A juventude na era da informação: como os jovens fortalezenses avaliam o portal Diário do Nordeste[1]

Maurício TEÓFILO[2]
Mariane Morales BRAGA[3]
Adriana SANTIAGO[4]
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

Resumo

Este artigo tem como proposta apresentar algumas reflexões sobre a relação dos jovens com um dos principais portais de notícias do Estado do Ceará, o Diário do Nordeste. Temos o objetivo de mostrar como os jovens acessam e se informam pelo site e, a partir das informações colhidas, fazemos uma reflexão bibliográfica sobre os resultados obtidos através de questionários e discussão em grupo focal; métodos utilizados para compreender como a juventude percebe e avalia este veículo de comunicação.

Palavras-chave: Comunicação; Jovens; Internet; Webjornalismo; Diário do Nordeste Online.

Introdução

Acredita-se que a internet tem uma grande força quando se trata de disseminar a informação de maneira rápida. Hoje, muitos jovens utilizam a internet como principal fonte de informação, mas de que forma a internet está presente no cotidiano dos jovens? Será que ela realmente já pode ser considerada o principal veículo de informação para a juventude?

No Estado do Ceará existem diversos portais de notícias ligados aos mais diferentes grupos de comunicação. O Diário do Nordeste (DN) e o jornal O Povo, são os principais jornais do estado. Os dois veículos possuem site para a publicação de informações on-line, com atualizações constantes. É possível perceber que os jovens demonstram pouco interesse pela leitura dos jornais impressos, mas com a chegada da internet o consumo de informação dos jornais impressos, agora, é realizado através dos portais, onde as notícias impressas são publicadas na versão on-line e os jovens têm ainda, a possibilidade de acompanhar o conteúdo atualizado durante todo o dia.

---

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Aluno líder. Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: mauricio.teofilo@globo.com.
[3] Co-autora do trabalho. Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: marianemoralesb@hotmail.com.
[4] Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, e-mail: adriana@unifor.br.

O principal foco desta pesquisa é compreender como essa juventude se informa e como eles avaliam, em especial, um dos principais portais de notícias do Estado do Ceará, o Diário do Nordeste On-line. O portal é ligado ao jornal impresso, que de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC, 2011), tem mais de 24 mil exemplares diários de circulação em Fortaleza e zonas adjacentes. Em 1995, o Diário foi o primeiro jornal do Estado a lançar sua versão on-line. Atualmente, o DN On-line oferece recursos como aplicativos e formatos interativos para plataformas móveis como o Kindle, Android, iPhone e iPad.

> A entrada de jornais e revistas na Internet inaugura um novo veículo de comunicação que reúne características de todas as outras mídias e que tem como suporte as redes mundiais de computadores. O jornalismo digital representa uma revolução no modelo de produção e distribuição de notícias. O papel (átomos) vai cedendo lugar a impulsos eletrônicos (bits) que podem viajar a grandes velocidades pelas auto-estradas da informação. Estes bits podem será atualizados instantaneamente na tela do computador na forma de textos, gráficos, imagens, animações, áudio e vídeo. Recursos multimídia que estão ampliando as possibilidades da mídia impressa (PINHO, J.B, apud MANTA, 2002).

O jornalismo digital ou webjornalismo vem ganhando espaço no cenário da comunicação cearense. Em dezembro de 2011 foi criada a webTV do Diário do Nordeste, a TV DN. Nove meses depois, o veículo realizou o primeiro debate eleitoral ao vivo transmitido via internet; nas eleições de Fortaleza. Este foi considerado também o primeiro debate do pleito eleitoral referente à sucessão municipal da Capital cearense no ano de 2012.

Durante o ano eleitoral, a TV DN realizou ainda debates com os candidatos a prefeito das cidades de Caucaia, Maracanaú e Sobral, municípios que têm importância significativa no PIB do Estado. Já passaram pelos estúdios da webTV do Diário do Nordeste, localizado dentro da redação do jornal impresso, políticos como o governador do Estado, personalidades e atletas internacionais.

Além disso, de segunda à sexta-feira, a TV DN leva aos internautas os comentários do dia sobre temas específicos com a participação de jornalistas e convidados. Para os amantes dos esportes, os gols da rodada e os debates sobre futebol. Sem falar nas contribuições enviadas pelos leitores através da ferramenta VC-Repórter, além das matérias produzidas pelos jornalistas do Diário do Nordeste, que servem de apoio e complementam as matérias do jornal impresso e dos blogs. No portal, além da versão na íntegra do jornal

impresso e da webTV, é possível encontrar também notícias que são atualizadas durante todo o dia.

