



## **As primeiras páginas de jornais impressos revelam a invisibilidades dos jovens<sup>1</sup>**

Bruna Regina Maciel RIBEIRO<sup>2</sup>

Fernanda Elisa TRINDADE<sup>3</sup>

Mariana Cristina MOURO<sup>4</sup>

Tainara Léia GRIESANG<sup>5</sup>

Benedito Dielcio MOREIRA<sup>6</sup>

**Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT**

### **Resumo**

O presente trabalho tem como proposta a reflexão sobre como o jovem é apresentado nas primeiras páginas de dois jornais de Cuiabá, Mato Grosso, especialmente em noticiários relacionados com esportes, arte e cultura. Refletir sobre estas duas áreas significa adentrar nos dois campos que mais atraem os jovens. Compreender como o noticiário do jornal impresso se mostra nas primeiras páginas é também buscar a visibilidade dos jovens nas capas dos jornais. Para encontrar as respostas a esta questão foram adotadas duas metodologias; análise morfológica e semana composta.

**Palavras-chave:** Cuiabá; Juventude; Primeira Página.

### **Introdução**

Este trabalho nasce no grupo de pesquisa “Comunicação, Infância e Juventude”, da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), cujas discussões estão centradas na relação dos jovens com as mídias. Esta pesquisa discute o jovem na primeira página de dois dos principais jornais de Cuiabá. Para que este estudo fosse realizado, foi necessária a adoção de diferentes metodologias, sobre as quais falaremos mais à frente.

O estudo sobre o jovem na primeira página dos jornais de Cuiabá busca entender como o jovem é representado nas manchetes. Sabemos que as primeiras páginas de todos os jornais trazem os fatos considerados pelos editores como sendo os mais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado para o DT Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Bruna Regina Maciel Ribeiro. Estudantes do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo 3º Semestre da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: brunamaciel81@gmail.com

<sup>3</sup> Fernanda Elisa Trindade. Estudantes do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo 2º Semestre da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Email: Fernanda\_p.c@hotmail.com

<sup>4</sup> Mariana Cristina Mouro. Estudantes do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo 3º Semestre da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Email: mmouro23@gmail.com

<sup>5</sup> Tainara Leia Griesang. Estudantes do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo 2º Semestre da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Email: tainaragriesang@hotmail.com

<sup>6</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), coordenador do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Infância e Juventude” e orientador do trabalho. Email: dielcio@hotmail.com



importantes do dia. Para concretizar este trabalho, algumas perguntas condutoras foram formuladas:

- Como o jovem é representado?
- De uma forma marginalizada, superficial?
- Com um olhar malicioso ou caridoso?
- Ou as matérias incentivam o jovem a crescer no que faz?

Buscaremos também compreender quais são os fatores e causas que influenciam o modo como os jovens são apresentados.

Neste contexto, dois conceitos são importantes: o entendimento que se tem hoje de juventude e como é compreendida pelos jornalistas a primeira página de um jornal. Segundo a Biodata (2014), o jovem do século XXI tem um perfil particular. Diferentemente de gerações anteriores, ele tem acesso fácil a celulares, computadores, internet, e muita informação mediada por meios de comunicação e por atores midiáticos. Diante de tantas facilidades, duas características se mostram determinantes: o jovem é multimidiático e quer sempre respostas rápidas, imediatas.

Este texto discute, portanto, como os jovens são retratados na primeira página de dois dos principais jornais diários de Cuiabá, com atenção especial no noticiário dos jovens relacionados com arte, cultura e esportes. Organizado em três tópicos centrais, primeiro discutimos juventude e sociedade, depois a primeira página do jornal e, na sequência, a relação do jovem com a arte, com a cultura e com os esportes. Após estes tópicos trazemos os métodos utilizados e os principais resultados obtidos.

## **Juventude e Sociedade**

O avanço tecnológico, ora com seus riscos e incertezas, ora com suas possibilidades e rapidez, divide os seres nascidos em antes e depois da internet. A partir dos anos de 1990, principalmente, a globalização passou a ser um fenômeno também individual. O jovem tem a necessidade de viver em grupo, de estabelecer relações com o outro; tem seus códigos próprios, gírias, manias, expressões e gestos, compartilhados em um linguajar único e direto. Para Levi e Schmitt (1996), “a juventude é uma construção social e cultural. Ainda que limitada nas margens móveis, entre a fragilidade infantil e a autonomia adulta, a juventude tem uma característica fugidia, cheia de significados, símbolos, promessas, ameaças e potencialidades”.



