou
Poderei filiar-me no futuro
Nunca me filiarei

ANEXO 2

Portugal

O interesse e o consumo de notícias sobre política por jovens universitários

Olá, o meu nome é Thiago Melo, sou aluno do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho/Portugal. Este questionário é parte da pesquisa que estou a realizar para a minha dissertação. O estudo tem por objetivo conhecer as práticas de consumo e o interesse por notícias sobre política de jovens universitários de Portugal e do Brasil.

Não há respostas corretas ou incorretas, logo, podes indicar exatamente o que pensas sobre o tema, respondendo de forma fiel à tua opinião. Os inquéritos são pessoais e todas as informações individuais recolhidas (idade, género e curso) são confidenciais e serão mantidas em sigilo, sendo usadas apenas para efeitos académicos. A tua colaboração é muito importante!

Qualquer dúvida podes entrar em contacto pelo e-mail jovensepolitica2021@gmail.com

Parte 1: Identificação

1 - Género

- Masculino

- Feminino

- Outro

2 - Idade:

3 - Curso:

4 - Ano:

5 - Universidade:

6 - Situação socioeconómica

- Não trabalho, sou sustentado (a) por terceiros

- Trabalho e sustento-me sozinho (a)

- Trabalho, mas sou sustentado (a) por terceiros

Parte 2: Práticas de consumo 7. Refere a frequência com que utilizas os seguintes meios:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet					
Redes sociais					

Cinema (em sala de cinema)					
Telemóvel					
Computador					
Consoloa de jogos					
Livros					

8 Indica a frequência com que utilizas as seguintes redes sociais:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Facebook					
Instagram					
Twitter					
Whatsapp					

9 -Indica a frequência com que utilizas os seguintes meios para aceder a notícias em geral?

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

10 Indica a frequência com que utilizas os seguintes meios para aceder a notícias sobre política:

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Jornais de partidos políticos					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

11 Indica a frequência com que costumavas ler notícias sobre a atualidade:

Várias vezes ao dia

Diariamente

Pelo menos uma vez por semana

De duas a três vezes por semana

Apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional

Apenas quando é um assunto de interesse pessoal
Nunca

12 Indica a frequência com que costumavas ler notícias sobre política:

Várias vezes ao dia
Diariamente
Pelo menos uma vez por semana
De duas a quatro vezes por semana
Apenas quando é um assunto de grande divulgação nacional ou internacional
Apenas quando é um assunto de interesse pessoal
Nunca

13 Indica o teu grau de interesse pelos seguintes assuntos:

	Total interesse	Bastante interesse	Mais ou menos interesse	Pouco interesse	Nenhum interesse
Assuntos políticos da localidade onde vives					
Assuntos políticos de seu país (notícias nacionais)					
Assuntos políticos de outros países (notícias internacionais)					

14 Com que frequência acedes a notícias em geral e a notícias sobre política a partir das redes sociais?

	Todos os dias	De uma a quatro vezes por semana	Apenas ao fim de semana	Não utilizo
Notícias em geral				
Notícias sobre política				

15 No que diz respeito a temas sobre política nacional e internacional, consideras-te:

	Muito informado (a)	Informado (a)	Mais ou menos informado (a)	Pouco informado (a)	Nada informado (a)
Temas sobre política nacional					
Temas sobre política internacional					

16 Em relação à linguagem das notícias sobre política, assinala a que mais se aproxima da tua opinião:

É uma linguagem difícil de compreender
É uma linguagem fácil de compreender
É uma linguagem difícil de compreender, porém alguns jornalistas simplificam
É uma linguagem difícil de compreender e alguns jornalistas não simplificam

17 Qual a tua opinião acerca da quantidade de notícias sobre política existente em cada um dos seguintes meios?

	Bastante insuficiente	Insuficiente	Suficiente	Excessiva	Bastante excessiva	Não sei
Redes sociais						
Televisão – canais generalistas						
Jornais online						
Jornais e revistas impressas						
Rádio						

18 Quando uma notícia sobre política desperta o teu interesse, costumavas conversar sobre o assunto com alguém?

	Sempre	Muitas vezes	Algumas vezes	Raramente	Nunca
Família					
Amigos					
Colegas da universidade					
Colegas de trabalho					
Professores					

