



A percepção do público de baixa renda de Palhoça sobre o jornalismo¹

Aluna: Ana Paula FLORES²
Orientador: Eduardo Barreto MEDITSCH³
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa de iniciação científica sobre a percepção do público de baixa renda sobre o jornalismo e o uso que faz das notícias. Os resultados parciais da primeira etapa da pesquisa, de natureza qualitativa foram apresentados no Intercom Sul 2008 e serviram de suporte para a segunda fase da pesquisa, de natureza quantitativa, cujos resultados são apresentados nesse artigo. A segunda etapa verificou estatisticamente as opiniões e os hábitos que 100 indivíduos de baixa renda do município de Palhoça têm em relação à cobertura noticiosa que acompanham. Para isso, aplicou-se um questionário de acordo com a distribuição estatística da população em todos os bairros da cidade.

Palavras-chave: jornalismo; percepção; uso; público de baixa renda; Palhoça.

Introdução

O jornalismo tem entre as suas funções sociais o enfrentamento do problema da desinformação de grande parte da sociedade sobre questões essenciais para o exercício da cidadania. Este trabalho parte dessa preocupação com o intuito de analisar os mecanismos de facilitação e obstacularização do acesso à informação jornalística.

Essa pesquisa está inserida no projeto maior “Acessos e barreiras à informação: avaliação das interfaces sócio-cognitivas do discurso jornalístico no rádio e em outros meios”, desenvolvido pelo orientador, professor Eduardo Meditsch, como bolsista de produtividade científica do CNPq. O problema colocado para o projeto é o da participação do discurso jornalístico no acesso à Sociedade da Informação. O objetivo é avaliar as interfaces sócio-cognitivas do discurso jornalístico no rádio e em outros meios de comunicação, na perspectiva da facilitação e/ou da obstacularização do acesso à informação e ao conhecimento no contexto da convergência multimidiática:

Os indicadores de acesso à Sociedade de Informação, como tem sido utilizados por organismos internacionais, consideram apenas a disponibilidade de equipamentos e infra-estruturas, sem considerar o seu uso social e seus limites e/ou potencialidades cognitivas. O caso do rádio, considerado a Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) com maior acesso universal alcançado, demonstra a necessidade de consideração destas outras variáveis para uma avaliação mais adequada das facilidades e dificuldades efetivas para este acesso. Apesar de ser a TIC com maior alcance e utilização tanto no Brasil quanto no mundo, o

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 1, Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, formada pela UFSC em março de 2009.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFSC, e-mail: emeditsch@uol.com.br



meio rádio só cumpre uma função informativa significativa em relação a alguns segmentos restritos de público, que excluem os mais jovens, os mais pobres e os menos escolarizados, ou seja, os que mais necessitariam do cumprimento desta função. (MEDITSCH, 2004).

Para contribuir com a investigação das causas desse problema, o objetivo da primeira parte da pesquisa de iniciação científica consistiu em captar a variedade de opiniões de indivíduos de baixa renda e escolaridade sobre o jornalismo, para medir a incidência dessas opiniões numa segunda fase, quantitativa, a ser realizada posteriormente. Busca-se, em ambas as fases, aumentar o conhecimento sobre as possibilidades e os limites que possam favorecer a apropriação dos conteúdos jornalísticos pelo grupo estudado.

A perspectiva teórica desta pesquisa está focada na importância de considerar o receptor como sujeito da apropriação das notícias. Desta forma, compartilhamos preocupações que vem sendo enfatizadas pelos estudos de recepção como o de Kaplún (1992) e Neto (1995). Esse último retoma Verón para demonstrar como se dá essa apropriação:

O consumo dos meios é uma apropriação ativa e a pesquisa sobre o modo de apropriação dos discursos sociais permite, dentre outras coisas, que se estabeleça uma tipologia de modalidades de estratégia de leituras-apropriação que corresponde às posições culturais. As diferenças nas estratégias de leitura estão associadas a uma diferente relação com a cultura do ator social. (VERÓN apud NETO, 1995, p. 192).

Nilda Jacks, por sua vez, assinala a necessidade de reconhecimento do sujeito e da pertinência de uma teoria que parta da percepção desse último, de sua subjetividade (JACKS, 1995). Mario Kaplún, ao lembrar a questão elementar do que leva o público a consumir as mensagens midiáticas, salienta a relevância de investigações que valorizem a “receptividade das audiências destinatárias” (KAPLÚN, 1992, p. 157). Dessa maneira, busca-se compreender qual é a percepção do público sobre aquilo que consome e quais são as razões que interferem nessa escolha.