O compositor Alexandre Magno Abrão, conhecido pelo público como “Chorão” (2001), em um trecho de sua música da banda “Charlie Brown Jr.”, diz que a “A juventude tem que estar a fim, tem que se unir, o abuso do trabalho infantil, a ignorância, só faz destruir a esperança, na TV o que eles falam sobre jovem não é sério, deixa ele viver”.

O jovem que tem uma tendência a quebrar as regras, procurar problemas e correr riscos é visto pela sociedade como rebelde: é a interpretação do fenômeno juvenil. A rebeldia vista pela filosofia é a atitude de quem quer ser sujeito de sua história, não seu coadjuvante. A juventude é uma categoria social que varia com o tempo, de sociedade para sociedade. Por ser assim, o jovem é considerado imaturo, não tem voz para mudar a realidade; é considerado sem responsabilidade, preocupado apenas com a sua vida juvenil.

A juventude é o momento da descoberta, do novo, do inimaginável, um processo de aprendizado, é o tempo em que se deve à colaboração para a construção do pensamento e do caráter. Para a sociedade, juventude nada mais é do que uma “fase”, aquela onde há revolta, rebeldia, não cumprimento de regras e por vezes vista como um meio da lucratividade: “Há um choque entre o estado, que cabia proteger a juventude, e o mercado, que juveniliza seus produtos” (DANTAS JUNIOR, p.64, 2008). O mercado colabora com a utilização de produtos juvenis, proporciona à sociedade uma visão deturpada do que é juventude, ou até mesmo sugere que todos procurem ser jovens usando acessórios, roupas e calçados, como seria a representação do jovem.

O tempo da juventude é o tempo de transformações, físicas e mentais, de tomada de decisões, momentos de erros e acertos, em que se abrigam turbilhões de emoções. Esse tempo é um tempo a ser explorado para extração de grande conteúdo, pois é o momento em que se tem disposição, em que o desejo de vencer, de conhecer e, acima de tudo, de viver está manifestado nas ações dos jovens.

Nesse período, o viver e agir impulsivamente tem forte presença; nele surgem as dúvidas sobre a confiabilidade a ser conferida ao jovem. Há desconfiança se o mesmo conseguirá executar o que lhe foi confiado. Isso traz alguns dissabores e intervém na construção de sua personalidade, gera certo grau de inferioridade e desânimo para a execução de suas tarefas. Essa situação ocasiona, em alguns casos, a vontade de desistir dos estudos, do trabalho e o leva a envolvimento com drogas e bebidas.

O espaço no universo midiático dedicado ao jovem geralmente não traz resultados positivos, pois as informações sobre o jovem em noticiários deturpam sua



imagem, deixando pouco espaço para que ele se expresse ou colabore para a construção de sua própria imagem. O tempo da juventude, de transformação, sugere um pensamento flexível. O jovem quer produzir, participar do crescimento social. O jovem tem sede pelo novo, pelo desenvolvido, ele quer se integrar e contribuir com a sua produtividade e criatividade.

Uma indagação pertinente sobre o jovem é o que fazer com todo esse furor juvenil, ou como agir diante de tanta desenvoltura, habilidade e energia, sem prejudicá-lo. Para lidar com a juventude, é preciso aprender a conviver, ajudar, auxiliar em suas tarefas e também aprender com eles, para a construção de novas ideias e crescimento pessoal e social.

### **Primeira página**

As mudanças que ocorreram nas últimas décadas, com o desenvolvimento do rádio e da televisão, levaram o jornal a se ajustar a estes novos tempos. Como o jornal era, até então, a principal fonte de informação para a sociedade, o advento dos meios eletrônicos exigiu dos jornais a adoção de uma série de ajustes, como por exemplo a publicação de fotos grandes e coloridas, sendo que anteriormente todas as imagens eram em preto e branco. Os jornalistas adotam também uma linguagem mais popular e criam novas sessões, dando espaço aos esportes e ao humor. Essas medidas modernizaram os jornais e impulsionaram o jornalismo impresso.

Os anos de 1980 e 1990 são marcados pela consolidação das mídias eletrônicas, com forte influência da televisão na realidade brasileira. O avanço tecnológico e a forte presença das imagens ajudaram no processo de mudanças culturais, tanto que a geração atual tem uma preocupação com a imagem, o que se verifica nos meios de comunicação tradicionais e na Internet, essencialmente nas redes sociais, espaços de subjetividade, em que os usuários se socializam de forma dinâmica, reinventando o conhecido.

