

# Pesquisa ANDI

## Os Jovens na Mídia

ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância

período:  
Novembro/97  
Abril/98

realização



em parceria com

FUNDAÇÃO  
ODEBRECHT

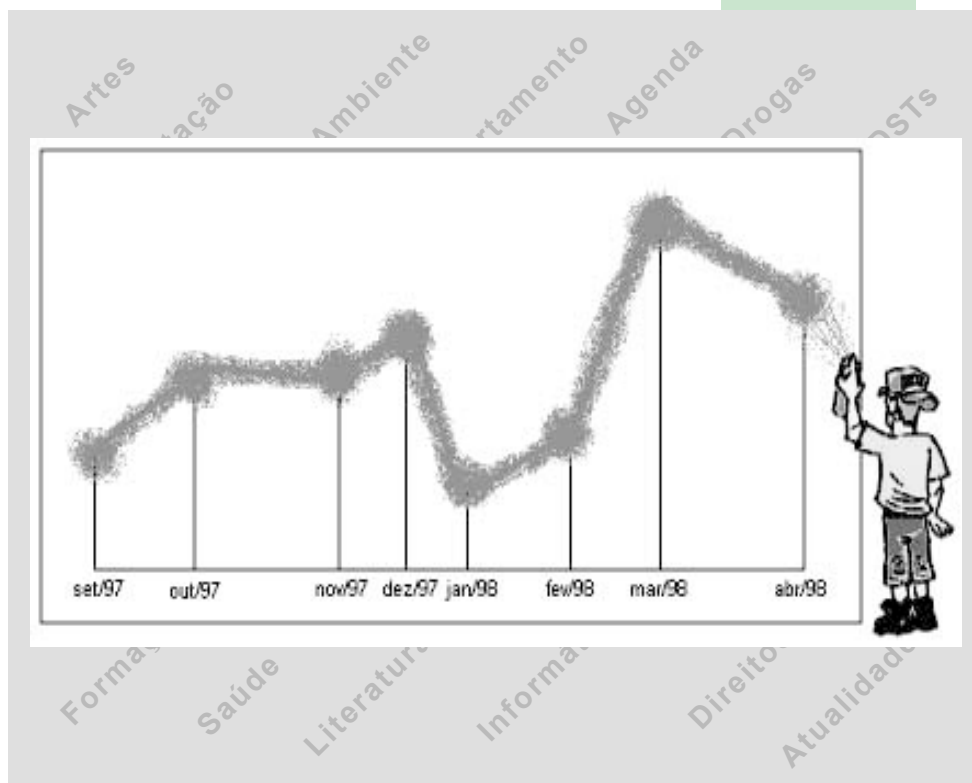
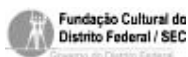
apoio

unicef

impresa com apoio



Instituto de Pesquisa e Ação Modular



### JOVENS FAZEM A COISA CERTA

Veículos investigam e estimulam as ações lideradas por adolescentes.

Reportagens sobre

**Protagonismo Juvenil** crescem

**38,3%**

### CAMISINHA SEMPRE

Mídia jovem compra a briga do sexo seguro. Matérias sobre

**Aids e DST** crescem

**34,3%**

### O ESTATUTO PRESENTE

Adolescentes exercitam

a cidadania. Reportagens sobre

**Direitos & Justiça** crescem

**102%**

Pesquisa também disponível no Universo OnLine: <http://www.andi.org.br>



**V**ocê está recebendo a quarta **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** - período novembro de 1997 a abril de 1998 - editada pela **Agência de Notícias dos Direitos da Infância - ANDI** (única responsável pelos dados nela contidos).

A **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** é feita em parceria com a *Fundação Odebrecht* e apoio do *Unicef*. Procura retratar a atuação quantitativa dos veículos voltados para os adolescentes - tanto os cadernos e páginas de jornais quanto as revistas. Inclui, ainda, reflexões de ordem qualitativa sobre o comportamento editorial dos veículos.

Esta quarta edição da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** é a primeira a cobrir um período de seis meses (nossa edição piloto abrangeu dois meses e, as duas seguintes, um trimestre cada). Isto explica o fato do número total de matérias computadas (5.230) ser praticamente o dobro do registrado na Pesquisa anterior (2.661).