Nesta mesma linha, David Mindich (2005) realizou uma série de entrevistas com jovens americanos na tentativa de descobrir as causas do declínio do consumo de notícias em pessoas abaixo de 40 anos. Entre as razões para essa queda o autor destacou a falta de confiança na mídia, o aumento de opções e do apelo da indústria do entretenimento, a falta de hábito pessoal e dos pais de acompanhar as notícias, e a falta de incentivo à leitura na escola. No capítulo final da obra, Mindich sugere algumas



soluções para o problema: evitar a centralização das empresas midiáticas, praticar e ensinar um jornalismo acessível e de qualidade e retomar o jornalismo cívico como estratégia para reverter a tendência de baixo acompanhamento das notícias.

No Brasil, são raros ainda os trabalhos de pesquisa de recepção voltados para o jornalismo – e mais ainda os focados no público de baixa renda e nível de escolaridade – que avaliem o processo de recepção dos indivíduos a partir do consumo dos meios frente aos seus contextos culturais, sociais e econômicos. Entre esses, pode-se citar como exemplos os realizados por Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) e Fabiana Piccinin (2007). No primeiro trabalho, Lins da Silva analisa como se dá a interpretação das notícias do Jornal Nacional em duas comunidades de trabalhadores, uma em São Paulo e outra em Natal. As entrevistas foram realizadas por meio de reuniões semanais nas quais se discutiam as edições do JN da semana anterior às sessões. Lins da Silva procurou demonstrar que qualquer pessoa é capaz de ser crítica diante da programação jornalística da televisão, “desde que disponha de mínimos elementos que completem sua representação do real”. (LINS DA SILVA, 1985, p.135).

Já no segundo trabalho, Piccinin se propõe a avaliar como um grupo de famílias produtoras de fumo do interior de Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul, se apropria das notícias dos telejornais regionais, sobretudo aquelas relacionadas à temática do fumo. A pesquisadora buscou entender como se constitui a vinculação dos receptores com a televisão, como acontece a troca de significados entre a emissão e a recepção e a maneira como os entrevistados se apropriam das notícias, sobretudo as televisivas. Para PICCININ, a importância de estudos que se ocupem das práticas empreendidas pela recepção reside no fato de

elas serem a reafirmação das diferenças frente às mídias, que, por estarem associadas às tendências globalizantes, não consideram as particularidades de seus receptores. Por isso, mostrar as particularidades dos indivíduos no seu processo de recepção traz a público a necessidade de as mídias dedicarem atenção a esses processos, reconhecendo os usuários como efetivos sujeitos da relação comunicacional. (PICCININ, 2007, p. 93).

O público receptor exerce um papel importante na cadeia produtiva do jornalismo, visto que é ele que consome e reelabora o discurso midiático, de acordo com suas condições de recepção (PICCININ, 2007:40). Essa reelaboração é influenciada, sobretudo, pela classe social a que pertencem os indivíduos e pelas condições concretas de vida em que eles se encontram.



Parte qualitativa

Metodologia

Na realização da primeira parte da pesquisa foram adotadas técnicas qualitativas que pudessem fornecer, por meio de dados subjetivos, informações relevantes acerca dos hábitos de consumo dos entrevistados. Essas técnicas mostram a necessidade de tomar o receptor como sujeito do processo de recepção, no entendimento do contexto sociocultural onde ele está inserido. A pesquisa qualitativa permite uma maior compreensão das interpretações que os atores sociais possuem do mundo, na medida em que busca “explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão” (GASKELL, 2002, p. 68). As entrevistas individuais realizadas nos permitiram compreender a maneira como os entrevistados se apropriam das notícias, sobretudo as televisivas. Ao argumentar sobre a pertinência das técnicas de natureza qualitativa, Neto sugere que é preciso

simultaneamente, compreender o tipo de discurso, em termos de sua regra de produção, endereçado, segundo certas operações e manobras enunciativas, por um determinado campo emissor, e, também, ‘entender como as pessoas se apropriam, bem ou mal, desse discurso’. (NETO, 1995, p. 194).