A primeira página do jornal é intertextual e conjuga textos escritos, fotos e legendas, ilustrações, infográficos e anúncios publicitários. Tem como objetivo estimular os leitores a abrir e ler o jornal. A área que fica logo abaixo do nome do veículo de comunicação é reservada a manchete, o título que remete à notícia mais importante do dia, segundo o jornal. Outros títulos se distribuem pela primeira página e, juntamente com fotos e ilustrações são utilizados como elementos de atração e, muitas vezes, de breve contextualização de acontecimentos. O tamanho das fontes, o número



de linhas e colunas ocupadas e o tamanho dos textos das chamadas em uma primeira página variam de acordo com a importância relativa atribuída a cada matéria jornalística, com as regras do jornal e o contexto sociocultural em que se insere.

Para conquistar a primeira página, o assunto passa essencialmente por várias etapas de seleção. A última e decisiva é passar pela análise do grupo de editores que decide a primeira página do dia. Nota-se que hoje, as imagens, em especial, requerem especial atenção dos editores. O leitor já está habituado à leitura rápida, com textos menores, chegando à informação direta pela visibilidade da imagem. Assim, os jornais para tornar a primeira página visualmente mais atrativa e jornalisticamente mais contundente investem no conceito de imagem, e nos títulos das notícias. Fotos e títulos ocupam grandes espaços na capa, sendo uma forma de prender a atenção do leitor.

Segundo Flavia Natérica (2010), os critérios que podem guiar as escolhas dos editores são: o impacto potencial ou real; proeminência de personalidades e instituições que participam dos fatos narrados ou são citadas como fontes nas matérias; presença/ausência de conflito de interesses, opiniões, atitudes entre personalidades, instituições e partidos; proximidade geográfica; novidade/'anormalidade' atribuída ao fato; existência de material visual atraente; nível de conhecimento dos jornalistas; concorrência com outros veículos; diferenças supostas ou mensuradas nas audiências, que levam os jornalistas a verificar nitidamente bem o que é mais interessante para o leitor.

O jornal se destaca entre os tipos de produção midiática, pois é o veículo que, em tese, se constitui como verdade, o que lhe atribui notável poder. O jornal se concretiza, historicamente, como um dos veículos de comunicação mais confiáveis: novos formatos foram concebidos e as coberturas das notícias passaram a ser mais ampla e com maior profundidade. A confiança tem um papel determinante na relação entre o jornal e o seu leitor. Segundo Gambetta, (apud MARQUES, 2007 p. 234), “a confiança é como informação. Não é exaurida pelo uso; quanto mais há, mais é provável que haja”. Por ser jornal um documento que detalha os acontecimentos em sua forma escrita, seus leitores, na maioria das vezes, os tem como verdade absoluta.



## **Arte, cultura e o esporte.**

As práticas de esporte beneficiam grande parte da sociedade, trazem interação social, compartilham valores e contribui para a diminuição do sedentarismo. Quem nunca bateu uma “pelada” com os amigos na rua e vibrou assistindo a uma partida do seu esporte favorito? Desde a infância somos influenciados tanto pela família quanto pelo grupo social em que vivemos, assim como a escolha pelo time de futebol até chegar ao esporte predileto, e se exaltou quando o seu clube realizou um passe certo e se emocionou com a vitória. Exemplo disso é a inesquecível copa do mundo de 2002, quando o Brasil foi penta campeão de futebol. O esporte é denominado como um marcante fenômeno sociocultural e possui a tendência de se tornar cada vez mais uma prioridade social.

A ação esportiva pode ser um dispositivo para o resgate social, sendo assim, benéfica não apenas para a saúde e desenvolvimento físico, mas serve também para a aquisição de valores na vida social. A atividade esportiva vem recebendo grande valor como forma de inclusão social, em que diferentes idades, classes sociais, gêneros e situações físicas compartilham espaços e atividades comuns.

Dentre as principais categorias relatadas sobre jovem na primeira página, aprofundamos nossas análises enfatizando o jovem esportista e o envolvimento do jovem com a arte e a cultura. O esporte está presente no dia a dia da população, e pouco se vê nas capas dos jornais, os jovens que o praticam. O conteúdo disponível sobre o assunto é, na maioria das vezes, uma ilustração de um jogador de futebol com uma mera legenda de complemento. Assim, de forma rápida as chamadas aparecem, com maior frequência, quando se trata de futebol, principalmente, com foco em alguma celebridade desta modalidade esportiva.