É importante notar que todos os percentuais utilizados na comparação dos números referentes à Pesquisa atual com os das anteriores já levam em consideração os ajustes relativos à proporção semestre/trimestre.

Ao longo de pouco mais de um ano, o número de veículos pesquisados passou de 18 (edição de março-abril/97) para os 32 da atual. A quantidade de matérias analisadas cresceu, no mesmo período, de uma média de 295 para nada menos de 935/mês.

Isto não impediu que uma vez mais se alcançasse um mapeamento bastante preciso do perfil editorial da “mídia teen”. A cobertura na Pesquisa atual é

de **94,4%** do universo total de publicações (658 das 697 edições que os 32 veículos publicaram neste seis meses).

Na **Análise de Comportamento Editorial** a seguir, estes veículos estão distribuídos segundo seu formato:

- 10** suplementos tablóides
- 7** suplementos standards
- 9** páginas de jornais
- 6** revistas

## **Metodologia e mídia pesquisada**

---

Não fazemos avaliação por centimetragem, mas levamos em consideração a utilização de elementos como sub-retrancas, boxes e recursos gráficos em geral. Também é computado o fato da reportagem ter merecido a capa da edição, mesmo nos casos em que esta capa é absolutamente visual (o que ocorre com muita frequência nos cadernos *teens*), além do destaque editorial e da variedade de aspectos abordados nas matérias publicadas.

Esta quarta edição da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** amplia o universo pesquisado, focalizando três veículos antes não incluídos: dois novos suplementos tablóides (*Diário Jovem*/*Diário da Serra-MS* e *Zeppelin/Jornal da Divisa-SP*) e uma página-dupla (*GerAção/Correio Popular-SP*) passaram a ser analisados, junto a mais 29 que já integravam nossa edição anterior (ago/set/out-97).

Por outro lado, ao longo dos últimos meses deixaram de circular dois tablóides que vinham integrando nossa Pesquisa: *Diário da Tribo*/*Diário do Grande ABC-SP* e *Caderno Jovem/A Província do Pará*, o que lamentamos.

O *Caderno Jovem* representa uma grande perda: gráfica e editorialmente muito bem cuidado, sempre ocupava posições de destaque no quadro dos veículos mais atuantes no que se refere à cobertura de temas de **Relevância**

**Social.** Quanto ao Diário da Tribo, vinha apresentando significativa evolução em seu conteúdo, a partir de uma abordagem mais precisa das questões fundamentais para a adolescência.

Esperamos que as decisões tomadas pelas direções de A Província do Pará e do Diário do Grande ABC - claramente na contra-mão da grande maioria dos jornais brasileiros, que hoje reconhecem a importância estratégica de seus cadernos teens – devam-se à problemas meramente circunstanciais.

Entre as boas notícias, merecem destaque o fato da revista Carícia haver assumido periodicidade quinzenal (anteriormente era mensal) e do Gazeta In/Gazeta de Alagoas contar desde março último com periodicidade semanal (até então era quinzenal). O tablóide também está de parabéns por haver organizado um conselho editorial formado por adolescentes. Além disto, a página Tupiniteen/Correio da Bahia passou a ser dupla, assumindo o nome de Zuêra.

Por outro lado, quatro novidades já se anunciam para a próxima edição da Pesquisa. A primeira é o nascimento da revista Pais & Filhos Família, que focalizará a realidade do adolescente a partir das relações com seu núcleo familiar. Tendo Cláudia Werneck como editora, a publicação promete corresponder à tradição de 20 anos acumulada pela Pais & Filhos na cobertura de temas ligados à infância.

A segunda novidade é o surgimento do suplemento standard Zine, do jornal A Gazeta-MT, editado pela experiente Patu Antunes. A terceira, é a ampliação da página Circulando/O Popular-GO, que deve proximamente tornar-se um suplemento standard. Ambas as iniciativas traduzem a maturidade dos jornais diante do público jovem.

Finalmente, estaremos também acompanhando os diferentes programas da série Que Papo é Esse?, que a TV Futura criou para o público teen.