O objetivo dessa primeira parte foi mapear a diversidade de opiniões dos entrevistados sobre o jornalismo, para que, na segunda parte da pesquisa, pudéssemos dimensionar a incidência destes dados por meio da pesquisa quantitativa. O emprego da entrevista individual em profundidade serviu para ajudar a compreender a vida dos indivíduos e as relações que estabelecem com o jornalismo. De acordo com Gaskell, a entrevista qualitativa

fornece os dados básicos para o desenvolvimento e compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos. (GASKELL, 2002, p. 65).

Nosso estudo se baseou em sete entrevistas com pessoas de baixa renda, com faixa etária entre 18 e 60 anos, dos sexos masculino ou feminino. As entrevistas foram realizadas nas casas dos entrevistados, na região da Grande Florianópolis, no período de setembro de 2007 a fevereiro de 2008. O encontro individual buscou estabelecer um diálogo natural e confortável. O estilo utilizado foi de uma entrevista informal, semi-estruturada, que utilizou uma série de temas e tópicos em torno dos quais se constituíram as questões do decorrer da conversa. Para a realização das entrevistas foi



elaborado um tópico-guia, cuja finalidade é sinalizar ao entrevistador os temas e questionamentos a serem abordados com o entrevistado. O objetivo principal era fazer esse último refletir sobre os tópicos mencionados e permitir que ele falasse o máximo sobre suas experiências, hábitos e opiniões.

Parte quantitativa

Metodologia

Devido ao pequeno número de participantes em estudos qualitativos, torna-se impossível generalizar os seus resultados para a população como um todo. Por isso, a necessidade de realizar métodos quantitativos, que, como explica Porto (2007, p. 261) “oferecem instrumentos valiosos para elaborar relatos mais sistemáticos e precisos”. A metodologia qualitativa centra-se em um número maior de casos, são representativas e permitem traçar um mapa do tema focado. Assim, além de investigar a percepção e a opinião do público de baixa renda sobre o jornalismo era preciso identificar e quantificar os padrões gerais de comportamento, hábitos e atividades da audiência. Nosso estudo, então, baseia-se na proposta de Porto, que sugere um enfoque integrado entre métodos qualitativos e quantitativos.

A segunda parte de nosso estudo se baseou na aplicação de 100 questionários com pessoas de baixa renda do município de Palhoça, do sexo masculino e feminino, na faixa etária de 18 a 68 anos. As entrevistas foram realizadas no período de junho a julho de 2008. Para a realização das entrevistas foi elaborado um questionário com 20 perguntas de múltipla escolha para que fosse possível dimensionar as opiniões obtidas na fase qualitativa.

O número de entrevistados foi decidido conjuntamente pelo orientador e a aluna, baseando-se no critério de representatividade e que fosse um valor que facilitasse a contagem das respostas. Para definir a amostra foi utilizada a técnica de amostragem estratificada proporcional. Nesse método deve-se escolher um critério de estratificação que forneça grupos homogêneos (Barbetta, 2007, p. 48). Esse procedimento garante que cada elemento da população tenha a mesma probabilidade de pertencer à amostra. Assim, a proporcionalidade do tamanho de cada estrato é mantida. Para facilitar a aplicação dos questionários, o critério de estratificação escolhido foi a divisão do município de Palhoça por zonas, cedida pelo Fórum de Palhoça. Para definir o número de entrevistados por bairro, utilizaram-se dados do Cartório Eleitoral, vinculado ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE), cedidos em maio de 2008. Assim, utilizou-se como



base o número de votantes, e não o número absoluto de moradores. Essa escolha se justifica pela inexistência de dados estatísticos por bairro, tanto no IBGE quanto na Prefeitura de Palhoça.

Como a proposta era aplicar o questionário em pessoas de baixa renda, foi empregado o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), disponibilizado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. O critério define as classes econômicas (A1, A2, B1, B2, C1, C2, D, E) pela posse de itens em casa e pelo grau de instrução do chefe da família. Esses dados determinam o poder aquisitivo do indivíduo através de um sistema de pontos para a quantidade de itens e grau de instrução. Dessa maneira, foram acrescentadas, ao final do questionário, 10 perguntas para definir se a classe econômica do entrevistado era C, D ou E (classes correspondentes a indivíduos de baixa renda – renda familiar inferior a R\$ 1195). Foram realizadas 68 entrevistas com pessoas pertencentes à Classe C1, 23 da Classe C2 e nove da Classe D. Apesar de a entrevistadora ter percorrido bairros muito pobres da cidade, tais como Brejaru, não se obteve nenhum entrevistado pertencente à classe E.