Atualmente estamos passando por grandes mudanças sociais em decorrência de vários fatores, sobretudo da globalização da cultura e da mundialização da economia (ORTIZ, 1994). Muitas dessas transformações estão também no progresso tecnológico, que assumiu um papel fundamental na cultura, na comunicação e na mudança de hábitos, comportamentos, valores e tradições. Cultura significa cultivar o conhecimento, arte, lei, e as tradições. Que foi adquirido pelo homem, não somente em família, mas como parte da sociedade e passado de geração a geração: são traços que marcam a história, a contextualização de cada grupo social, expondo o que cada um gosta de fazer e como fazer.



Para o jovem, a arte, a educação e o esporte são campos férteis para as suas ações é, este mercado que sempre propaga marcas joviais, nos faz crer que sempre seremos um pouco jovens. A adolescência é uma fase de descobertas, na qual tudo chama atenção, desperta interesse e uma busca aprofundada. Exemplo disso são as influências internacionais presentes em nossa vida. Ao gostarmos de uma banda de rock internacional, almejamos aquela aparência. Sendo assim, as tradições passam a ser quebradas e uma nova cultura nasce.

O jovem nesse meio cultural tem sua cultura intensificada pela força de vontade, pela vontade de viver, expressa por suas atitudes e pela maneira entusiasmada com tudo o que está envolvido. A juventude é um tempo de transformação do ser, em que ele irá descobrir e decidir qual caminho seguir. Diferentemente do esporte, sobretudo do futebol, sempre presente nas primeiras páginas, a categoria de arte e cultura aparece poucas vezes nas primeiras páginas dos jornais. Quando aparecem, geralmente são imagens, pequenas, e localizadas nas chamadas “zonas mortas”<sup>7</sup>.

## **Metodologia**

O objetivo principal aqui é discutir os assuntos que envolvem os jovens e o tratamento editorial dedicado pelos jornalistas tanto para retratar diferentes temas envolvendo os jovens quanto para identificar como os jovens são representados nas primeiras páginas. Para identificar como é tratada a relação do jovem com as artes, a cultura e o esporte, foram utilizadas duas metodologias: semana composta e análise morfológica.

Segundo, Riffe, Aust e Lacy (1993), semana composta é um método utilizado para se construir, aleatoriamente, uma semana, objeto da análise. A semana é construída, sorteando os dias da semana entre todos os dias do semestre a ser avaliado. Por este método, de escolha aleatória, todos os dias do semestre tem a mesma possibilidade de serem inseridos no estudo.

Sendo assim, a semana montada é um método por meio do qual separamos sete edições de diferentes meses, formando uma semana de publicações. Este método considera que toda a publicação tem uma regularidade, obedece aos mesmos critérios técnicos jornalísticos. Portanto, uma semana montada representa o semestre a ser avaliado. Para os autores deste método, se há impossibilidade de avaliar o universo de

---

<sup>7</sup> Zonas de baixa visibilidade nas páginas de um jornal, localizadas no alto do canto direito, ou no canto inferior à esquerda da página (SILVA, 1985).



matérias, a melhor alternativa para a análise é a seleção aleatória, porém representativa dos dias ao longo do período estudado. Segundo Riffe, Aust e Lacy (1993), uma avaliação de edições sequenciais poderia conferir um peso desproporcional a um determinado tema, que só tenha tido repercussão ao longo daquela semana.

### **Análise Morfológica**

Uma vez montada a semana, iniciaram-se os procedimentos de mensuração. Conforme Torquato (1982), o método morfológico começa com a divisão da primeira página dos jornais em colunas, segundo o modelo de diagramação adotada pelos jornais: seis colunas, nos jornais avaliados. Para chegar aos resultados, foi mensurada a área de impressão de cada edição, ou seja, foi primeiramente verificada a área total de impressão, multiplicando o número de colunas pela altura da área de mancha. Com isso, é obtido um resultado identificado como sendo centímetro de coluna - *cms* de coluna. O segundo passo foi dividir a página conforme as seguintes categorias: fotos e ilustrações, acompanhadas das respectivas legendas; textos; títulos e publicidade. Em seguida, a área total de impressão é dividida pelo espaço ocupado por textos, fotos e títulos.