### **Reportagens**

Para maior precisão de análise, ampliamos para 28 o número de temas segundo são classificadas as matérias jornalísticas. Além de *Agenda; Aids e DST; Alimentação; Artes; Atualidades; Moda & Beleza; Ciências; Coluna Social; Comportamento; Direitos & Justiça; Drogas; Educação; Esportes;*

*Família; Formação Profissional; Ídolos/Perfil; Informática & Internet; Literatura; Meio Ambiente; Namoro; Protagonismo Juvenil; Saúde; Sexualidade; Turismo e Violência*, agora temos também *Lazer/ Amenidades; Portadores de Deficiência e Projetos Sociais* (que traduz melhor o conceito anteriormente inserido na retranca *Solidariedade*).

\* Continuamos a **não** medir a inserção de pequenas notas e de colunas de horóscopo, assim como o espaço dedicado pelos veículos às cartas de seus leitores.

### **relevância social**

Deve ser registrado que 14 das 28 retrancas das reportagens cobrem temas considerados de **Relevância Social** para o público adolescente: *Aids e DST; Direitos & Justiça; Drogas; Educação; Família; Formação Profissional; Literatura; Meio Ambiente; Portadores de Deficiência; Projetos Sociais; Protagonismo Juvenil; Saúde; Sexualidade e Violência.*

### **Consultas**

As **Colunas de Consultas** (onde especialistas respondem a perguntas dos leitores) são agora classificadas segundo 14 categorias: *Aids; Amenidades; Beleza; Comportamento; Direitos & Justiça; Drogas; Educação; Esportes; Família; Formação Profissional; Moda; Namoro; Saúde e Sexualidade.*

### **Publicidade**

Os anúncios publicitários veiculados nos meios para jovens são agora analisados a partir de 13 sub-temas: *Alimentação; Campanhas Sociais/ Informativas; Entretenimento; Escolas; Esportes; Informática / Internet; Moda & Beleza; Promoções; Saúde; Turismo e mais Artes; Literatura e Vestibular.*

### **Artigos**

Em função do reduzido volume de **Artigos** publicados pelas revistas e suplementos/páginas de jornais - irrelevante diante da universo editorial da mídia jovem - decidimos não mais imprimir o gráfico correspondente a esta retranca.

### **Televisão**



Nos últimos seis meses, a ANDI passou a acompanhar mais um programa nacional dirigido aos adolescentes - o excelente Turma da Cultura (TV Cultura-SP), que se soma aos tradicionais Barraco, Programa Livre e H. E também teve acesso aos regionais A Cor da Cidade (TV Brasília) e Teen (TV Guanandi/Campo Grande-MS).

Temos acompanhado, ainda, o quadro Altos Papos, do Fantástico, em que o jornalista Zeca Camargo abre espaço para adolescentes debaterem temas de seu cotidiano. Além do que voltamos a focalizar a soap-opera Malhação, da Rede Globo, que vem procurando substanciar suas tramas com temáticas que retratem mais de perto a realidade do adolescente brasileiro.

Vale lembrar que os programas de TV não estão incluídos em nossa pesquisa Quantitativa, mas foram considerados na **Análise de Comportamento Editorial**.

### **Amigo Jornalista,**

*a intenção da ANDI, através dos gráficos e da **Análise de Comportamento Editorial** em anexo, é oferecer aos profissionais da mídia voltada aos adolescentes uma ampla radiografia dos temas mais abordados por seus próprios veículos e por outros de mesma natureza.*

*Por representarem realidades distintas, passamos a publicar gráficos específicos para os grupos de tablóides, suplementos standards, páginas de jornais e revistas. Estes gráficos retratam o volume de reportagens que enfocam temas considerados de **Relevância Social**.*

*Além disso, pela primeira vez publicamos gráficos individuais detalhando a cobertura, no período, de 7 dos 28 temas pesquisados.*

*A partir desta edição, não são mais publicados na Pesquisa os gráficos individuais dos veículos. Caso você deseje cópia do gráfico correspondente a um veículo em especial, entre em contato com a ANDI (Falar com Veet Vivarta, Adriana Mattos ou Juliana Garcia pelo fone 061-322-6508).*