> Primeiro a versão impressa foi sendo transposta para a internet, algo apenas como conversão de uma plataforma de mídia para a outra. Começou aos poucos também, entravam apenas os "abres" de página. O design era muito simples, digamos até simplório, e, em comparação aos dias de hoje, era de um leiaute muito feio. Além disso, ele vinha com as "subs", e só mais para frente foram entrando as matérias de outras páginas. As fotos, pesadas até então, eram publicadas pequenas, e no início nem todos tratavam o peso da foto parar melhorar o tempo decorrido para visualizá-las (PRADO, 2010, p 31).

A internet como fonte de informação: o webjornalismo

O surgimento dos novos meios de comunicação acabou introduzindo uma nova linguagem e, por consequência, uma nova rotina também na vida dos jovens. Agora, especialmente com o aparecimento da internet, a informação é transmitida de forma rápida e a migração da notícia de uma mídia para a outra também se faz nesta velocidade. O webjornalismo ou jornalismo digital é o meio mais atual de se transmitir informação para a sociedade.

Com esse novo tipo de mídia, onde há a convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, mostrando um produto completo e diferenciado: a webnotícia. Dessa forma, este meio apresenta uma linguagem própria, construída com base nas formas de transmissão de conteúdo produzido em todos os meios de comunicação existentes, mas com a possibilidade de unir as potencialidades de todos estes.

> A Web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para o material noticioso, bem como permite a disponibilização imediata de informação anteriormente produzida e armazenada, através de material de arquivo. Desta maneira, o volume de informação diretamente disponível ao usuário e ao produtor é potencialmente muito maior no jornalismo online. (PALÁCIOS et all, 2002, p. 04).

Para o leitor, o webjornalismo proporciona uma mudança na forma de ler, já que a integração de elementos multimídia na notícia obriga a uma leitura não-linear. Diante de um texto na web com a presença de imagem e vídeo, além de links, as webnotícias dos portais de jornalismo são um atrativo que tornam a leitura de cada pessoa diferenciada. Cada internauta começa a ler, a desvendar, a notícia em sua mente a partir de um ponto que

lhe chamou mais atenção inicialmente, são as portas de entrada, a maioria em formato da letra 'F', da esquerda para a direita de cima para baixo, conforme as regras de usabilidade (NIELSEN, 2004).

Em alguns casos ainda, a imagem pode chamar mais atenção, em outros, pode ser o próprio título da notícia, ou mesmo um trecho de uma fala que seja relevante ao primeiro olhar. E, assim por diante, além dos critérios de noticiabilidade utilizados habitualmente pelos jornalistas, responsáveis pela escolha do que deve ou não ser noticiado, aqueles que fazem produtos para web têm uma preocupação diferenciada, critérios únicos deste meio, existentes devido à opção de convergência que a web permite.

A união de todas estas ferramentas, por sua vez, possibilita o entendimento do internauta com maior facilidade sobre a notícia. A utilização destes recursos obedece a critérios diretamente ligados com o conteúdo informativo. Além disso, os portais de notícias possuem uma relação com o internauta. Quem acessa a estes portais, tem a possibilidade de responder à notícia em segundos ou minutos depois de sua publicação, comentando no link de opinião.

A interatividade é um importante aliado na hora da escolha dos jovens por um meio de comunicação que chame mais sua atenção e através do qual este jovem procura se informar. A internet ganha cada vez mais espaço pela agilidade na difusão de informação, além de muitas opções de portais de notícias disponíveis.

Portais

> Portais são definidos aqui como os websites de notícias online de referência que oferecem conteúdos editoriais semelhantes aos da imprensa, incluindo boletins de esportes e trânsito, assim como seções e links categorizados por temas, áreas para bate-papo, e-mails, dicas, e uma variedade de serviços e produtos. Esses portais realizam uma importante função de gatekeeping já que eles filtram o excesso de informação disponível na internet (HERSCOVITZ, 2009, p. 03).

Para Herscovitz, os portais são uma plataforma interativa e noticiosa que agrega valores do webjornalismo. Suas principais características e que devem ser destacadas são: a potencialidade que o meio tem de centralizar as informações, que podem ser gerais ou específicas; a presença de serviços como a interação através de e-mails, chats e canais de relacionamentos e mecanismos de busca na web.

Este jornalismo realizado através da publicação de notícias em portal é marcado pela divisão de editorias, ao melhor estilo dos jornais impressos, mesclado com características

específicas do webjornalismo, ou seja, é trabalhado com divisões temáticas como: esporte, política ou economia, por exemplo, e traz atualizações constantes, últimas notícias e publicações em tempo real. O jornalismo é, por sua vez, tratado como produto e as informações são construídas observando-se o ambiente digital, ou seja, ela é ofertada a partir da mistura de áudio, texto, vídeo e hipertextos, por exemplo.

