



## **Mídia, Jornalismo e Juventude no Brasil: algumas considerações<sup>1</sup>**

Liana Vidigal ROCHA<sup>2</sup>

Valmir ARAÚJO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

### **Resumo**

O objetivo deste trabalho é discutir o papel social dos meios de comunicação enquanto agente mobilizador da sociedade com vistas a atender aos interesses públicos por meio das particularidades dos diversos grupos, verificando, sobretudo, quais temáticas são relacionadas com a juventude atual. Logo, é necessário discutir o conceito de juventude no seu sentido amplo, suas principais demandas, bandeiras, especificidades e a pluralidade deste termo. Em seguida, aborda-se o papel social desempenhado pelos meios de comunicação e pelo Jornalismo. Por fim, para ilustrar a pesquisa, buscou-se relacionar mídia e juventude, a partir das questões apresentadas, tendo em vista o cenário brasileiro representado pelo veículo revista.

**Palavras-chave:** Mídia; Juventude; Jornalismo; Revista Veja.

### **Introdução**

O Brasil contemporâneo vive um período de grandes e importantes transformações, no âmbito da economia (passou a despontar e ter um papel cada vez maior no cenário mundial), da política (através da consolidação da democracia) e no âmbito sociocultural (com a implementação das ações afirmativas, das políticas de distribuição de renda e a pressão pela ampliação das discussões de temas contemporâneos, como a legalização do aborto, a descriminalização da maconha e o casamento gay). Tendo em vista a relevância das questões levantadas, observa-se como importante a inclusão de toda a sociedade brasileira nas presentes discussões sobre as transformações do país, inclusive os cidadãos mais jovens - a denominada juventude – que, em muitas ocasiões, se veem afastados dos desfechos destas discussões.

A exemplo de outros países, a juventude brasileira possui limitações naturais, geralmente relacionadas ao menor grau de experiência, quando comparada com a população adulta. Além da inexperiência para tratar de determinados assuntos, os mais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, jornalista diplomada, professora-adjunta do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins (UFT - Palmas). Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: [lividigal@uol.com.br](mailto:lividigal@uol.com.br).

<sup>3</sup> Mestrando em Desenvolvimento Regional (UFT – Palmas), graduado em Comunicação Social – Jornalismo (UFT - Palmas). E-mail: [valmiraraujo09@hotmail.com](mailto:valmiraraujo09@hotmail.com).



jovens ainda são afetados pela falta de mecanismos e espaços para que possam participar das discussões e apresentarem suas especificidades, suas demandas e também proporem políticas públicas.

Vale destacar que vivemos em uma democracia regida pelos poderes executivo, judiciário e legislativo, sendo este último formado por vereadores, deputados estaduais, federais e senadores, com a incumbência de representar a sociedade e suas estratificações sociais, inclusive a juventude. Contudo, o sistema eleitoral e a composição dos partidos políticos, das associações de representação popular (como sindicatos e associações de moradores) possibilitam pouca ou nenhuma abertura à participação dos mais jovens, que encontram maiores dificuldades num pleito eleitoral e consequentemente possuem uma menor representação no legislativo.

A problemática relacionada à falta de voz da juventude nas relevantes discussões sobre a transformação do país vão ao encontro à função social dos meios de comunicação. Ao discorrer sobre a mídia, é importante destacar a definição do conceito de jornalismo, que passa, necessariamente pelo papel de informar à sociedade e contribuir com a inserção dos indivíduos nas discussões sociais. Logo, a representação da juventude brasileira, nos meios de comunicação e suas contribuições para o desenvolvimento e engajamento dos mais jovens nas questões que envolvem as transformações sociais do país tornam-se pontos centrais na discussão sobre mídia e juventude.

Portanto, o objetivo geral do presente trabalho é discutir o papel social dos meios de comunicação enquanto agente mobilizador da sociedade com vistas a atender os interesses públicos por meio das particularidades dos diversos grupos, verificando, sobretudo, quais temáticas são relacionadas com a juventude atual. De maneira específica, se buscou elaborar um referencial teórico sobre mídia e juventude no Brasil, destacando o conceito de juventude, suas especificidades e principais demandas.

O artigo é dividido em seções teóricas, sendo a primeira voltada para a discussão sobre a juventude no Brasil. Para tanto, discutiu-se o conceito de juventude - a partir de Margulis y Urresti (2008) - e as especificidades e demandas brasileiras, a partir das contribuições de Macedo (2011); Novaes (2011); Silva, Silva e Rosa (2011).