*Vale lembrar que o gráfico de cada veículo traz ficha técnica que destaca suas principais características: formato, tiragem, número de páginas e público alvo. São registrados, ainda, dados relativos ao total de edições do veículo no semestre e ao número daquelas incluídas na Pesquisa.*

**Nota: É permitida a reprodução total ou parcial desta Pesquisa.**

Atenciosamente,

---

Geraldinho Vieira  
Diretor Executivo

---

Veet Vivarta  
Coordenador de Projetos

<b>I - Análise de comportamento editorial .....</b>	<b>6</b>	<b>II- A Atuação dos Veículos .....</b>	<b>22</b>
• Gráfico: Relevância Social .....	9	• Jornais - Páginas .....	23
• Gráfico: Atuação Global dos Veículos .....	10	• Gráfico: Assuntos Mais Abordados (Jornais - Páginas) .....	25
• Direitos e Justiça .....	11	• Gráfico: Relevância Social (Jornais - Páginas) .....	26
• Gráfico: Direitos e Justiça .....	12	• Revistas .....	28
• Protagonismo Juvenil .....	13	• Gráfico: Assuntos Mais Abordados (Revistas) .....	30
• Gráfico: Protagonismo Juvenil .....	14	• Gráfico: Relevância Social (Revistas) .....	31
• Aids e DST .....	15	• Jornais - Tablóides .....	33
• Gráfico: Aids e DST .....	16	• Gráfico: Assuntos Mais Abordados (Tablóides) .....	34
• Os Pontos Críticos .....	17	• Gráfico: Relevância Social (Tablóides) .....	35
• Gráfico: Literatura .....	18	• Jornais - Standards .....	37
• Gráfico: Família .....	19	• Gráfico: Assuntos Mais Abordados (Jornais - Standards) .....	39
• Gráfico: Drogas .....	20	• Gráfico: Relevância Social (Standards) .....	40
• Gráfico: Violência .....	21	• Televisão .....	41
		• Colunas de Consulta .....	42
		• Gráfico: Colunas de Consulta .....	43
		• Publicidade .....	44
		• Gráfico: Publicidade .....	45

## ***análise de comportamento editorial***

---

O CONTEÚDO POR TRÁS DOS GRÁFICOS

# análise de comportamento editorial

## O CONTEÚDO POR TRÁS DOS GRÁFICOS

**C**onfirmado tendência registrada na edição anterior da **Pesquisa ANDI – Os Jovens na Mídia** (ago/set/out-97), os veículos dirigidos ao público adolescente voltam a expandir o espaço dedicado aos temas considerados de **Relevância Social**.

*Estes assuntos ocupavam **24,2%** das reportagens no período mai/jun/jul-97. Na Pesquisa correspondente ao trimestre seguinte ampliaram sua participação para **26,8%**. Agora, no semestre de nov-97 a abril-98, atingem o índice de **28%**.*

O novo crescimento deve ser atribuído ao desempenho de três das quatro categorias de veículos pesquisados. Estável apenas no caso dos **Tablóides** (excelente média: **31,4%** na Pesquisa anterior e **31,1%** na atual), o índice de **Relevância Social** passou

*de **29,7%** para **32,2%** entre os cadernos **Standards**,  
de **23%** para **28,5%** entre as **Páginas**  
e de **17,1%** para **19,7%** entre as **Revistas**.*

O gráfico que retrata os veículos mais atuantes quanto à publicação de matérias consideradas de **Relevância Social** coloca em foco outros pontos importantes: nada menos de **18 dos 32 veículos** pesquisados apresentam índices superiores à **média geral de 28%**.

Além disso, **07** deles alcançam pontuação superior a **40%**. O mais interessante, neste caso, é que tal performance acontece sem comprometer

a linguagem e a dinâmica dos veículos, que seguem extremamente atraentes para o público adolescente.

*\* Merece especial destaque o fato de que todos os veículos mais atuantes presentes no gráfico de **Relevância Social** da edição anterior da **Pesquisa ANDI** permanecem com desempenho acima da média na atual edição. A única exceção entre os 15 é o Caderno Jovem/A Província do Pará, que deixou de circular. Nenhum deles está perdendo leitores... ao contrário.*

### Um novo enfoque

Tal desempenho deixa claro que começa a firmar raízes, entre os veículos destinados aos adolescentes, o entendimento de que a definição de uma linha editorial comprometida em estimular a reflexão de seus leitores sobre o mundo em que vivemos não é conflitante com os interesses comerciais das empresas de comunicação.