Uma dos problemas enfrentados foi o fato de não se saber previamente a qual classe pertenciam as pessoas. Como as perguntas relacionadas à renda eram feitas ao final das entrevistas, no momento de calcular os itens, percebeu-se que algumas das somas ultrapassavam o limite estabelecido pelo critério. Essa dificuldade ocasionou a invalidação de 10 entrevistas. A questão é o CCEB não se pretende universal, ou seja, não tem o objetivo de satisfazer todas as condições em todas as circunstâncias. Havia casos em que a entrevistadora imaginava, por observação das condições da casa, que determinada pessoa pertencia à baixa renda. O critério, no entanto, classificava a pessoa como pertencente à classe B2. A ABEP explica que observações como essas não invalidam o critério que é feito para funcionar estatisticamente.

Previendo a necessidade de ajustar algumas perguntas depois da elaboração do questionário – assim como se deu na parte qualitativa – decidiu-se fazer um teste com três pessoas. De fato, foi necessário ajustar a forma e a linguagem de algumas perguntas para facilitar a compreensão do entrevistado. Apesar disso, houve reclamações e dificuldades por parte dos entrevistados. A questão sete do questionário é um exemplo disso. A pergunta solicitava ao entrevistado que avaliasse 17 editorias jornalísticas de acordo com categorias previamente estabelecidas (importante, interessante, útil, fácil, com os níveis de diferenciação muito, médio, pouco, nada). Essa pergunta foi deixada por último, visto que demandava mais tempo para explicar as diferenças entre os



critérios e paciência para receber respostas. Grande parte dos entrevistados reclamava do tamanho do questionário completo (sete folhas sem verso), do tamanho da tabela e às vezes dava respostas instintivamente, sem pensar no que se questionava. Depois das primeiras entrevistas percebeu-se que o entrevistado avaliava melhor as editorias se lhe fosse perguntado, de todas as editorias, aquelas que ele achava importante (muito, médio, pouco, nada), depois interessante (muito, médio, pouco, nada), e assim sucessivamente. Essa percepção se deu após o recebimento de sucessivas respostas iguais (ou tudo muito, ou tudo médio, etc.). Isso acontecia pela confusão feita principalmente entre os conceitos de importante e interessante. Por isso, a cada passagem de uma categoria ou editoria para outra era necessário sempre explicar o critério que desejava-se que fosse avaliado.

Foram feitas 78 entrevistas com mulheres e 22 com homens. O alto número de entrevistas com mulheres se explica pelo fato de a entrevistadora ter encontrado em casa, no período diurno, mais mulheres do que homens. As entrevistas com pessoas do sexo masculino foram conseguidas com trabalhadores autônomos e nas ruas. Nas casas onde havia tanto homens quanto mulheres (esposas) geralmente o homem deixava para a mulher responder.

Em relação ao nível de escolaridade dos entrevistados, os números foram os seguintes: sete analfabetos ou com o primário incompleto, 43 com primário completo, 38 com fundamental completo, 11 com ensino médio completo e 1 com superior completo.

Todos os dados relevantes dos entrevistados e as respostas do questionário foram digitalizados e analisados por meio do programa Access da Microsoft Office. A seguir a descrição dos resultados obtidos na parte quantitativa da pesquisa.

Tempo dedicado ao acompanhamento de notícias

Os números mostraram que a maioria dos entrevistados acompanha notícias por uma a duas horas por dia (59 pessoas), 22 delas responderam que acompanham por meia hora, quatro responderam por menos de meia hora, 11 pessoas acompanham de 3 a 4 horas, e quatro pessoas disseram gastar de 5 a 6 horas.

Meios predominantes

Os dados estatísticos mostraram que a televisão predomina como fonte de informação. Dos 100 entrevistados, 93 assistem programas jornalísticos todos os dias e



sete assistem pelo menos uma vez por semana. Um programa pode ser particularmente relevante para alguns segmentos do público. Dentre os programas mais citados pelos entrevistados de baixa renda estão: Jornal do Almoço: 40% das pessoas, SBT Meio-Dia (geralmente citado como Hélio Costa): 37% das pessoas e Jornal Nacional: 35%.