Na segunda, busca-se discutir o papel dos meios de comunicação, e do jornalismo, explorando, sobretudo, o conceito de seu papel social. Neste raciocínio, há contribuição de estudos realizados por Traquina (2004), Wolton (2004) e Lage (2003), que reforçam



a importância do Jornalismo enquanto divulgador de assuntos de interesse público. Neste sentido, discute-se, brevemente, a importância da ética no Jornalismo no que se refere às publicações.

Para realizar este estudo, tendo em vista que a relação entre Mídia e Juventude no Brasil ainda é uma área pouco consolidada, optou-se por desenvolver uma pesquisa metodológica do tipo descritiva, na qual foram utilizadas técnicas de análise de conteúdo e elaboradas duas categorizações a fim de auxiliar na análise do material coletado.

### **Sobre a Juventude**

Definir o perfil do jovem no Brasil, discutir suas principais demandas, os maiores desafios encontrados e discorrer sobre a participação (ou falta de participação) dos mais jovens, nos centros de decisões são algumas das questões apresentadas no decorrer desta seção do artigo.

Ao propor uma discussão teórica sobre a juventude no Brasil, faz-se necessário, primeiramente, elaborar uma conceituação sobre o tema. Logo, torna-se pertinente discutir o significado de juventude: quem são considerados como jovens brasileiros? Para responder esta indagação de maneira abrangente, é preciso pensar juventude não apenas como uma classificação etária, mas como “um estado, uma condição social, uma etapa da vida” (MARGULIS y URRESTI, 2008, p.15).

Mediante ao exposto, importa pensar a juventude como um ‘estado de espírito’, que vai além de uma delimitação etária, mas sim de condições específicas compartilhadas por outros cidadãos, que se encontram numa mesma etapa de vida. Em conformidade com Margulis y Urresti (2008, p.15), os recentes estudos de sociologia já superaram a classificação por idade, para definir juventude, tendo em vista as questões sociais e culturais, observando ainda as questões relativas às possibilidades e limitações.

A juventude engloba uma série de especificidades e dificuldades, impostas a esta parcela da população pela própria sociedade, com o destaque para a questão financeira. O jovem encontra mais dificuldade para encontrar um emprego, ganha menos e está mais vulnerável a ser demitido, numa comparação com adultos, conforme aponta Corrochano (2011). Para esta autora, nas últimas décadas, o jovem imerso às transições juvenis tem sido fortemente impactado pelo desemprego e também pela precarização dos postos de trabalho.



[...] o crescimento econômico, embora fundamental, para a melhoria das condições de inserção dos jovens nesse mercado, mostra-se insuficiente, dado o comportamento assimétrico das taxas de desemprego entre a população jovem em períodos de contração ou de recessão (CORROCHANO, 2011, p. 50).

É importante destacar também que o ingresso no mercado de trabalho e o término da escolarização eram considerados como condições para a saída do cidadão do universo jovem e a partir de então ser classificado como adulto. Contudo, essas questões deixaram de nortear a classificação da juventude e na atualidade consideram-se jovens trabalhadores que ainda estudam e que em alguns casos ainda são provedores de família. O importante dessa classificação mais abrangente é justamente a possibilidade de pensar as especificidades de cada grupo que compõe a imensidão denominada por juventude.

No Brasil, é considerado jovem todo o cidadão entre 15 e 29 anos, conforme aponta o projeto do Estatuto da Juventude, aprovado pelo Congresso Federal. De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)<sup>4</sup>, a população jovem, de 15 a 29 anos, no Brasil, em 2010, era de 51 milhões de pessoas, o que correspondia a cerca de 27% da população do País. Vale ressaltar que esse percentual de jovens já foi maior nas décadas passadas, mas caiu para menos de um terço da população, em razão da queda da natalidade da população, sobretudo a partir da década de 1990. Contudo, ainda é um número bastante expressivo de pessoas que necessitam de políticas públicas específicas.

Dados dos Ipea<sup>5</sup> apontam ainda que, no Brasil, mais da metade dos jovens trabalha regularmente. Dentre os demais, a maior parte apenas estuda, sobretudo na faixa etária de 15 a 17 anos. Contudo, quase 20% da população brasileira, considerada jovem, não estuda e nem trabalha, o que justifica uma tensão maior para as especificidades dessa população.