Metodologia de pesquisa

Delimitamos o estudo com jovens que, segundo definição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, correspondem à faixa etária entre 16 e 29 anos. A pesquisa foi realizada em Fortaleza, no Ceará. Conforme o Censo Demográfico 2010 (IBGE, 2010), a cidade tem 2.452.185 habitantes, sendo 718.613 jovens com idade entre 15 e 29 anos, o que corresponde à boa parte da população fortalezense. Esta faixa etária concentra majoritariamente um público que tem mais oportunidades de acesso à internet, seja em casa, na escola, no trabalho ou até mesmo em locais de acesso público.

É importante compreender que estes jovens pertencem a diferentes classes sociais. Então, como será que eles estão se informando? Quais são os veículos que eles têm mais afinidade e que despertam o maior interesse deles? Procuramos responder a estas e outras perguntas, mas vale lembrar que, por se tratar de uma pesquisa qualitativa, o mais relevante é a contextualização das repostas obtidas, mais do que os números em si, pois estes não representam uma amostragem confiável da faixa etária escolhida.

O site do Diário do Nordeste foi selecionado para estudo por ser um dos principais portais de informação do Estado do Ceará e por oferecer plataformas diversificadas. Os jovens vivem cercados em um mundo repleto de tecnologia e novas mídias, produtos com novas ferramentas e opções estão chegando ao mercado e este público é o mais receptível para aquisição destes produtos. Este foi um dos motivos para a escolha da faixa etária mencionada. Além disso, para fazer a escolha das pessoas para o grupo focal, elaboramos um questionário com oito perguntas sobre os hábitos diários de consumo de informação. Pessoas aleatórias dentro da faixa etária estabelecida pela pesquisa, de diferentes classes econômicas, e de diversos tipos de escolaridades responderam as nossas perguntas. Dos 117 entrevistados, 67% foram do sexo feminino e 45% do sexo masculino.

A maioria dos jovens que participaram da pesquisa pertence à classe C, o que representa 45% do público total. Um dos dados mais importantes, revelado pelo questionário foi descobrir qual é o principal veículo pelo qual a juventude costuma se

informar. Nas opções, estavam à internet, jornal impresso, rádio, TV e "outra opção". Caso o voluntário respondesse "outra opção", ele teria que detalhar a mídia. Os participantes só puderam marcar uma resposta e com uma porcentagem ampla de 82% o resultado apontou que uma grande parcela da juventude busca informação na internet.

Em seguida, aparece a TV com uma porcentagem pouco expressiva. Para estes jovens que responderam que se informam principalmente pela internet, indagamos também sobre qual o portal de notícias do Ceará que eles acessam com frequência para se atualizar. O portal Diário do Nordeste foi apontado por 37 pessoas, em seguida aparece o portal G1 CE, da TV Verdes Mares - afiliada da Rede Globo, com 35 indicações.

Grupo focal e resultado qualitativo

Depois do questionário foram selecionados seis jovens, de diferentes sexos e de classe econômica variada. Todo o processo, desde a entrevista com os questionários, até a realização do grupo focal durou cerca de 20 dias. A pesquisa foi feita em novembro de 2012 e o grupo foi realizado dentro da Universidade de Fortaleza (Unifor). As perguntas e respostas seguiram as regras estabelecidas para a realização da metodologia de grupo focal.

Durante a realização foi utilizado um gravador de áudio para registrar as falas de todos os participantes. Os dois mediadores começaram perguntando sobre a diagramação da página on-line do Diário do Nordeste e aos poucos os participantes voluntariamente foram revelando suas opiniões sobre o portal, comparando-o, inclusive, com os sites da concorrência.

> **Jovem E –** "Eu gosto mais do formato do O Povo, tanto impresso como on-line. Eu acho melhor ler O Povo. Acho mais fácil".

> **Jovem B –** "O Povo tem mais gráfico, a capa do on-line é mais chamativa".

> **Jovem E –** "É mais compressível, você compreende com tanta facilidade. Eu prefiro O Povo. Ele tem a notícia enxuta. O Diário do Nordeste tem a notícia longa, igual ao impresso. Eu não tenho muito tempo e acabo lendo só a manchete. O portal O Povo é mais objetivo".

Jovem E – "Ficou muito confuso, tem muita informação. Confunde na hora de ler a notícia".

Jovem A – "Pois eu gosto, acho interessante, as cores indicam cada coisa".

Jovem B – "Ele parece com o G1. Ele lembra o G1, né?".

Jovem A – "Ah, eu acho fraco o aplicativo para dispositivo móvel. Ele é desorganizado e lento, isso deveria mudar".