Em relação ao veículo rádio, a pesquisa demonstrou que 45 pessoas costumam ouvir rádio todo dia e 15 pelo menos uma vez por semana ou algumas vezes por mês. Esse número, no entanto, não se refere àqueles que ouvem exclusivamente programação noticiosa, já que as emissoras mais ouvidas apresentam programação generalista, mais voltada para o entretenimento do que para a informação: Regional FM e Guararema (AM) (com 22 pessoas cada). Apenas cinco entrevistados disseram acompanhar a CBN Diário (quatro homens e uma mulher), quatro acompanham a rádio Guarujá, três ouvem o programa do Hélio Costa no rádio e apenas duas ouvem a Voz do Brasil. Do total, 40 indivíduos disseram que quase nunca ou nunca ouvem rádio.

A pesquisa confirmou o baixo acesso do público de baixa renda a notícias na internet. Somente 17 pessoas disseram acompanhar notícias pela internet (cinco pessoas todos os dias, oito pessoas pelo menos uma vez por semana, quatro pessoas algumas vezes por mês e 83 pessoas quase nunca/nunca acessam informações jornalísticas por esse meio).

Os números referentes ao acompanhamento dos jornais impressos mostram que esse público costuma ler jornais, em sua maioria, populares, como o *Hora de Santa Catarina* e o *Notícias do Dia*. Do total de entrevistados, 31 declararam ler jornal todos os dias e 25 pessoas disseram ler pelo menos uma vez por semana. A opção “nenhum” para a mídia jornal foi escolhida por 40 pessoas. O *Jornal Hora de SC* é lido por 43 pessoas, o *Diário Catarinense* por 15 e o *Notícias do Dia* por cinco pessoas. Dentre o total de entrevistados, 62 consideram acessível o preço dos veículos de comunicação impressos, 12 consideram barato e 26 acham que são caros. 69 deles afirmaram que não deixam de comprar por causa do preço.

Em relação à mídia impressa revista os números são ainda mais baixos: 73% dos entrevistados disseram acompanhar quase nunca/nunca notícias em revista. 71% disseram não ler nenhuma revista. Dentre as 29 pessoas que declararam ler pelo menos uma revista por mês 16 delas disseram ler revistas semanais (*Veja*, *Época* ou *Isto É*) e 14 lêem revistas de celebridades/famosos (*Caras*, *Ana Maria*, *Contigo*, *Tititi*).

Nível de Leitura de livros



Mais da metade das pessoas pesquisadas declarou que gosta de ler (54%). A quantidade de livros mencionados, no entanto, reflete o baixo índice de leitura de livros dessa amostra: 22 disseram ter lido de 1 a 2 livros no último ano, 16 pessoas disseram ter lido de 3 a 4 livros, quatro pessoas leram de 5 a 6 livros, três pessoas leram de 7 a 8 livros, duas pessoas leram de 9 a 10 livros e três pessoas leram 11 livros ou mais. Por fim, 49 pessoas declaram não terem lido nenhum livro ao longo de 2007.

Informação local

As notícias sobre a cidade de Palhoça receberam, no geral, uma apreciação positiva por parte dos entrevistados: 80 consideram essas notícias muito importantes, 73 as consideram muito interessantes e muito úteis enquanto 52 pessoas as consideram muito fáceis de entender.

O fato de considerarem as notícias locais como importantes, interessantes e úteis, no entanto, não os levam a se preocuparem mais com os problemas do bairro onde vivem e com os da cidade de Palhoça. O nível de preocupação com os problemas do país e do mundo se mostrou maior do que com aqueles que atingem o bairro e a cidade:

Bairro	Cidade	País	Mundo
Muito: 41 pessoas	Muito: 36	Muito: 48	Muito: 48
Médio: 24 pessoas	Médio: 34	Médio: 23	Médio: 20
Pouco: 24	Pouco: 23	Pouco: 21	Pouco: 21

Discussão/comentários

A pesquisa confirmou o fato de que as pessoas costumam fazer comentários sobre aquilo que acompanham nas notícias. Do total, 95 pessoas disseram ser comum discutir e comentar assuntos veiculados pela mídia em geral.

Desinteresse pelas notícias de política

Apesar de 44 pessoas terem considerado as notícias de política muito importantes, não há correspondência com o nível de interesse: 59 delas demonstraram baixo interesse (pouco e nada) nas notícias de política. Essa tendência pode ser explicada, em parte, pelo fato de considerarem essas notícias pouco ou nada fáceis de entender (59 entrevistados). Apenas oito pessoas do total de entrevistados participam de algum partido político. Esses indivíduos fizeram parte dos 17 que consideram as notícias de política muito interessantes.