Conforme Corrochano (2011, p. 52), o desemprego é maior, por razões financeiras para o empregador: é mais barato demitir o jovem, que geralmente está a menos tempo no trabalho; houve um menor investimento, em termos de qualificação para este profissional e em muitos casos o jovem divide a rotina no trabalho com uma rotina escolar, o que inviabiliza uma extinção de carga horária. Contudo, essas são condições habituais da juventude, que é uma etapa de vida de qualquer cidadão e que necessita de devida atenção, sobretudo ao pensar o jovem trabalhador e suas particularidades, isto é,

---

<sup>4</sup> CORROCHANO, M. C. Trabalho e Educação no tempo da juventude: entre dados e ações públicas no Brasil. In: Maria Virgínia Freitas; Fernanda de Carvalho Papa. (Org.). **Juventude em pauta: políticas públicas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2011, p. 45-73.

<sup>5</sup> Idem.



o jovem trabalhador pobre, o jovem trabalhador negro, a jovem trabalhadora mulher, o jovem trabalhador rural.

Pensar as especificidades dos jovens para ter acesso ao trabalho, à educação, ao esporte e lazer é pensar a juventude de forma geral que, por sua vez, necessita deste olhar plural, atento às necessidades específicas dos diversos grupos que a compõem. Logo, é possível observar que a juventude é uma minoria diferenciada, numa comparação com as demais minorias, como os grupos de negros, mulheres, gays, cidadãos do meio rural ou das periferias. A juventude permeia todos esses grupos, inclusive aqueles que não fazem parte de nenhum grupo de minoria social, mas que eventualmente deverá compartilhar das necessidades gerais da juventude.

Para Novaes (2011), algumas situações contribuem para esta compreensão diferenciada de juventude, como a questão temporal, pois o pensar juventude como “sujeito de direitos” só foi surgir a partir da segunda metade da década de 1980, após relativa maturidade de outros grupos, como de negros. Outra questão importante é a falta de uma bandeira em comum, como no caso da luta do feminismo em acabar com o machismo, que por sua vez inexistente na luta da juventude, em que não há um inimigo específico a vencer. Por fim, é necessário pensar a juventude como uma luta de minoria, mas com uma condição temporal, na qual a maior parte dos seus militantes também faz parte de outro grupo de estratificação social.

O jovem militante negro, por exemplo, luta incessantemente para o acesso e oportunidades sociais igualitárias, sobretudo no que diz respeito à educação. Em concordância com Silva, Silva e Rosa (2009), a juventude negra, em sua maioria, está submetida a um contexto social marcado pela violência, com profundos impactos em seu cotidiano e por isso a militância vê na educação, o caminho mais adequado para a mudança social. Logo, as ações afirmativas que garantem a inserção do estudante negro no ensino superior, através de cotas ou de outra modalidade, podem ser visualizadas como uma política pública para atender esse grupo específico.

A mulher jovem também carece de atenção específica, pois apesar de apresentar escolaridade média maior que os homens, esse grupo enfrenta uma maior taxa de desemprego (CORROCHANO, 2011, p. 47). Além disso, as mulheres são as mais prejudicadas com outro problema comum na juventude: a gravidez precoce. Muitas acabam interrompendo os estudos ou a carreira profissional em virtude do nascimento



dos filhos, o que dificilmente acontece com o homem, mesmo que seja o pai e responsável direto pela criança.

O jovem do meio rural, o jovem da periferia, o jovem homossexual e outras possíveis estratificações também carecem de um olhar diferenciado e de políticas públicas, de avaliações e de reformulações dessas políticas. A implantação das cotas nas universidades, por exemplo, não podem ser encaradas como política que solucionará todas as questões e demandas da juventude negra.

As políticas voltadas para a juventude também precisam abordar a questão relativa às possibilidades de acessos dos jovens às discussões relativas à tomada de poder. As estruturas sociais dificultam a inserção do jovem nas estruturas de decisão. O legislativo, por exemplo, deveria ter a devida representação da juventude, para expor dificuldades e defender o interesse desse grupo.

Por outro lado, de acordo com levantamento do Jornal Congresso em Foco<sup>6</sup>, dos 513 deputados federais, eleitos em 2010, apenas 15 podiam ser considerados jovens, porque tinham até 29 anos, o que representa 2,9% dos parlamentares – lembrando que os jovens somam 27% da população brasileira. Por sua vez, essa relação torna-se ainda mais desproporcional, quando se verifica que apenas dois desses parlamentares eleitos não tinham parentes políticos, fator que contribui na eleição para o cargo.

