



## **A interface dos jovens de Campina Grande junto aos meios de comunicação: um estudo social do jornal impresso, rádio, TV e internet<sup>1</sup>**

Patrícia Rios (Facisa/UEPB)<sup>2</sup>  
Goretti Maria Sampaio de Freitas (UEPB)<sup>3</sup>

### **Resumo**

O trabalho procura mostrar de que maneira os jovens de Campina Grande se relacionam com os meios de comunicação. Para esta pesquisa foram objetos de estudo os jovens com idade entre 15 e 18 anos de duas escolas tradicionais (uma pública e uma particular) do 2º ano do ensino médio. Um questionário semi-estruturado com questionamentos semi-abertos foi aplicado junto a uma amostra de 131 jovens. Percebeu-se que os jovens em estudo acreditam que os meios de comunicação são importantes para a formação cultural. Os meios de comunicação tradicionais (jornal, rádio e televisão) convivem com o meio mais recente (internet), sendo que existe uma maior preferência pela internet, devido às características de interatividade e visibilidade que a mesma oferece no mundo contemporâneo.

### **Palavras-chave**

Juventudes; Meios de Comunicação; Cultura; Contemporaneidade

### **Meios de Comunicação e juventude**

Na sociedade contemporânea as mudanças sociais têm feito surgir novas dinâmicas na comunicação, na medida em que a mídia integra cada vez mais espaços de sociabilidade no cotidiano dos indivíduos.

Os meios de comunicação estão presentes na história da sociedade e possuem importância que merece ser discutida e questionada, principalmente quando a comunicação é hoje um meio cada vez mais interativo. Atualmente a mídia está presente no cotidiano de um povo e em diferentes estratos sociais.

Os meios de comunicação atuais estão sempre procurando inovar para atrair o seu público: jornais, rádios e TV's têm buscado uma interação maior com o seu

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT6-GP Comunicação e Culturas Urbanas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Sociedade (UEPB), coordenadora e professora do curso de Produção Audiovisual (Facisa) e professora do curso de Comunicação Social (UEPB).patriciarios.pb@gmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Sociologia (UEPB) e professora titular do curso de Comunicação Social (UEPB). gmescg@uol.com.br



público, isso fica a cada dia mais visível quando se tem a internet como um meio de comunicação muito presente na vida das pessoas, e principalmente na dos jovens.

Os meios tradicionais como jornal, rádio e televisão passaram por diversas fases e sabe-se que as técnicas têm uma grande influência nesse processo.

Este período de transição para a chamada *Era Digital* tem provocado rupturas na dinâmica da indústria da comunicação em que os jovens passam a consumir os produtos midiáticos a partir da convergência das mídias. Diante deste paradigma cabe questionar: Que relações sociais a juventude têm estabelecido junto a essa nova era da comunicação?

O desafio se apresenta no sentido de entender a relação existente entre a mídia, educação, cultura e juventude, buscando compreender como os jovens urbanos contemporâneos, especificamente de Campina Grande utilizam os meios de comunicação.

O ponto de partida para as discussões propostas aqui é compreendermos inicialmente como vem ocorrendo essa transformação na dinâmica da comunicação, para no desdobramento verificarmos as formas de sociabilidade dos jovens nessas novas configurações midiáticas.

Os processos definidores das relações sociais junto à mídia entre esses dois grupos de jovens, serão identificados por dados percentuais. A análise desses dados será definida a partir dos grupos -1 ( Rede pública ) e grupo-2 ( Rede privada ). A escolha por esses dois grupos permitiu-nos identificar se existem e quais as principais diferenças sociais e culturais de cada um deles junto ao acesso aos meios de comunicação.

A juventude foi escolhida pelo fato desta ser a etapa da vida de transformações, mudanças e decisões. Muitas das experiências, identidades e expressões culturais dos jovens são edificadas no tempo livre e de lazer, e os meios de comunicação estão inseridos neste contexto. O jovem está diretamente associado à realização ou não de expectativas e principalmente, para estes que alcançam mais um etapa da vida escolar<sup>4</sup>, quando estão prestes a decidir seu futuro profissional e outros por razões diversas, pretendem apenas concluir o ensino médio: etapa vencida, às vezes com muita dificuldade (ABRAMO e BRANCO, 2005; BOURDIEU,1983; TRAVANCAS, 2007).