Interessante	Útil	Fácil
Muito: 17	Muito: 33	Muito: 8
Médio: 24	Médio: 30	Médio: 33
Pouco: 31	Pouco: 22	Pouco: 28
Nada: 28	Nada: 15	Nada: 31

Linguagem: Fácil/Difícil

As editorias consideradas mais fáceis de entender foram:

Saúde	Polícia	Da cidade	Estaduais	Meio Ambiente	Nacionais
Muito: 60	Muito: 60	Muito: 52	Muito: 44	Muito: 33	Muito: 30
Médio: 26	Médio: 25	Médio: 39	Médio: 44	Médio: 59	Médio: 56

As editorias consideradas mais difíceis, além da de política já mencionada, foram:

Tecnologia	Ciência	Economia	Internacionais
Médio fácil: 35	Médio fácil: 37	Médio fácil: 47	Médio fácil: 39
Pouco fácil: 44	Pouco fácil: 31	Pouco fácil: 28	Pouco fácil: 27
Nada fácil: 15	Nada fácil: 17	Nada fácil: 14	Nada fácil: 20

Notícias que despertam mais interesse

Dentre as notícias consideradas mais interessantes na opinião dos entrevistados, saúde e notícias da cidade se destacam em relação às outras editorias:

Saúde	Da cidade	Meio-ambiente	Estaduais	Nacionais	Polícia
Muito: 82	Muito: 73	Muito: 61	Muito: 55	Muito: 50	Muito: 51
Médio: 15	Médio: 24	Médio: 32	Médio: 38	Médio: 38	Médio: 29

Presença da propaganda

A existência da propaganda nos veículos de comunicação, sobretudo a televisão, parece não incomodar os entrevistados: 54 deles responderam que a propaganda não atrapalha em nada; 33 responderam que atrapalha pouco.

Hobbies e incentivo da escola

Das pessoas que não incluem o acompanhamento de notícias em suas atividades de lazer (70 pessoas): 33 não têm/tiveram incentivo da escola, 26 tem/tiveram incentivo e 11 não sabem responder ou não lembram. Para aqueles que consideram acompanhar



notícias como hobby (30 pessoas), 12 tem/tiveram incentivo, 11 não tiveram incentivo, sete não sabem ou não lembram.

Avaliação das notícias

Havia uma pergunta no questionário que avaliava o grau de concordância do entrevistado com seis afirmações. A maioria das pessoas respondeu “médio”, porque muitos não se arriscavam a concordar com tudo, ou diziam que dependia da notícia. Em apenas uma afirmação o nível de concordância foi pouco. Abaixo a transcrição das frases com as respostas obtidas:

Geralmente, as notícias informam todas as opiniões sobre os assuntos?			
Muito: 19	Médio: 62	Pouco: 18	Nada: 1

Geralmente, as notícias trazem a sua opinião sobre os assuntos?			
Muito: 14	Médio: 53	Pouco: 28	Nada: 5

Geralmente, as notícias trazem informações completas?			
Muito: 16	Médio: 67	Pouco: 15	Nada: 2

Geralmente, as notícias falam de pessoas como você e das pessoas com quem você convive?			
Muito: 20	Médio: 36	Pouco: 32	Nada: 12

Geralmente, as notícias falam do jeito que você fala?			
Muito: 9	Médio: 38	Pouco: 42	Nada: 11

Você acha que dá pra acreditar no que as notícias falam?			
Muito: 19	Médio: 49	Pouco: 28	Nada: 4

Conclusões

O objetivo da primeira fase da pesquisa consistia em captar a variedade opiniões de indivíduos de baixa renda sobre questões relacionadas ao jornalismo. Pretendeu-se assim, por meio das entrevistas, estimular o indivíduo a falar sobre suas experiências e hábitos sobre as relações que estabelecem com os conteúdos jornalísticos e a relevância que dá a essas informações.