Uma vez conhecidos os espaços, iniciou-se a categorização do conteúdo, ou seja, após a mensuração de todas as primeiras páginas da semana montada, foram selecionadas as notícias com as informações sobre jovens e para jovens, aqui considerados com a faixa etária até 24 anos de idade. Já o conteúdo das mensagens foi dividido em categorias, a saber: jovem desportista, jovem negro e indígena, jovem e a violência e jovem e a arte, cultura e educação. Neste trabalho, como já dito, discutimos exclusivamente matérias envolvendo a relação dos jovens com a arte, com a cultura e com o esporte.

### **Resultados e Interpretações**

Foram analisadas as capas de 2011 de dois jornais diários de circulação regional: Folha do Estado e a Gazeta.

O jornal A Gazeta integra o Grupo Gazeta de Comunicação, fundado em 1990, na cidade de Cuiabá, Mato Grosso. “Praticar um jornalismo defensor da liberdade democrática, da responsabilidade social, da cultura regional e dos avanços conquistados por Mato Grosso”<sup>8</sup> é o objetivo do jornal, conta a diretora Margareth Botelho. O jornal

---

<sup>8</sup> Disponível no site [www.gazetadigital.com.br](http://www.gazetadigital.com.br)



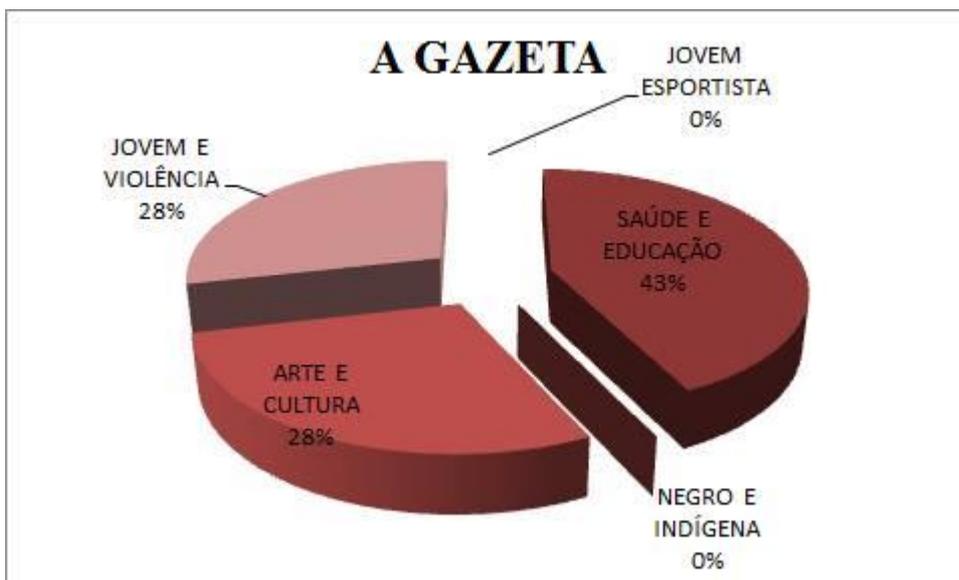
disponibiliza o espaço para opiniões dos leitores, fazendo com que a interação entre o escritor e o leitor aconteça. Trazer matérias com linguagem acessiva por todos, é também a proposta do jornal.

A Folha do Estado, por sua vez, é um jornal local do Estado de Mato Grosso, fundado em outubro de 1994 pelo empresário Savio Brandão. O conteúdo tratado em seus editoriais é diversificado, contendo cadernos de esporte, política, economia, segurança e cidades. É aberto também um caderno de opinião, onde os redatores do jornal expõem sua opinião a respeito de diversos assuntos que envolvem a sociedade. A redação da Folha está informatizada. O jornal não circula aos sábados.