O jovem brasileiro, que pouco participa da vida política do País, ao menos através da representação no Congresso Nacional, tem pouca ou nenhuma oportunidade nos partidos políticos, nos sindicatos, nas associações de moradores, que por sua vez são dirigidos por adultos, que veem a inexperiência como obstáculo para a prática da política. Por sua vez, o resultado desse distanciamento do jovem do cotidiano político pode ser considerado como uma dificuldade de emplacar suas demandas específicas. Em suma, observa-se que o jovem brasileiro precisa de canais para ser ouvido e neste sentido, compreende-se a importância da mídia nesse contexto de mudança social.

### **Mídia e Jornalismo no Brasil**

No mundo pós-moderno, o jornalismo é um instrumento de suma importância, sobretudo quando se leva em consideração que os indivíduos desta “nova” sociedade têm a necessidade de se manterem informados. Além de informação, outro importante

---

<sup>6</sup> Quem são os deputados mais jovens da atual legislatura? Disponível em: <http://congressoemfoco.uol.com.br/upload/congresso/arquivo/JovensDeputados.pdf>. Acesso em 15 mar 2014.



papel do jornalismo é sua atuação no sentido de contribuir para com a harmonia nas relações da sociedade, isto é, atuar para fomentar discussões sobre os mais diversos conflitos e para que estes sejam solucionados, sem que haja a necessidade da utilização da força.

Contudo, para que se possa falar em jornalismo – ao menos no conceito apresentado acima – se faz necessário um ambiente democrático, que seja aberto à participação popular, com o merecido destaque para as particularidades sociais. Para Traquina (2004, p. 22), “a democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade e o papel central do jornalismo é de informar o público sem censura”.

Entende-se que o jornalismo é responsável por informar, mas é fundamental que seus profissionais busquem, constantemente, trabalhar conforme os preceitos da profissão. Em seu cotidiano, o jornalista precisa fazer uso da ética, seja esta profissional e também da ética moral/social, desde a seleção do assunto a ser trabalho à forma de construir uma matéria ou reportagem. O jornalista precisa ter sensibilidade e percepção para definir o que é informação, o que é notícia e o que é interesse público (e interesse do público) e assim fazer uso da ética para definir suas pautas.

Ao se falar sobre noticiabilidade é racional afirmar que, se não houver informação relevante, independente do tratamento que o material receberá, este continuará sendo um texto sem interesse público. Os meios de comunicação devem sempre optar pelo interesse público, ainda que este não seja, necessariamente, o interesse do público. O fato do público se interessar por determinado assunto não pode ser a única razão para a definição de uma notícia.

O público quer compreender e, especialmente, compreender a notícia dentro do seu contexto. Isso aparentemente deveria revalorizar o papel do jornalista. Quanto mais há informações, mais relações complementares entre informação e saber são necessárias. (WOLTON, 2004, p. 308).

É importante frisar que o público tem o direito de ser informado, ainda que a informação prejudique determinados interesses, seja financeiro, político ou ideológico. Em alguns casos, a divulgação de determinado fato pode contrariar até mesmo a população, mas nem por isso deve deixar de ser veiculada, se possui importância social. “O que se informa ao público é o que é de seu interesse real, nem sempre o de sua curiosidade” (LAGE, 2003, p. 94).





A opção do interesse público, em razão do interesse do público, pode ser compreendida como uma conduta ética no jornalismo, sobretudo quando se leva em consideração que, em alguns casos, o jornalismo opta por noticiar fatos que não são tão comuns à população em geral, mas que ao mesmo tempo são importantes e por isso devem ser noticiados.

Ao considerar que a sociedade é formada pelo coletivo, é importante acreditar que é ético para um indivíduo não colocar seus direitos, necessidades ou demandas acima dos mesmos direitos, necessidades ou demandas gerais da sociedade em geral. Ao se falar em ética social não há como deixar de falar em moral, pois o conjunto de valores, regidos pela moral, seria a melhor definição para ética numa determinada sociedade.

Por sua vez, a Mídia possui uma relação de deveres com a sociedade e por isso não pode ignorar o senso de coletividade em suas decisões, caso contrário as matérias serão pautadas de acordo com a necessidade do profissional ou do veículo em que trabalha. O jornalismo, sem levar em consideração os preceitos éticos, pode ser uma ferramenta perigosa, principalmente quando seu papel na sociedade chega a ser classificado como o “quarto poder democrático”.