Na verdade, podemos dizer que não só os jovens estão aprendendo a validar um novo conceito de “mídia teen”, como os próprios veículos “descobrem” a existência de um novo adolescente, muito mais participativo e conectado com a realidade do que nos fazem crer os estereótipos comumente aceitos.

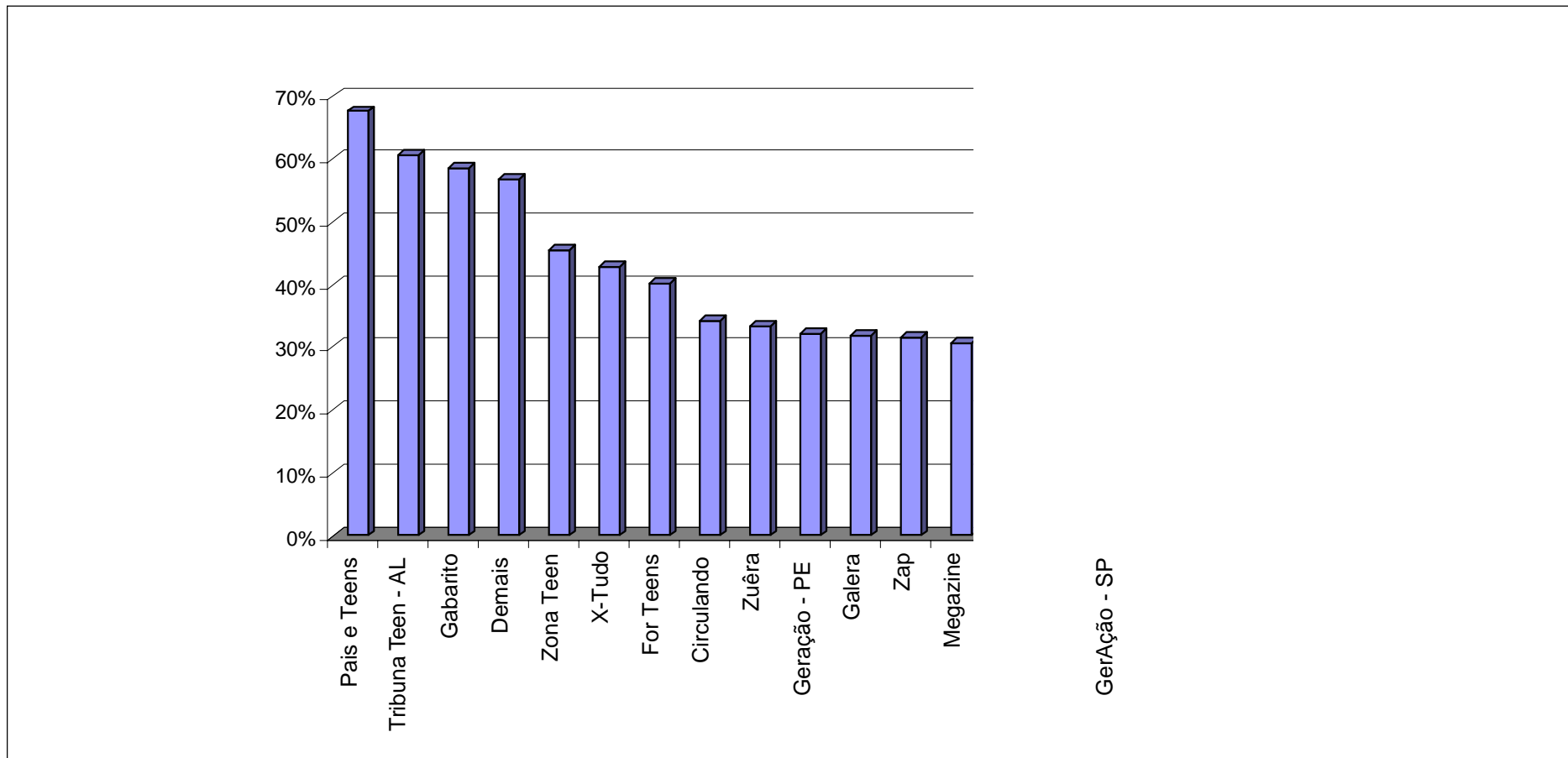
É precisamente este adolescente que tem seu perfil retratado por pesquisa da CPM-Brasil, recentemente divulgada. Entre quase 1.500 jovens de seis cidades, ficou em segundo lugar, em meio a uma bateria de frases, a que afirmava a vontade de ajudar os pobres. Em relação à característica mais positiva de um indivíduo, ficou em primeiro lugar “sinceridade/honestidade”, seguida de “humildade” e de “amizade/companheirismo”.