### **A Gazeta**

Entre as 80 chamadas de primeira página do jornal A Gazeta, apenas sete matérias tem o jovem como centro de atenção representando 8,8 % do espaço na primeira página. Desses 8,8%, do noticiário envolvendo jovens, não há qualquer menção sobre o jovem desportista, como mostra o gráfico 01, abaixo:

Gráfico 01: Noticiário sobre os jovens na primeira página de A Gazeta



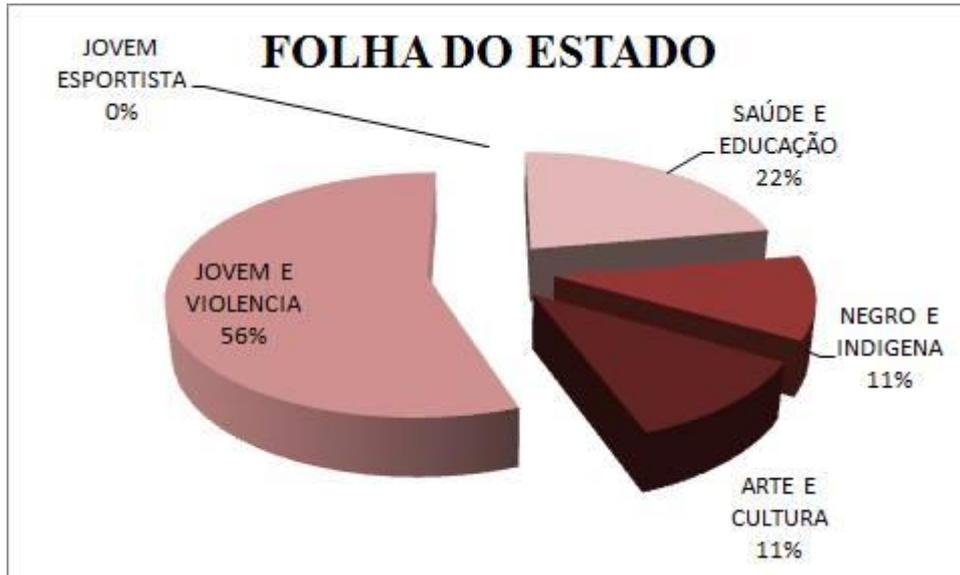
O jovem relacionado à violência ocupa 29% do espaço do jornal, e temas relacionados à arte e à cultura abrangem 28% do espaço, contendo também duas matérias. Temas relacionados à saúde e à educação mereceram 43% do espaço.

As edições analisadas trazem apenas duas matérias sobre a arte e cultura juvenil. Em uma das matérias é feita uma conexão entre a religião e a música, com ênfase no fortalecimento da religiosidade. A outra traz conteúdo pertinente ao teatro, contendo um breve incentivo à produção da cultura teatral local.

## Folha do Estado

Seguindo os critérios adotados neste estudo, foram encontradas 09 chamadas relacionando o jovem na capa do jornal Folha do Estado, entre as 72 matérias analisadas, o que corresponde a 12,5% do espaço total das primeiras páginas.

Gráfico 02: Noticiário sobre os jovens na primeira página de A Gazeta



Reportagens relacionando o jovem à violência ocupam 56% do espaço da primeira página do jornal Folha do Estado, totalizando cinco matérias sobre esta temática. A categoria arte e cultura e o jovem compreende 11% do espaço; saúde e educação 22%; e jovem negro e indígena ocupam também 11% das manchetes. O jovem esportista não foi noticiado nos jornais analisados.

Sobre a categoria de arte e cultura presente no jornal Folha do Estado, uma chamada faz propaganda sobre um evento de design, expondo aos interessados a abertura das inscrições. A outra apresenta uma imagem de crianças brincando em uma vila, diz respeito à uma visita de técnicos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

No entanto, assuntos para o jornalismo local de arte e cultura não faltam, Existem grupos relacionados com a arte e cultura e que trabalham com jovens, como exemplo, o grupo chamado *Cena Onze*<sup>9</sup>, existente há 21 anos na cidade de Cuiabá, e cujo objetivo é “apresentar o que é cultura através de suas peças de teatro.” O grupo

<sup>9</sup> CENA ONZE. “Rebeldia” Como Tradição Inventada e Espetacular (2008). Disponível em: <<http://cenaonzemt.blogspot.com.br/p/projetos.html>> Acesso em 26 de Abril. 2015.



realiza projetos de conscientização de questões sociais em relação ao meio ambiente, autoestima, uso de drogas e seus malefícios, entre outros.

Outra organização social de teatro é a *Confraria dos Atores*<sup>10</sup>, há onze anos atuando em Cuiabá. Em sua página online, tem como objetivo apresentar “o teatro como instrumento de descobertas; pretende estabelecer com seu público uma relação de troca”. As duas companhias de teatro trabalham com arte, trazem diversos assuntos em suas peças que colaboram com a conscientização social e estimula a participação do jovem em algum tipo de manifestação cultural.