Alguns jovens criticaram o Diário do Nordeste on-line com relação a sua diagramação. O jovem B, no segundo momento da sua fala, compara o DN com o seu concorrente, o G1 CE. Já a jovem A, cita o aplicativo para plataforma móvel como pouco expressivo, embora o Diário do Nordeste tenha sido o pioneiro no Ceará em termos de criação deste tipo de ferramenta para conteúdo no celular. Durante a discussão, alguns jovens do grupo se mantiveram em silêncio, sem manifestar qualquer opinião referente ao tema abordado.

(Figura 1: Página principal do portal Diário do Nordeste Online).

No segundo momento do grupo focal perguntamos aos participantes se eles assistiam aos vídeos da TV DN, produzidos pelos jornalistas do portal e do jornal impresso.

> **Jovem E –** "Falta divulgação dos assuntos abordados na TV DN. Falta uma chamada".

> **Jovem A –** "É, eu nem sabia que tinha. É uma coisa que não é comum. Uma TV dentro do portal de um jornal".

Os dois jovens que manifestaram opinião com relação à webTV do Diário do Nordeste demonstraram que conhecem pouco ou não conhecem direito a TV DN. A jovem E admitiu que conhecia, mas segundo ela o portal não realiza uma divulgação adequada para atrair o maior número de internautas. Perguntamos também sobre os blogs, que fazem parte do site do Diário do Nordeste. Durante o grupo focal, um dos objetivos era descobrir o grau de conhecimento dos participantes com relação ao portal. Assim que abordamos o tema, os jovens avançaram na conversa.

> **Jovem B –** "É, tem o do Roberto Moreira".

> **Jovem A –** "Eu não leio muito esses blogs. Uma vez, na época de política eu entrei num blog desses que eu não lembro o nome, mas achei ele muito 'comprado'".

> **Jovem C –** "Eu acesso o blog pelo jornalista também".

> **Jovem E –** "Se for de economia é um saco. Não aguento".

Pelo discurso, observamos que embora os jovens conheçam os blogs, eles não são leitores fiéis. Já que tínhamos começado a abordar o assunto dos blogs, aproveitamos para entrar no assunto das redes sociais. O jornal Diário do Nordeste tem uma fanpage no Facebook e uma página oficial no Twitter. Os voluntários logo se manifestaram sobre o tema em questão.

Jovem E – "Eu acesso o Diário on-line, depois que vejo as atualizações no Facebook".

Jovem A – "Muitas vezes é pelo Facebook. A maioria das vezes".

Jovem D – "O Diário vem depois das redes sociais".

As respostas dos participantes mostram e confirmam a força das redes sociais no século XXI. Para quase todos os voluntários que participaram do grupo focal, o Twitter e o Facebook são as principais prioridades de acesso quando estes entram na internet.

Considerações finais

Constatamos que os jovens entrevistados apresentaram muitas críticas sobre o portal Diário do Nordeste On-line, mas apesar disto, o portal também foi lembrado por eles como um site confiável e de credibilidade devido à sua tradição. O Diário On-line é muito associado ao jornal impresso e também aos demais veículos do Grupo de comunicação do Sistema Verdes Mares (TV Diário, TV Verdes Mares, etc.).

Durante as entrevistas, também constatamos que vários pontos do DN ainda precisam ser aprimorados, como o aplicativo para os dispositivos móveis, por exemplo. Além disso, segundo a percepção dos entrevistados, os blogs, inseridos no portal, não representam a postura e o pensamento específico do autor e seguem uma linha editorial pré-definida pelo veículo, o que torna o espaço institucionalizado.

O Diário do Nordeste utiliza as redes sociais (Facebook e Twitter) para atrair mais leitores, mas contraditoriamente não há interação com o internauta. O local deveria ser um espaço de troca de mensagens, porém isso não acontece com frequência. Observamos que as interações ocorrem de forma bilateral. Acreditamos que o estudo do Diário do Nordeste On-line pode contribuir para as futuras pesquisas na área do webjornalismo.

Referências

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**, São Paulo: Editora LTC, 2010.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: Planejamento e Produção da Informação On-line**, São Paulo: Summus Editorial, 2003.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (s.d.). Página do Censo 2010, Fortaleza, IBGE. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/index.php>.

PEREIRA, Iury; RODRIGUES, Reinaldo; MARANGONI, Renato. **Webjornalismo: Uma reportagem sobre a prática do jornalismo online**, 2. Ed, São Paulo: Editora webjornalismo, 2002.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português.** In: XXV INTERCOM, 2002, Salvador. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf>.

NIELSEN, J. Usability 101: **Introduction to Usability**. Disponível em: <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>.

HERSCOVITZ, Heloiza. **Características dos portais brasileiros de notícias**. Brazilian Journalism Research, California, v. 5, n. 1. 2009. Disponível em: <http://bjr.libertar.org/index.php/bjr/article/view/197>.