Na presente Pesquisa, bons exemplos de como a “mídia teen” vem administrando esta mudança de perspectiva podem ser encontrados no desempenho de dois importantes temas de **Relevância Social**: *Direitos & Justiça e Protagonismo Juvenil*.



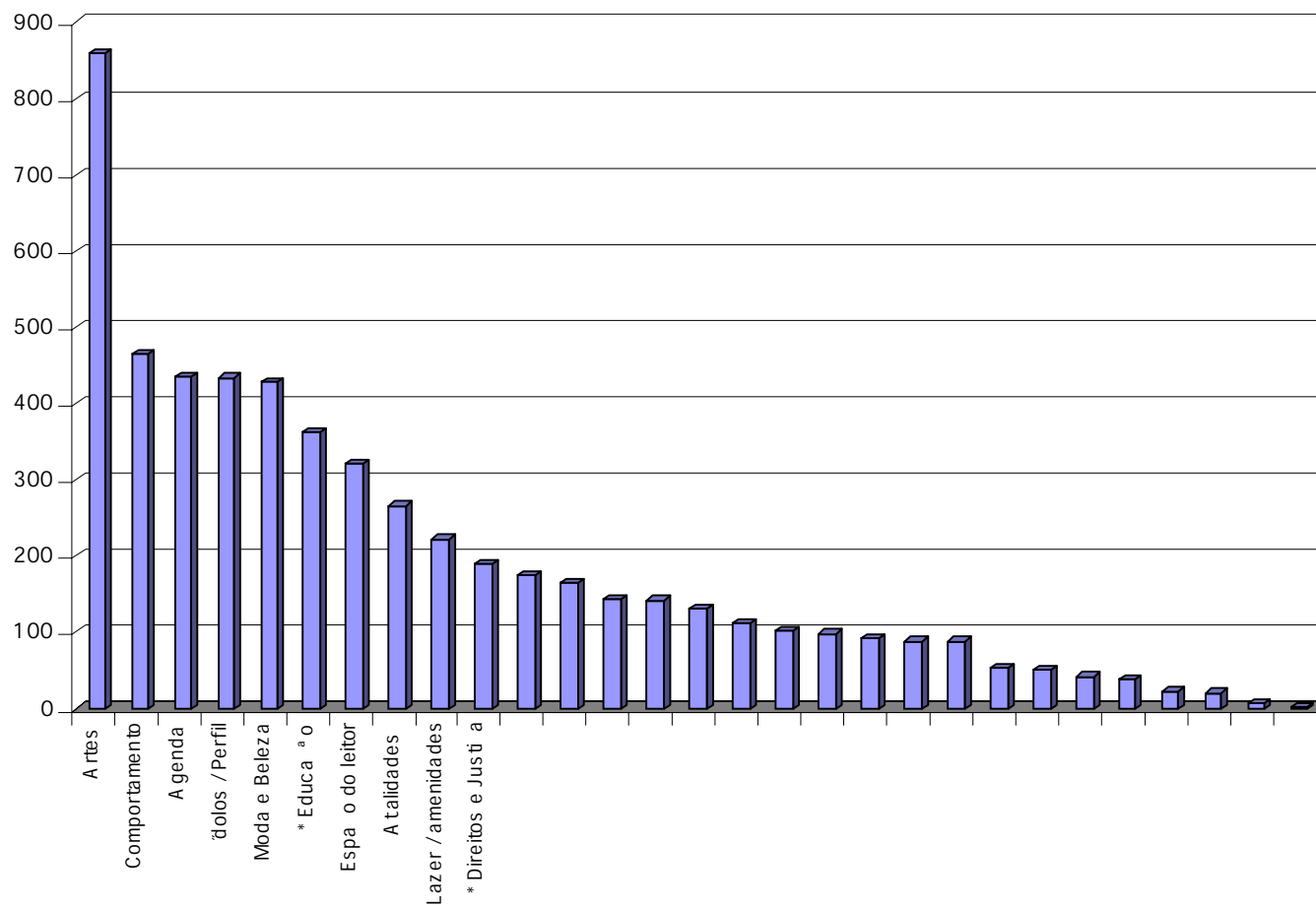
# relevância social

## os veículos mais atuantes \* (SUPLEMENTOS + páginas de jornais + revistas)



\* Veículos nos quais os temas de **Relevância Social** ocupam espaço maior que a média geral (28%)





## Direitos & Justiça

---

### O voto aos 16

A retransmissão *Direitos & Justiça* apresentou um crescimento exponencial em relação à **Pesquisa ANDI – Os Jovens na Mídia** do trimestre ago/set/out-97: nada menos de **102%**, já computado o ajuste relativo ao volume de inserções de trimestre para semestre.

Este resultado, entretanto, não é fruto do acaso: parte considerável do grande volume de matérias classificadas sob esta retransmissão focam a questão do voto para o jovem maior de 16 anos. Não é exagero afirmar que a “mídia teen” tomou para si o compromisso de levar a discussão até seus leitores, trabalhando o tema não só intensivamente, mas também com profundidade.

Diante de um prognóstico que aponta nova queda no volume de votos facultativos – que já havia se reduzido da eleição de 89 para a de 94, apesar da população entre os 16 e 18 anos ter aumentado – a interferência dos veículos dirigidos aos jovens foi providencial, tendo inclusive se antecipado à campanha que o TSE e a UNE promoveram na intenção de seduzir os adolescentes para o voto utilizando como isca astros da televisão.