---

<sup>4</sup> O estudo foi realizado junto a jovens do 2º ano do ensino médio de escolas pública e privada de Campina Grande.



## Discutindo a juventude

As discussões implementadas sobre as construções que são oferecidas ao termo juventude são marcadas por tensões, tendo em vista as diferentes posições adotadas por teóricos que se debruçam sobre o termo. São concepções dicotômicas que de um lado defendem a juventude como um processo homogêneo, e do outro os que buscam valorizar a diversidade das experiências juvenis.<sup>5</sup> Neste paradoxo, a definição de juventude vai da discussão sobre um marco etário e passa para uma abordagem através de uma construção social.

Afinal de contas até onde vai a juventude? Não há uma resposta chave. As Ciências Sociais defende que a juventude não pode ser definida homogeneamente, aponta para uma perspectiva, na qual devemos percebê-la como uma construção social, cultural e histórica que, está intimamente ligada às transformações do mundo moderno.<sup>6</sup> Diante deste ponto de vista a cultura ocidental contemporânea apresenta um atributo que vai além dos limites de uma determinada faixa etária, pois ser jovem é, sobretudo, uma forma de identidade que, está atrelada a um estilo de vida marcado por uma independência e uma autonomia.

Bourdieu (1983) é um dos autores que integram essa corrente de pensamento, afirmando que, as divisões entre idades são arbitrárias, pois a fronteira que separa a juventude da maturidade está atrelada a um jogo de manipulações que se faz presente em todas as sociedades e como tal, faz parte de um processo de classificação, em que as fronteiras passam a ser socialmente construídas.

Este autor nos chama a atenção que a “Juventude é apenas uma palavra”, tendo em vista que não se pode atribuir o termo juventude de forma genérica, diante das diferentes realidades. Assim, mais do que uma palavra, a juventude pode ser caracterizada por uma experiência de vida que, é construída através de diversas formas de classificação, resultante das relações estabelecidas entre pessoas, classes sociais, relações familiares e relações de poder.

---

<sup>5</sup> Os estudos sobre juventude emergem a partir da década de 20, com a obra clássica de Karl Mannheim, Margaret Mead e posteriormente com a Escola de Chicago, que aponta uma visão bastante limitada ao que viria a ser juventude, defendendo a ideia de que esta deveria ser compreendida como um momento da vida entre a infância e a vida adulta.

<sup>6</sup> Esta concepção vem dos primeiros estudos desenvolvidos por Áries (1978) que apresentou as mudanças ocorridas na organização familiar a partir do Séc. XII, em que a família passa a organizar-se em torno da criança. No entanto, a constituição da juventude enquanto grupo social se deu na Europa, no séc. XVIII, a partir da estruturação do sistema escolar.

Utilizar o termo juventude para falar dos jovens como se fosse uma unidade social, um grupo constituído, dotado de interesse comuns, e relacionar esses interesses unidade definida biologicamente, é uma manipulação evidente e um formidável abuso de linguagem ( BOURDIEU, 1983, p.144)

De acordo com o estudo clássico desenvolvido por Mannheim (1968) a juventude deve ser compreendida enquanto uma categoria de sujeitos que estão ordenadas a partir de interações sócio-geracionais. Para este autor, uma geração se define através da relação de indivíduos estabelecida em uma posição comum na dimensão histórica do processo social, estando, portanto, atrelados a um modo característico de pensamento, experiência e ação. Nesta perspectiva, a geração se constitui em uma condição objetiva na vida dos indivíduos, marcada por uma similaridade de situações que são emergentes na sociedade contemporânea.

As discussões teóricas acima demonstram que não há um modelo único de juventude, a forma como vai se representar diz respeito às particularidades inerentes a um contexto social e cultural. Convém ressaltar, entretanto, que esses modelos culturais são distintos e ocorrem a partir de experiências e situações diversas que, passam pela questão etária, cultural, da prática de sociabilidade e, sobretudo, pela questão familiar.

Diante disso não podemos tratar o termo juventude como algo unitário, pois ela se verifica também por experiências de vida. Sob este olhar, o modelo de ser jovem deve ser construído a partir de uma pluralidade, porque esse modelo está atrelado a contextos culturais diversificados que, são localizados em um tempo, em uma territorialidade.