Uma das características do jornalismo, em um estado democrático, seria a manutenção de um sistema de vigilância e de controle dos poderes do Estado, sobretudo através do fortalecimento da opinião pública. Nesse sentido, o jornalismo só poderia ter seu papel cumprido, integralmente, quando se leva em consideração a importância de se difundir informação pública e de qualidade à população.

Martins (2005) defende que o jornalista deve ao menos buscar a imparcialidade, ainda que esta seja algo difícil de encontrar na elaboração de um trabalho, que facilmente pode se tornar tendencioso, como é o jornalístico. Para alguns especialistas em Comunicação, como Lustosa (1996, p. 21), “apesar do propósito e do compromisso de alguns jornalistas, a imparcialidade e a impessoalidade jamais ocorreram efetivamente no jornalismo”. Nesta concepção, a notícia seria uma versão de um fenômeno social e não a tradução propriamente de objetividade e imparcialidade.

Contudo, é de se considerar relevante a preocupação de Martins (2005) com a busca da imparcialidade nos meios de comunicação, para que este não seja, desde sua essência, um elemento fora dos preceitos éticos. Na prática, o jornalismo, seja pelos conflitos da





imparcialidade, seja pela necessidade do caráter informacional, é uma profissão, no mínimo, desafiadora.

Ao rever o histórico dos meios de comunicação no Brasil é possível afirmar que houve grande avanço e que na atualidade os veículos desfrutam de relativa independência e liberdade de imprensa, que possibilitam um serviço de qualidade à população. Por sua vez, importa destacar que o papel da mídia na atualidade brasileira é ainda limitado, quando de analisa as veiculações e representações de minorias.

Para Scoralick (2009, p.11), a mídia colabora para formar mentalidades, valores, narrar a realidade, interferindo diretamente na construção de identidades. Por esta razão, os meios de comunicação se tornam essenciais no processo de inserção da diversidade sociais nos ciclos decisivos de poder, ao contribuir com o exercício da cidadania e fortalecimento dos cidadãos que estão à margem dos centros de poder político e econômico. Cidadãos pobres, negros, mulheres e também os mais jovens encontram barreiras para participar ativamente das decisões políticas e econômicas e a mídia, na maioria das vezes, omite ou até reforça esta situação ao relatar ao naturalizar esta realidade de exclusão.

Logo, para se pensar em mudança social, como na inserção da juventude, nas discussões sobre as transformações do Brasil, verifica-se a importância da contribuição da mídia, como ferramenta de capacidade de fomentar debates e mobilizações em prol de transformações, que nossa sociedade tanto necessita.

Tendo em vista a pouca participação da juventude no cotidiano político brasileiro, onde acontecem às discussões que propiciam as mudanças, torna-se importante discorrer sobre a forma de inserção, os mecanismo e possibilidades de incluir a parcela jovem da população nos debates e mobilizações, que culminem nas transformações. Neste sentido, compreende-se a importância/papel dos meios de comunicação, como instrumentos com potencial de contribuir para com o desenvolvimento e engajamento dos mais jovens nas questões que envolvem as transformações sociais do Brasil.

Primeiramente, recorda-se que a população jovem possui bandeiras e demandas específicas, o que justifica a sua participação nas discussões que envolvam as transformações do Brasil. Em conformidade com Corrochano (2011), o jovem encontra numa situação de vulnerabilidade, no mercado de trabalho, onde, geralmente, ocupa postos de trabalhos precarizados, além de serem fortemente afetados/impactados pelo desemprego, sobretudo, em situação de crises econômicas.



Além da questão do trabalho, a juventude também é afetada de maneira mais contundente pela criminalidade, violência, as drogas, pela gravidez precoce, dentre outras questões que afetam a sociedade pós-moderna de uma forma geral, mas que se acentua nos jovens. Logo, participar das discussões políticas, apresentar demandas e políticas públicas específicas para a juventude são questões indiscutíveis, em termos de importância, para esta população.

A mídia, por sua vez, possui potencial/capacidade de contribuir com a compreensão relacionada à importância da participação dos jovens brasileiro nos diversos canais de comunicação. Em conformidade com Silva (2012), o jovem, enquanto ‘espectadores’ assíduo dos programas midiáticos, encontra-se uma situação de exposição aos processos identitários dos veículos de comunicação. Assim, a mídia pode ser compreendida como um instrumento de incentivo à promoção de debates e mobilizações dos mais jovens, em busca de mudanças sociais nas quais suas demandas são contempladas.