A partir das entrevistas foi possível concluir que os entrevistados reconhecem a necessidade de se manter informados. Como afirma Piccinin, “os indivíduos têm desejo



de controlar o que acontece no mundo e sentem, por isso, necessidade de informação na sua vida diária”. (PICCININ, 2007, p. 38). Esse interesse se mostrou maior quando é algo que acontece próximo deles, que afeta a realidade em que vivem. Essa relação de proximidade da notícia com o público receptor promove, portanto, maior interesse da audiência na medida em que cria um sentimento de vinculação. Essa tendência já havia sido constatada por Piccinin

A maioria dos entrevistados demonstrou interesse em notícias e programas jornalísticos que abordem a realidade em que vivem, que veiculem notícias do bairro onde moram. As temáticas mais próximas e imediatas ao dia-a-dia dos espectadores, nesse caso, a informação local, parecem estreitar os vínculos e criar identidades entre os mundos da emissão e da recepção. (PICCININ, 2007, p. 46).

Outra característica observada consiste na frequência de comentários sobre as notícias consumidas com outras instâncias de interação social. As discussões eram constantes, sobretudo quando o assunto da notícia é algo próximo ou conhecido, quando diz respeito a problemáticas do local onde a pessoa vive ou ainda questões relacionadas à atividade profissional. O que confirma a observação de van Dijk:

O conhecimento de grupo pode ser adquirido em instâncias repetitivas de comunicação interpessoal, especialmente em grupos pequenos em que a maioria dos membros interage face-a-face. Sob diferentes condições, essa é também a forma de aquisição interpessoal de conhecimento de grupo na família, entre amigos ou em situações profissionais. (VAN DIJK, 2005).

Muitos dos entrevistados, no entanto, se mostraram descontentes com o excesso de notícias negativas, “ruins”, sobretudo quando se referem ao local onde moram. Mas um deles admitiu que a exposição que a televisão dá aos problemas locais é que faz com que as autoridades se movimentem para tentar resolvê-los.

Para Piccinin a informação partilhada torna os indivíduos comuns e, portanto, as notícias produzem um sentimento de pertencimento a essa comunidade:

A preocupação com assuntos que afetam o cotidiano dos indivíduos e seus problemas mais imediatos são os grandes temas geradores de pautas dentro de uma emissora local. Por isso o telejornal pautado pelas notícias locais gera o sentimento de pertencimento a uma comunidade e provoca a discussão cotidiana sobre os problemas da atualidade que estão próximos a esta comunidade. (PICCININ, 2007, p. 48).

Dentre os tipos de notícias menos apreciadas, política e economia foram as mais citadas. A primeira não desperta interesse devido a descrença no bom funcionamento



das instituições e aos constantes escândalos. Essa justificativa deveria ser motivo para dar mais atenção às questões políticas, que interferem na vida de qualquer cidadão, mas não é isso que acontece. David Mindich também aponta essa tendência nos Estados Unidos, ao dizer que “What journalism is facing now is that fewer people understand the importance of being politically informed”. (Mindich, 2005, p. 48).

Já o que leva a falta de interesse em economia é a dificuldade de compreensão desse tipo de notícia, porque, segundo os entrevistados fala de questões distantes, ausentes no cotidiano dessas pessoas de baixa renda. Em relação à linguagem das notícias, todos costumavam dizer que era acessível, fácil de compreender. Pôde-se constatar que a televisão é o meio de comunicação mais utilizado para se informar. Para os entrevistados os termos jornalismo e televisão eram sinônimos, equivalentes; por isso qualquer pergunta sobre notícias, era naturalmente associada a notícias televisivas.

A execução da etapa quantitativa mostrou que o nível de renda é um fator que afeta muitas práticas e usos que os indivíduos fazem das notícias. O fato dos entrevistados serem de baixa renda fez com que o acesso aos meios seja limitado. A maioria não lê livros, não compra revistas e não tem acesso à Internet. A maior parte das pessoas acompanha programação noticiosa de uma a duas horas por dia (59 pessoas). Dos 100 entrevistados, 93 assistem programas jornalísticos todos os dias e sete assistem pelo menos uma vez por semana. O Jornal do Almoço foi o programa mais citado (por 40 pessoas). A programação noticiosa do rádio não cativa muitos ouvintes: apenas 14 pessoas disseram acompanhar emissoras como a CBN e a Guarujá. A maior parte dos indivíduos costuma acompanhar apenas programação musical, como a Rádio Regional FM e Guararema.