Portanto, devemos pensar a temática juvenil a partir de aportes que se inter-relacionam, compreendendo a juventude a partir de sua pluralidade, pois não há um jovem, mas categorias de jovens que, ressignificam uma realidade sócio-histórica contemporânea. Devemos falar não em juventude, mas em juventudes, pois há uma diversidade muito grande ao se experimentar um momento da vida, e que realmente é diferente de todos os outros.

Este breve panorama sobre a concepção de juventude ligada a emergência das novas tecnologias da comunicação nos suscita interesse em investigar mais de perto as influências estruturais que marcam o acesso dos jovens junto aos meios de comunicação.



A pesquisa analítica nos permitirá delinear um quadro, embora micro, das formas de interação que exercem.

### **Cultura urbana e contemporaneidade**

À luz da antropologia, o americano Geertz (1989) define cultura, analisando-a através de processos de interpretação e dos padrões de significados. Para este autor, a cultura é construída por ações carregadas de simbolismos e sinais identificados através de estruturas significativas. De acordo com seu pensamento:

O homem é um animal amarrado a teias de significações que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise, portanto não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado (GEERTZ, 1989, p.15).

De forma mais enfática assevera que: “a cultura, a totalidade acumulada de tais padrões, não é apenas um ordenamento da existência humana, mas uma condição essencial para ela, a principal base de sua especificidade” (GEERTZ, 1989, p.58).

Embora a cultura, aparentemente, mantenha-se com características fixas, não constitui fenômeno estático, pois são os fluxos culturais, através de signos de matérias de expressão, que permitem aos homens a sua criação incessante, atribuindo sentidos diversos às suas práticas. Assim, os moldes de valores diversificados possibilitam que as pessoas situadas em posições diferenciadas criem várias interpretações do mundo. Sob este ponto de vista, os padrões e formas culturais variam, inventando-se e reinventando-se continuamente. Dessa maneira, o processo é verificado não apenas no coletivo, mas também no plano individual.

Martín-Barbero assegura essa relação entre comunicação e cultura e comenta: “Pensar os processos de comunicação a partir da cultura (...) não se trata de perder de vista os meios, senão de abrir sua análise às mediações, isto é (...) aos sujeitos, às diversas temporalidades sociais e à multiplicidade de matrizes culturais a partir das quais os meios-tecnologias se constituem” (BRITTOS, 2004, p.2).

A mídia, desde os meios de comunicação tradicionais, como rádio, jornal, televisão até o meio mais recente, a internet, sempre influenciou a sociedade e conseqüentemente sua cultura.

Sobre a cultura de massa e a circulação cultural, Barbero (2001) explica:



A cultura de massa é a primeira a possibilitar a comunicação entre os diferentes estratos da sociedade. E dado que é impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, então o importante é que haja circulação. E quando existiu maior circulação cultural que na sociedade de massa? Enquanto o livro manteve e até reforçou durante muito tempo a segregação cultural entre as classes, foi o jornal que começou a possibilitar o fluxo, e o cinema e o rádio que intensificaram o encontro (BARBERO, 2001, p. 70 e 71).

Segundo Escosteguy (2001, p.22) para Williams e Thompson “cultura era uma rede vivida de práticas e relações que constituíam a vida cotidiana, dentro da qual o papel do indivíduo estava em primeiro plano”.

Sobre o papel da comunicação na sociedade hodierna pode-se entender a comunicação como uma forma sensível da vida social contemporânea (SILVA, 2004). Desta maneira, a comunicação pode ser vista como um laço social que produz um sistema de significações, servindo de “cimento social”, a “cola do mundo pós-moderno” (MAFFESOLI, 2004).

### **Análise da relação juventude, meios de comunicação e Campina Grande**

Campina Grande fica a 120 km de João Pessoa, capital da Paraíba, é considerada um dos principais pólos tecnológicos do Brasil. De acordo com estimativas do IBGE (2010) sua população é de 385.276 habitantes. A segunda cidade mais populosa da Paraíba, exerce uma grande influência política e econômica sobre outros 57 municípios do Estado. Representa 13,63% do total das riquezas produzidas na Paraíba, sendo o segundo maior PIB entre os municípios paraibanos.