### **Procedimentos e análise**

Para ilustrar esta pesquisa, foi necessário escolher um veículo que ajudasse a entender a presença do jovem na mídia brasileira. O critério utilizado para a escolha do objeto foi o fato do veículo apresentar em seu conteúdo informações mais aprofundadas em relação aos temas que veicula. A partir disso o veículo revista foi lembrado por ser a mídia que cobre assuntos que vão além da mera transmissão de notícias. Para Scalzo (2003, p. 13), as revistas “entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura”.

Ainda hoje, a palavra escrita é o meio mais eficaz para transmitir informações complexas. Quem quer informações com profundidade deve, obrigatoriamente, buscá-las em letra de forma. Jornais, folhetos, apostilas, revistas, não interessa o quê: quem quer saber mais tem que ler. (SCALZO, 2003, p. 13)

Para tanto foi escolhida a revista Veja, da Editora Abril. Vale ressaltar que a escolha do objeto não se baseou em critérios de qual linha editorial possui. O argumento utilizado para a seleção da revista foi o fato de ser a publicação semanal de maior circulação no país com cerca de 1.08 milhão de exemplares por edição<sup>7</sup>.

Criada em 1968 pela Ed. Abril, a revista Veja nasce inspirada no modelo da Time (americana) com a proposta de oferecer ao leitor “a disposição de ir além da mera resenha da semana”. A ideia era publicar coberturas exclusivas e interpretação (análise),

---

<sup>7</sup> Informações obtidas na matéria “**Circulação das semanais cai 2,7%**”, publicada pelo site Meio&Mensagem. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/03/17/Circulacao-das-semanais-cai-2-7--.html> Acesso em: 02 abr 2014.



mostrando os “possíveis desdobramentos e consequências” (s/a, 2000, p. 60)<sup>8</sup>. O texto marcado pela impessoalidade também era outra novidade apresentada pela publicação. O objetivo era fazer com que o público acreditasse que todos os textos haviam sido escritos por um mesmo redator, do início ao fim.

Ao longo desses mais de 45 anos de existência, Veja manteve o interesse pela política como um dos assuntos prioritários. Entretanto, sempre procurou publicar temas de interesse geral, ligados à sociedade, tecnologia, educação, saúde, esporte, cultura, economia, internacional etc.

Para a realização desta pesquisa foram selecionadas as edições da revista Veja publicadas entre os anos de 2011 e 2013. Como a análise de todo o conteúdo da revista demandaria um tempo maior, foi definido que apenas as capas da publicação seriam alvo de avaliação por parte dos pesquisadores por ser o elemento que primeiro atrai a atenção do leitor. “Uma boa revista precisa de uma capa que a ajude a conquistar os leitores e os convença a levá-la para casa. Por isso precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor” (SCALZO, 2003, p. 62).

Durante o ano de 2011, a revista publicou, ao todo, 51 números entre edições especiais e semanais. Já nos anos de 2012 e 2013 o número foi de 52 edições. É importante destacar que as edições especiais não foram desprezadas na coleta, fazendo parte também da contagem da análise. Em relação à pesquisa, é possível afirmar que se trata de um trabalho de caráter descritivo, no qual foram utilizadas técnicas de análise de conteúdo, pois é um “conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2011, p. 44).

Para auxiliar a análise do conteúdo do objeto de pesquisa, foram criadas duas categorizações: 1) de ordem técnica (imagem e texto) e 2) temática. Na primeira categoria são apontadas as capas que contém imagens e palavras-chaves que auxiliaram na identificação da presença do jovem na capa da revista, como: jovem, geração, adolescência, puberdade, virgindade, estudante, rapaziada, bullying, ensino médio, escola e universidade.

Na segunda, são mostrados os temas com os quais o jovem é relacionado. São eles: a) **Tecnologia** (Redes Sociais, Ciência, Internet, telefonia); b) **Políticas Públicas**

---

<sup>8</sup> **A Revista no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 2000.