Veículos de todas as regiões do país convidaram os eleitores em potencial a refletir sobre o exercício democrático, ao mesmo tempo em que abriam suas páginas para depoimentos que retratam com nitidez a reduzida confiança dos jovens de hoje em sua capacidade de interferir substancialmente no quadro político nacional.

Entre as melhores matérias sobre o assunto, destacam-se “Se ligue na agenda da eleição”, do *Gabarito/O Estado de Minas* de 06/02 (pg. 10) e “Pessoal de 16 e 17 anos foge do voto facultativo”, do *Folhateen/Folha de S. Paulo*, de 20/04 (pg. 5), que consultou especialistas na tentativa de explicar o fenômeno da rejeição ao voto e publicou pesquisa envolvendo quase 200 alunos da faixa etária em foco.

### A política do Presidente

Mas outras inserções da retransmissão *Direitos & Justiça* evidenciam o quanto a mídia jovem está sintonizada com o momento brasileiro. O *Geração/ Diário de Pernambuco* de 17/11, por exemplo, abriu sua capa para o presidente Fernando Henrique Cardoso, que durante encontro com profissionais da rede “Jornalista Amigo da Criança”, em Brasília, respondeu à perguntas enviadas por estudantes de 9 a 18 anos, de diversos estados brasileiros.

Não custa lembrar, também, que foi exatamente num espaço dedicado aos jovens – o Programa Livre, do SBT, de 20/03 – que o presidente Fernando Henrique se viu forçado a enfrentar uma das mais duras avaliações públicas de seu desempenho: os estudantes reunidos no auditório do apresentador Sérgio Groisman cobraram promessas de eleição, questionaram a atitude frouxa do governo em relação ao massacre dos sem-terra no Pará e não aceitaram as evasivas que em diversas oportunidades lhes eram oferecidas como resposta. Pressionado, o presidente perdeu a calma, chamou um estudante de moleque e viu o programa repercutir em toda a grande imprensa nos dias seguintes.

Foi um grande momento para o universo da “mídia teen”.