A região metropolitana de Campina Grande é formada por 23 municípios, possui uma população estimada em 695 931, sendo a maior zona metropolitana do interior nordestino e quarta maior zona metropolitana do interior brasileiro

O presente estudo foi realizado com 131 alunos do 2º ano do ensino médio em duas escolas da cidade de Campina Grande, sendo 65 de escola pública e 66 de escola privada.

#### **Análise da Internet e juventude**

De acordo com os dados obtidos observou-se que a internet é o meio de comunicação mais utilizado: 66,36% dos entrevistados fazem da internet a primeira



opção midiática, em segundo os alunos optam pela televisão, em terceiro o rádio e logo em seguida o jornal.

Com relação à internet, 100% dos alunos da escola privada utilizam a mídia, já para os alunos da escola pública esse índice é de 98,46%. Pode-se perceber que praticamente todos os alunos têm acesso à rede. O depoimento de um aluno de escola pública ilustra esse fato: “O meu meio de comunicação preferencial é a internet, eu acho que ele me ajuda muito, pois boa parte do que eu sei é graças à internet”.

100% dos alunos da escola particular acessam à internet mais constantemente de suas residências, para os alunos da escola pública esse percentual é de 81,53. Um dado interessante e diferente entre os públicos pesquisados é que 26,14% dos jovens da escola pública acessam à internet através das lan houses e para o público da escola privada apenas 1,51% procuram as lan houses.

Quanto à periodicidade do uso da internet, constatou-se que 62% dos alunos de escola particular utilizam a mídia diariamente, já na escola pública esse dado é de 47,69%.

A internet é bastante utilizada como fonte de pesquisas escolares, 98,48% dos alunos de escola particular utilizam a rede também para essa finalidade. Na escola pública esse dado é de 90,76%. As redes sociais são um hábito para 89,39% dos alunos da rede particular e 75,38% para os da escola pública.

O número de computadores nas residências é também um diferencial. Todos os alunos da escola particular têm pelo menos um computador na sua residência. Na escola pública 16,93% não possuem o equipamento. 42,2% dos alunos de escola particular têm pelo menos dois computadores em domicílio, esse dado para a escola pública é de 20%.

Com relação ao uso da internet, fica claro que essa mídia é de fato expressiva nos dois segmentos analisados, mas possuem suas diferenças de acordo com os dados apresentados e devem ser levados em consideração.

De acordo com Castells (1999), a produção, armazenagem e distribuição de informação por computador tem ocasionado uma revolução tecnológica; revolução que se constitui em um novo paradigma da comunicação humana, configurado através de uma rede de culturas globalizadas. Os mais entusiasmados, a exemplo de Pierre Lévy, arriscam a defender que depois da descoberta da escrita, a internet é a segunda grande revolução da história da comunicação humana, causando profundas e importantes transformações no âmbito sociocultural.

Para o sociólogo espanhol o surgimento da internet na sociedade gerou a possibilidade de uma cultura baseada na virtualidade real:

Não há separação entre ‘realidade’ e representação simbólica. Em todas as sociedades, a humanidade tem existido em um ambiente simbólico e atuado por meio dele. Portanto, o que é historicamente específico organizado pela integração eletrônica de todos os modos de comunicação, do tipográfico ao sensorial, não é a indução à realidade virtual, mas a construção da realidade virtual (CASTELLS, 1999, p.459).

O ponto positivo dessa tendência é que permite uma certa autonomia do indivíduo diante dessa nova cultura midiática, que lhe possibilitará, com velocidade expressiva, adquirir mais poder e conhecimento em busca de uma produção de novas formas de cultura. Nessa perspectiva, um aluno de escola privada comenta: A internet é um meio de comunicação preferencial pois possibilita acesso a variadas fontes de transformação, discussões com os mais variados tipos de pessoas e conteúdo bastante diversificado. Minha formação cultural passa, portanto, pela formação a partir do tipo de informação que recebo.

Esta nova realidade midiática, sem dúvida, converteu a internet em um importante instrumento de comunicação que está prioritariamente associado a um perfil de usuário mais novo. Tal aspecto se justifica porque é uma tendência do jovem se mobilizar em torno de processos de mudança social em busca de conhecimento inovador e conseqüentemente impulsionador de conquistas significativas para a sua existência. Esse fato é demonstrado nos resultados dessa presente pesquisa quando a internet é o meio de comunicação mais recente, porém preferencial entre os jovens pesquisados.