Como era de se esperar, poucos indivíduos de baixa renda acessam notícias pela internet: 83 pessoas quase nunca ou nunca acessam informações jornalísticas por esse meio. Os números referentes ao acompanhamento dos jornais impressos mostram que esse público costuma ler jornais populares e regionais, como o *Hora de Santa Catarina*, a publicação mais lida pela amostra pesquisada. Os entrevistados não têm hábito de ler revistas.

Além de mostrarem que as pessoas consideram as notícias sobre a cidade de Palhoça importantes, os números mostraram que esse público também acha as notícias estaduais e nacionais relevantes. A pesquisa confirmou o fato de que as pessoas costumam fazer comentários sobre aquilo que acompanham nas notícias (95%). As notícias que despertam mais interesse são as de cobertura de saúde e da cidade, porque



fazem parte do cotidiano e são mais próximas dessas pessoas. Em relação às notícias de política, a maioria tem baixo interesse e considera essas notícias difíceis de entender.

Saúde e polícia foram consideradas as editorias mais fáceis de entender. Já as consideradas mais difíceis foram as de ciência e tecnologia. Isso pode ser explicado pelo fato de as duas primeiras editorias abordarem realidades vividas pelo público de baixa renda (acesso a hospitais e criminalidade), enquanto as duas últimas tratam de temas distantes, que não fazem parte do dia-a-dia dessa população. A pesquisa mostrou ainda que a presença da propaganda nos veículos de comunicação, sobretudo a televisão, não incomoda os entrevistados.

A realização dessa pesquisa permitiu compreender melhor de que forma se dá a apropriação das notícias por indivíduos de baixa renda. O contato com os entrevistados e os dados obtidos mostraram que trabalhos que envolvem essa camada social em seu papel como instância receptora são desafiadores e, sobretudo, necessários. Desafiadores porque, a primeira vista, pode parecer simples estudar uma camada da população que, segundo os estereótipos, deveria ser acrítica e passiva. Mas, ao contrário do que esses sugerem, esse tipo de público tem muito a dizer e contribuir. Sem contar o fato de que os mais pobres perfazem a grande maioria da população brasileira e, conseqüentemente, do público do jornalismo, sobretudo no caso da televisão.

Assim, por configurar-se como pesquisa de iniciação científica e que lida com público pobre, esse trabalho pretende contribuir para a ampliação do conhecimento sobre o público de baixo poder aquisitivo, de suas aspirações e dificuldades para acessar a chamada sociedade do conhecimento através de conteúdos jornalísticos.

Referências Bibliográficas

AYRES, Melina e GARCIA, Maria Noel. **Vosotras, nosotras y ellas. El receptor y la construcción de agenda.** Memoria de grado Universidad Católica del Uruguay: 2005

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais.** Florianópolis. Editora da UFSC, 2007.

BAUER, Martin e GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.



CORTES, Verônica Aravena. **Cidadania e meios de comunicação. Resultados de pesquisa de recepção do projeto mídia, espaço público e democracia.** In: MELO, José Marques de (et al). Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

DIJK, Teun A. Van. **Notícias e conhecimento.** Revista *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol II N. 2, Florianópolis, Segundo semestre de 2005.

PORTO, Mauro. A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado. In: FERREIRA, Giovandro Marcus; MARTINO, L. C. **Teorias da Comunicação: epistemologia, ensino, discurso e recepção.** 1. ed. Salvador -BA: EDUFBA, 2007. [págs. 245-268]

JACKS, Nilda. **Pesquisa de recepção e cultura regional.** In: SOUSA, Mauro Wilton de Sousa (org.). Sujeito: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

KAPLÚN, Mario. **El estudio de la recepción: un área prioritaria de investigación-acción ante los nuevos desafíos.** In: MELO, José Marques de (coordinador). Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI. São Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación / Escola de Comunicação e Artes, 1992.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico Um estudo de caso sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores.** São Paulo: Summus, 1985.

MEDITCH, Eduardo B. V. **Acessos e barreiras à informação: avaliação das interfaces sócio-cognitivas do discurso jornalístico no rádio e em outros meios.** Projeto de Pesquisa. CNPq: 2004.

MINDICH, David. **Tuned out: why Americans under 40 don't follow the news.** Oxford, New York: Oxford University Press, 2005.

NETO, Antônio Fausto. **A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção.** In: SOUSA, Mauro Wilton de Sousa (org.). Sujeito: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

PICCININ, Fabiana. **Do outro lado da tela: as apropriações do telejornal pelos fumicultores de Santa Cruz.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007.