O SESC Arsenal é uma instituição cujo objetivo é o de oferecer atividades que contribuam para a qualificação e integração de jovens, tanto na parte cultural e artística, quanto na parte profissional. Nos jornais analisados, tanto A Gazeta quanto a Folha do Estado não registraram ocorrências representativas sobre o esporte e o jovem. As chamadas que apareceram envolvendo o esporte foram relacionadas aos clubes de futebol, que em sua maioria acompanham os resultados das partidas de futebol.

Apesar de não noticiadas nas primeiras páginas, não faltam atividades esportivas em Cuiabá. A cidade tem como sede, por exemplo, um grupo de futebol americano, chamado Cuiabá Arsenal. Esta equipe é reconhecida e enfrenta grupos de todo país.

### **Considerações finais**

A primeira página de um jornal é um componente estratégico para a percepção do conteúdo nele exposto. Pelo menos do conteúdo considerado relevante para o leitor, na visão dos editores. Apesar disso, duas áreas muito próximas do interesse dos jovens, como o esporte e arte e cultura não mereceram no conjunto das edições avaliadas espaços relevantes na primeira página dos jornais. A ausência de temas relacionados aos jovens nas primeiras páginas contribui para o desinteresse destes públicos por este tipo de mídia impressa.

Durante muitos anos, nas décadas de 1980 e 1990, principalmente, quando o universo virtual ainda era uma promessa no Brasil, os jornais desenvolveram projetos denominados Jornais na Educação<sup>11</sup>. O propósito era alcançar o jovem ainda no banco escolar e formar leitores do futuro. Apesar deste esforço mercadológico e de formação

---

<sup>10</sup> CONFRARIA DOS ATORES. **Sobre a Confraria.** Disponível em: <<http://confrariadosatores.blogspot.com.br/p/sobre-confraria.html>> Acessado em 26 de Abril. 2015.

<sup>11</sup> Sobre estes projetos, veja a página [www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)



de leitores os jovens eram os menos interessados neste tipo de mídia. Hoje, com as mídias digitais monopolizando a atenção dos jovens, os jornais continuam centrando esforços em uma ideia alimentada por décadas, e tida como certa: uma vez adulto, uma vez leitor de jornal. A invisibilidade dos jovens nas primeiras páginas parecem indicar o contrário.

### **Referências Bibliográficas**

JUNIOR, Hamílcar Silveira Dantas. **A juventude Entre a História e a Memória:** In: A Hist. cienc. Saúde-Manguinhos vol.17 n..2. Rio de Janeiro Abr/June 2010. Acesso em: 18 de abril de 2015. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702010000200010&script=sci\\_arttext?](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702010000200010&script=sci_arttext?)

MARQUES RODRIGO. **Risco, Confiança e Uso de Internet: um estudo qualitativo.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro: UFRJ, Julho de 2007

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

REGO, Gaudêncio Torquato. **Jornalismo Empresarial: um estudo de caso.** Morfologia, categorias de informação, gêneros jornalísticos e conteúdo. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1982. Apostila.

RIFFI, Daniel; AUST, Charles F.; LACY, Stephen R. **The Effectiveness of Random, consecutive day and Constructed week sampling in newspaper content analyses.** In: Journalism Quarterly V. 70, n.1. Spring, 1993, p.133-139

SANTOS A.M.M.M; GIMENEZ L.C.P.; REBOUÇAS C.E.; SCHMITT S.L.; RENNÓ T. **Esportes no Brasil: situação atual e propostas para o desenvolvimento.** Banco Nacional do desenvolvimento - BNDES. Acesso em: 20 de abril de 2015. Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/esporte.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/esporte.pdf).

SILVA, R. S. **Diagramação: Planejamento visual gráfico na comunicação impressa.** São Paulo: Summus Editorial, 1985.

TUBINO N.; **Estudos brasileiros sobre o esporte, ênfase no esporte educação.** Eduem - Editora da Universidade Estadual de Maringá. Maringá 2010. Disponível em Disponível em: [http://www.listasconfef.org.br/arquivos/Livro\\_Esporte.pdf](http://www.listasconfef.org.br/arquivos/Livro_Esporte.pdf). Acesso em 19 de abril de 2015.



WERNECK, I. E. S. **Quando os Jovens Viram Notícia de Jornal?** Uma Análise das Representações Sociais na Mídia, PUC Rio. Revista Iberoamericana de Educación, Madrid, n. 36/12 10-11-05.