Sob o fio deste raciocínio, as matrizes culturais desses jovens se constroem numa multiplicidade cultural a partir de fluxos intercambiados por diversos modelos de cultura que se ampliam num contexto global (CANCLINI, 2000).

Diante desta compreensão podemos dizer que as construções das identidades culturais desses jovens são implementadas através de interconexões que se arquitetam na diversidade por meio de fluxos culturais imersos em sua pluralidade.

#### Análise da TV e juventude

Depois da internet, o segundo meio de comunicação mais procurado pelos jovens em estudo é a televisão. 100% dos jovens alunos assistem televisão e 58,5% o



fazem diariamente. O turno em que eles assistem mais TV é o noturno. Os telejornais, filmes e novelas são as programações mais assistidas. 80,30% dos alunos da escola particular têm uma preferência maior por filmes, já 81,53% da escola pública preferem novelas. Os telejornais também são assistidos por 75% dos alunos da escola particular e 52,30 por jovens da escola pública. Um dos alunos da escola pública comenta: “A televisão contribui porque deixa todos atualizados sobre o que está acontecendo”.

No que se refere às matérias jornalísticas a maioria dos jovens prefere notícias sobre cotidiano. Um dado interessante é que 46% dos alunos de escola particular têm interesse por temas políticos, enquanto na escola pública esse índice é de 11,76%. A cultura é um tema também importante para 62% dos jovens da escola particular e para apenas 14,70% para os de escola pública.

Percebeu-se que a televisão é verdadeiramente um meio de comunicação de massa, de acordo com as particularidades e características de cada programa. Os públicos desses programas podem ser segmentados, mas na maioria das vezes procura agradar a um maior número de pessoas, como por exemplo os telejornais.

Caracterizada por sua natureza múltipla, a televisão “oferece” um conjunto variado de programas que os jovens selecionam de acordo com seus gostos e necessidades, apresentando-se através de uma variável de gêneros sejam ficcionais ou reais. As aspirações simbólicas desses jovens se coadunam com o que mais lhes interessam. Sobre esse aspecto, um aluno de escola privada comenta: “Alguns dos programas que eu assisto não têm a devida formação cultural, mas têm outros que dão aulas de inglês ou espanhol, pelos quais eu me interessou muito”.

Como acentua Jacks (2006), embora os modos e hábitos de ver televisão, e seus gêneros, sejam tributários de aspectos etários e sexuais, outros aspectos identitários podem ultrapassar estas condições e articular a audiência televisiva, conseqüentemente, criando uma identidade cultural.

Mais um fator que devemos levar em consideração é que o gênero ficcional da novela integra boa parte da grade de programação da rede Globo no horário noturno<sup>7</sup>. Isso lhe consagra como um dos principais elementos geradores de audiência, desenvolvendo na sociedade um *habitus* de ver televisão, o que resulta numa forma de

---

<sup>7</sup> A Globo apresenta três formatos de novelas que se distribuem entre as 18 horas com as novelas de época; às 19 horas com as voltadas ao humor e às 21 horas com temas mais sociais.



normatização no cotidiano das pessoas, na medida em que estabelecem horários para outras práticas, a exemplo do horário do jantar ou de encontros.

### Análise do rádio e jovens

O hábito em escutar o rádio é uma prática comum entre os dois grupos pesquisados com 86,15% dos que integram a escola pública e 71,21% dos inseridos na escola privada, embora ocupe o 3º lugar na preferência dos jovens entrevistados para a pesquisa.

Majoritariamente (mais de 90%) optam pelo Rádio FM. Na verdade este é um aspecto inerente aos jovens no contexto atual. O FM se apresenta como alternativa de mediação pela programação musical que oferece além da comunicação estabelecida de forma despojada, fato que motiva a audiência.

Assim como no jornal, o acesso ao meio radiofônico ocorre de forma esporádica entre 42,55% dos jovens da escola privada e 32,14% da pública. Os dados apontaram ainda uma similaridade entre os dois grupos que escutam o rádio diariamente com uma média 29%.