(programas do governo; cotas, direitos das minorias, direitos humanos); c) **Social** (relacionamentos, autoestima, beleza, expectativa de vida, saúde, religião, problemas sociais, segurança, justiça, criminalidade, manifestações, sexo, casamento, tragédias); d) **Política** (política nacional, política internacional, partidos, Governo, corrupção, regimes de governo); e) **Economia** (consumo, agricultura, indústria, comércio, mercado de trabalho, estruturas empresariais, organismos econômicos, feiras, turismo e conjunturas financeiras, concursos); f) **Educação** (situação do ensino, cursos, atividades acadêmicas, índices, rankings, vestibular, avaliações, leitura, bullying, bolsas de estudo); g) **Cultura** (artes, cinema, teatro, pintura, design, dança, espetáculos, música, lazer, entretenimento); h) **Meio ambiente** (conservação e fenômenos da natureza, ataques, desastres ecológicos, previsão do tempo); i) **Esporte** (atletas, modalidades, jogos, dirigentes, campeonatos, legislações, atividades físicas).

Todavia, o trabalho metodológico obedeceu a seguinte sequência: I. Leitura e elaboração da fundamentação teórica; II. Escolha do objeto; III. Definição do corpus para a análise; IV. Coleta dos dados; V. Definição das categorias de análise; VI. Análise do material coletado e cruzamento das informações; VII. Interpretação e elaboração de tabelas demonstrativas.

Com o intuito de discutir o papel social dos meios de comunicação enquanto agente mobilizador da sociedade com vistas a atender os interesses públicos por meio das particularidades dos diversos grupos, este trabalho apresenta a seguir algumas considerações iniciais que indicam a tímida presença do jovem no noticiário semanal brasileiro.

Como já citado anteriormente, a revista *Veja* publicou, entre os anos de 2011 e 2013, 155 números entre edições especiais e semanais. Apesar do número expressivo de edições, a juventude (e conseqüentemente o jovem) brasileira esteve presente em poucas capas da revista (ver tabela 01).

**Tabela 01** – Referências ao jovem/juventude nas capas de *Veja*

<b>Veja</b>	<b>Edições Publicadas</b>	<b>Referência ao jovem/juventude</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>2011</b>	51	11	21,56%
<b>2012</b>	52	09	17,30%
<b>2013</b>	52	10	19,23%
<b>Total</b>	155	30	19,35%

Em 2011, a revista publicou 51 edições durante o ano, sendo que, destas, 11 tinham o jovem/juventude presentes na capa, equivalente a 21,56% do total. Já no ano seguinte, em 2012, Veja editou 52 revistas, sendo que nove traziam as referências sobre o tema da pesquisa: jovem/juventude. Esse número equivale a 17,30% do total das capas publicadas. Em 2013, novamente a revista publicou 52 edições (entre especiais e semanais). Nesse ano, 10 capas fizeram referência ao jovem, chegando à porcentagem de 19,23%<sup>9</sup>. Portanto, das 155 edições publicadas pela revista Veja, nos últimos três anos, foi possível observar a presença do jovem em 30 delas, ou seja, cerca de 19,35%.



**Figura 02:** Presença do jovem nas capas da revista Veja entre os anos de 2011-2013 (edições semanais e especiais)

Fonte: [www.veja.abril.com.br](http://www.veja.abril.com.br) Acesso em 02 abr 2014.

A partir da identificação das capas que faziam referência ao jovem, foi possível elencar os temas com os quais essa camada da sociedade é relacionada. Para tanto, foi utilizada a categorização proposta na parte dos procedimentos metodológicos descrita anteriormente no artigo.

**Tabela 02** – Assuntos relacionados com o jovem/juventude

Edição Temática	2011	2012	2013	Total
<b>Tecnologia</b>	01	04	-	05
<b>Políticas Públicas</b>	-	01	01	02
<b>Social</b>	05	02	05	12
<b>Política</b>	-	-	01	01
<b>Economia</b>	01	-	01	02
<b>Educação</b>	03	01	-	04
<b>Cultura</b>	-	01	-	01

<sup>9</sup> Apesar de o Brasil ter recebido a Jornada Mundial da Juventude, em 2013, as capas da revista Veja não deram qualquer destaque para o evento. Apenas o Papa Francisco recebeu atenção.

<b>Meio Ambiente</b>	-	-	-	-
<b>Esporte</b>	01	-	02	03

É possível observar na tabela 02 que, dos nove assuntos categorizados na pesquisa, apenas Meio Ambiente não apareceu nas capas da revista durante o período selecionado. Em contrapartida, as temáticas ligadas ao Social<sup>10</sup> estamparam a capa da Veja por 12 vezes (ver figura 03).