19 Refere o teu nível de concordância/discordância relativamente às afirmações seguintes:

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
A política é uma área importante para a democracia					
O jornalismo político é um segmento importante para os média					
“Aparentemente os jovens são o grupo mais alienado no mundo da política e da comunicação política” (Buckingham, 2000, p.7)					
O jornalismo político é um segmento enfadonho para os jovens					
Jornais de partidos políticos não devem ser considerados parte do “jornalismo político” por serem parciais					

A política é uma área com pouco espaço para a participação de jovens					
“Se os jovens não se informam ou não se interessam pela discussão política contemporânea, é difícil que participem como cidadãos” (Melro, 2018, p. 196)					
A participação política significa apenas votar em dia de eleições					
O jornalismo político é um segmento necessário para os jovens					
É o comportamento da sociedade que direciona os assuntos transmitidos pelos média					
Não são os jovens que não se interessam pela política; é a política que não se interessa pelos jovens					
É mais fácil aceder a informações falsas na internet e nas redes sociais do que nos meios tradicionais (televisão, imprensa e rádio)					
A participação dos jovens na política é importante para a democracia do país					
“A alienação dos jovens e o cinismo sobre a política devem ser interpretados como resultados da exclusão e privação de direitos, em vez de ignorância ou imaturidade.” (Buckingham, 1998. p. 9)					
Para participar na política é preciso estar filiado num partido político					

Parte 3 – Confiança nos média

20 No que diz respeito a notícias de informação geral, indica o teu nível de confiança para cada um dos seguintes meios:

	Total confiança	Bastante confiança	Mais ou menos Confiança	Pouca confiança	Nenhuma Confiança
--	--------------------	-----------------------	----------------------------	--------------------	----------------------

Televisão – canais de notícias					
Televisão – canais generalistas					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

21 No que diz respeito a notícias sobre política, indica o teu nível de confiança para cada um dos seguintes meios:

	Total confiança	Bastante confiança	Mais ou menos Confiança	Pouca confiança	Nenhuma Confiança
Televisão – canais de notícias					
Televisão – canais generalistas					
Rádio					
Jornais e revistas impressas					
Internet (portais de notícias)					
Redes sociais					

22 Que elementos consideras fundamentais numa notícia? Assinala os três que, na tua opinião, são os mais importantes.

Recurso a diferentes fontes de informação
 Exageros e dramatizações
 Imparcialidade da notícia
 Rigor da informação
 Identificação do autor
 Utilização de fontes oficiais
 Uso de imagem
 Enquadramento do assunto da notícia
 Apresentação de diferentes pontos de vista sobre o assunto
 Texto breve

23 O que farias para identificar se uma notícia é falsa? Assinala três opções que consideras mais importantes.

Conferir se a notícia possui diferentes fontes de informação e se estas possuem credibilidade
 Verificar se há utilização de fontes oficiais
 Verificar se há registos da mesma informação em outros meios
 Pesquisar brevemente sobre o (a) autor (a) do texto
 Verificar se na notícia há o uso de imagens
 Verificar a extensão do texto
 Conferir se o título da notícia é sensacionalista ou alarmista
 Verificar se há enquadramento do assunto da notícia
 Verificar se a data de publicação da notícia é recente

24 Alguma vez recebeu, a partir de uma rede social ou outro meio, uma notícia falsa?

Sim
Não
Não me lembro

25 Alguma vez partilhou uma notícia com alguém mesmo sabendo que era falsa?

Sim
Não
Não me lembro

26 Indica o teu nível de confiança em cada uma das seguintes fontes de informação, possíveis de serem utilizadas pelos meios de comunicação:

	Totalmente confiável	Confiável	Pouco confiável	Nada confiável
Políticos				
Jornalistas				
Instituições públicas				
Governo				
Investigadores/cientistas				
Especialistas				

Parte 4: Participação política/cívica

27 Sobre as últimas eleições nacionais (eleição para o Presidente da República), assinale a opção mais adequada:

Não votei
Votei, porém nulo
Votei, porém em branco
Votei em um dos candidatos
Ainda não tinha 18 anos à data

28 Qual a tua situação relativamente à participação num movimento ou organização política?

Atualmente participo
Não participo, mas já participei
Pretendo participar um dia
Nunca participarei

29 Qual a tua situação relativamente à participação numa organização estudantil, centro académico, comité universitário ou associação de estudantes:

Atualmente participo
Não participo, mas já participei
Pretendo participar um dia
Nunca participarei

30 Qual a probabilidade de te filiares num partido político?

Já sou filiado
Já fui filiado mas agora já não sou
Poderei filiar-me no futuro
Nunca me filiarei