O horário da audiência se verifica de forma mais abrangente para os da escola particular no período matutino, com 63,63%. No caso dos jovens da escola pública o horário preferencial é o noturno, com 51,78%. Este é um dado revelador tendo em vista que pesquisas de audiência junto aos meios de comunicação apontam o horário da noite como espaço prioritário para a televisão.

A cultura da portabilidade que se institui diante das novas alternativas midiáticas e mais especificamente do rádio tem criado novas formas de acesso a este meio. Não precisa fazer muito esforço para identificarmos os jovens circulando no meio urbano conectados aos seus fones de ouvido.

Os nossos pesquisados apresentaram facetas diferentes no que diz respeito à forma como escutam o rádio. Os jovens da escola particular apontaram o micro system com 64,10% como a forma preferencial, vindo em seguida o celular com 41,02% e a internet com 25,64%. Tais dados se legitimam considerando que 89,36% desses sujeitos indicaram escutar o rádio normalmente acompanhado.

Um dos alunos de escola particular comenta: O rádio eu acho que ainda é o meio de comunicação mais prático. Através dele posso me inteirar durante o período que estou no carro.



As circunstâncias relatadas pelos interlocutores apontam uma escuta coletiva, pois ao ligarem o aparelho ele vai estar disponível a todos que ali estejam presentes, sobretudo quando indicam que a audição ocorre em suas residências e pelo micro system. Dessa maneira, o rádio torna-se um meio cristalizado no espaço social doméstico

Os jovens da escola pública oferecem outra postura. 69,64% indicaram escutar o rádio pelo celular. O micro system acompanha a audição de 39,28% e a internet atinge o percentual de 16,07%. Aqui igualmente os dados se referendam já que apontam que 78,18% praticam suas mediações radiofônicas sozinhos.

Sob este fato podemos considerar que as novas tendências de audição do rádio indicam, portanto, cada vez mais que este meio se legitima pela intimidade que exerce junto aos seus ouvintes, assim como pela individualidade que se estabelece no momento da recepção através das novas ferramentas mencionadas acima

Embora a música seja o elemento motivador do processo de audição, as informações também integram as mediações desses sujeitos. Os jovens da escola particular se interessam mais por informações do que os da escola pública com 69,56% contra 55,35%. Os temas voltados ao cotidiano foram convergentes entre os dois grupos com mais de 60%. Entre os jovens da particular o esporte se sobressai com 50%, vindo em seguida os temas policiais e culturais com 37,50%.

No caso dos jovens da escola pública os aspectos culturais se revelam na segunda opção com 38,70% e depois o esporte com 29,03%.

Utilizando-se de uma linguagem versátil e muito voltada para o público jovem o rádio atinge os grupos aqui pesquisados, popularizando os estilos e unificando sua linguagem para além das diferenças sociais. De diferentes modos, todos escutam rádio.

#### Análise do jornal impresso e jovens

As mediações junto ao meio impresso e mais especificamente ao jornal estão entre as últimas opções midiáticas de ambos os grupos. 64% dos estudantes da rede pública e 60,93% da particular indicaram que não gostam de ler jornal.

Para os que têm acesso ao jornal impresso a prática ocorre de forma diversificada entre os dois grupos pesquisados. 39,43% dos jovens da escola pública apontaram que leem jornal duas vezes por semana. Os demais, 26,08% praticam a leitura de forma esporádica e mais especificamente nos finais de semana.



Já os jovens da escola particular majoritariamente, 44%, indicaram que o acesso ao jornal ocorre de forma esporádica e igualmente aos finais de semana.

Esta na verdade é uma faceta da maioria dos jovens brasileiros tanto do meio urbano como do rural. Dois fatores podem ser aqui observados: O primeiro decorre da ausência de uma cultura de leitura em um país que ainda apresenta índices de analfabetismo. O hábito da leitura é uma prática que se exerce de forma muito seletiva e voltada basicamente para um público adulto.

Outro aspecto a considerar é que as editorias dos nossos jornais pouco direcionam assuntos relacionados aos jovens, exploram basicamente temas voltados ao cotidiano. No factual, o jovem torna-se protagonista principalmente quando o assunto é violência. A ausência de abordagens mais instigantes proporciona uma certa apatia o que provoca o distanciamento dessa categoria do meio impresso.