**Figura 03** – Temática Social: edição especial sobre o massacre de Realengo, em abril de 2011.

**Fonte:** [www.veja.abril.com.br](http://www.veja.abril.com.br) Acesso em 02 abr 2014.

Em seguida, os assuntos mais presentes na Veja relacionados ao jovem/juventude foram Tecnologia – com cinco capas - e Educação com quatro. O Esporte vem na sequência com três capas. Já Economia e Políticas Públicas tiveram duas capas. Para finalizar, Política e Cultura tiveram presentes em apenas uma capa cada um.

### Considerações Finais

Como o tema juventude pode ser considerado amplo, o presente artigo optou por discutir o papel social dos meios de comunicação enquanto agente mobilizador da sociedade com o intuito de atender aos interesses públicos por meio das particularidades dos diferentes grupos, verificando, por meio de um objeto empírico, quais temáticas são relacionadas com a juventude.

Observou-se que, apesar da presença, ainda que tímida nas capas da revista selecionada, as demandas do jovem não são necessariamente exploradas em sua totalidade a fim de

<sup>10</sup> Entenda-se: relacionamentos, autoestima, beleza, expectativa de vida, saúde, religião, problemas sociais, segurança, justiça, criminalidade, manifestações, sexo, casamento, tragédias.





gerar pautas que promovam a discussão e o desenvolvimento desta minoria através dos meios de comunicação. Esse fenômeno pode ser explicado devido ao fato de, no Brasil, haver uma forte ligação dos grandes veículos com setores conservadores, o que dificulta a inserção, sobretudo, de políticas públicas que beneficiem essa parcela da população.

No entanto, é possível considerar a importância (ainda que potencial) do papel da mídia no desenvolvimento e engajamento dos jovens nas questões que envolveram as transformações sociais do país no último ano, como nas manifestações de junho de 2013 (quando foi publicada uma edição especial) ou na participação e consumo de tecnologia por parte desta geração.

### Referências

A **Revista no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

Congresso em Foco: **Quem são os deputados mais jovens da atual legislatura?** Disponível em: <http://congressoemfoco.uol.com.br/upload/congresso/arquivo/JovensDeputados.pdf>. Acesso em 15 mar 2014.

CORROCHANO, M. C. Trabalho e Educação no tempo da juventude: entre dados e ações públicas no Brasil. In: Maria Virgínia Freitas; Fernanda de Carvalho Papa. (Org.). **Juventude em pauta: políticas públicas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2011, p. 45-73.

GUIMARÃES, Ângela. Dilemas da vivência da juventude negra no Brasil. In: Maria Virgínia Freitas; Fernanda de Carvalho Papa. (Org.). **Juventude em pauta: políticas públicas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2011, p. 45-73.

LAGE, N. **A Reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. São Paulo: Editora Brasiliense. 2003.

LUSTOSA, E. **O Texto na Notícia**. Brasília: Editora da UnB, 1996.

MACEDO, Severine, Juventude brasileira em clima de novas perspectivas, In: Maria Virgínia Freitas; Fernanda de Carvalho Papa. (Org.). **Juventude em pauta: políticas públicas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2011, p. 45-73

MARGULIS, Marcio; URRESTI, Marcelo. In **La juventude es más que una palabra: Ensayos sobre cultura y juventude**. Editorial Bilios. Buenos Aires. 2008

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Editora Contexto. 2005.

NOVAES, Regina. Entre juventudes, governos e sociedade (e nada será como antes...). In: Maria Virgínia Freitas; Fernanda de Carvalho Papa. (Org.). **Juventude em pauta: políticas públicas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2011, p. 45-73.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCORALICK, Kelly. **A representação das minorias marginalizadas no telejornalismo**. Revista de Ciências Humanas. 2009.

SILVA, J. M. ; JACCOUD, L. ; SILVA, A. . BPS Nº 15 - **Juventude Negra e Educação Superior**. Políticas Sociais (IPEA), v. 15, p. 1, 2008.

SILVA, Elizabeth Maria. **O papel da mídia e da escola na formação da identidade do aluno jovem e adulto negro**. IV Encontro Educacional de Pernambuco. Caruaru. 2011.





TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, Vol. 1 – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Editora Insular, 2004.

WOLTON, D. **Pensar a comunicação**. Brasília: Ed.UNB. 2004.