Dentro de suas subjetividades os filtros que criaram junto aos fatos se compuseram de forma bastante diversificada, através dos elementos aqui descritos na ordem de preferências. Eles diversificam suas opções de leitura com prioridade para a cultura, embora os dois grupos apresentem significativas diferenças diante de outras áreas.

Para os matriculados na escola particular, a política se sobressai com 44% diferentemente dos jovens da pública que apontam apenas 8,69% de interesse. Assuntos como economia (40%), policial(36%) e cotidiano (36%) compõem o quadro de leitura dos jovens da escola particular, o que não é compatível com os da pública. Para os jovens da escola pública o sentido que apresentam em torno da circulação social das notícias se constitui a partir de fatos policiais com 43,47%, vindo em seguida cotidiano com 34,78% e colunismo social com 39,13%.

Diante do quadro descrito podemos considerar que as mediações desses jovens condiciona-se ao que o meio “oferece”, e este aspecto está atrelado a uma racionalidade econômica que seus produtores utilizam através das estratégias de mercado. Ou seja, a mídia e no caso específico o jornal, funciona dentro e através do domínio do discursivo, não podendo ser vista fora do contexto das relações de poder, o que equivale a dizer que os ‘*media*’ por serem meios de comunicação ideológicos, operam no campo da construção social do sentido com origens centradas para as estruturas sociais (HALL, 1997).



## Considerações finais

A transmissão dos bens simbólicos instituídos pela mídia tem assumido um papel preponderante nas construções identitárias dos jovens. Hoje, os meios de comunicação de massa, através de um processo de mediação, são os mentores de uma nova conduta que viabiliza uma diferente realidade cultural da massa, desenvolvida num processo de imbricamento entre o uno e o múltiplo. Podemos observar, diariamente, o funcionamento de uma indústria da informação e da comunicação, oferecendo um número incalculável de novidades, atraindo crianças, jovens, adultos para um mundo fantástico de som e imagem muito mais confortável e sedutor do que os textos escritos ou impressos.

O conjunto das preferências midiáticas dos jovens desta pesquisa não difere da realidade brasileira, embora apontando algumas especificidades que se delineiam no mundo simbólico de cada indivíduo.

## Referências bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. & BRANCO, P. P. Martoni.(org.) *Retratos da juventude brasileira. A análise da uma pesquisa social*. São Paulo: Editora fundação Perseu Abramo, 2005.

ARIÉS, Phillippe. *História Social da Criança e da Família*. Rio de Janeiro: editora L.T.C, 2ª edição, 1978.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.  
\_\_\_\_\_. *A Juventude é apenas uma palavra*. In Bourideu, P. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero Ltda., 1983.

BRENNER, A. K.; DAYRELL, J.; CARRANO, P. *Culturas do lazer e do tempo livre dos jovens brasileiros*. In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. *Retratos da juventude brasileira: análise de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Perseu Abramo, 2005.

BRITTOS, Valério Cruz. *Comunicação e cultura: o processo de recepção*. BOCC-Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-Comunicacao-cultura.pdf>> Acesso em: 15. jun.2011.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, vol. 1, 1999.  
\_\_\_\_\_. *Uma questão de cultura*. In. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 18, 1995.



ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

\_\_\_\_\_. *Os estudos culturais*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org). *Teorias da Comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

GEERTZ, C. *Os usos da Diversidade*. In: *Nova luz sobre a Antropologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

\_\_\_\_\_. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC- livros Técnicos e Científicos Editora S.A . 1989.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997/2000.

JACKS, Nilda. *Estudos de Recepção e Identidade Cultural: Abordagens Brasileiras na Década de 1990*. UNIrevista- vol I nº 3, (ISSN 1809-4651) 2006.

MAFFESOLI, MICHEL *A comunicação sem fim*. In: MARTINS, F.; MACHADO DA SILVA, J. *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MARTÍN- BARBERO, Jesús -. *Dos meios às mediações, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MANNHEIM, Karl. *O problema da juventude na sociedade moderna*. In *sociologia da Juventude*. Org. de Sulamita de Brito. Rio de Janeiro, Zahar, 1968.

\_\_\_\_\_. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *Juventude e televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

VELHO, Gilberto. *Juventudes, projetos e trajetórias na sociedade contemporânea*, IN Maria Isabel Mendes de Almeida, Fernanda Eugênio (orgs) *Culturas jovens: novos mapas do afeto*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.