### O trânsito, a terra, o ECA

Outras reportagens de qualidade, inseridas na retransmissão *Direitos & Justiça*:

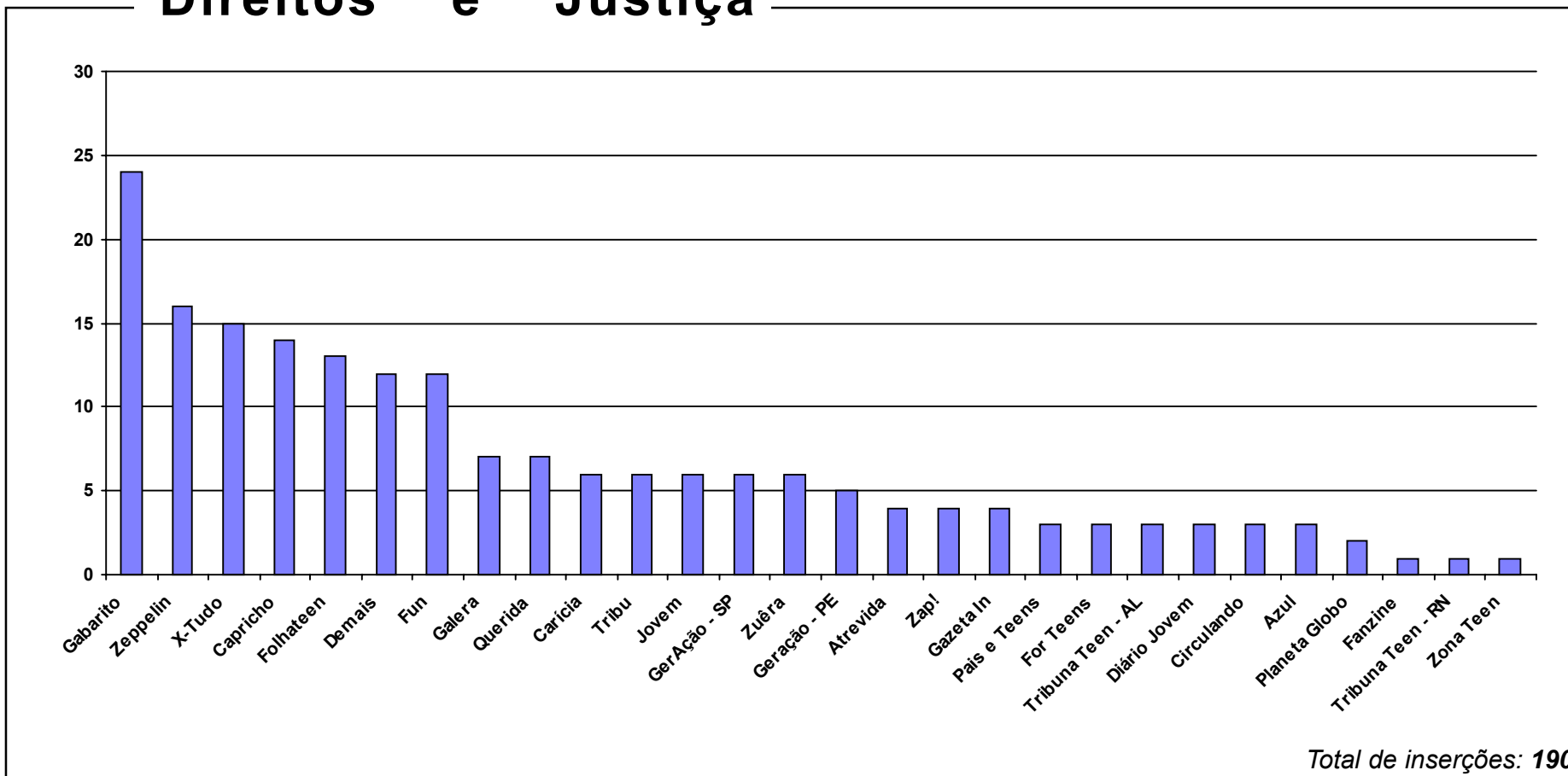
- ▷ O novo código nacional de trânsito mereceu bom espaço nos veículos, com destaque para os textos do *Zap! O Estado de S. Paulo* de 23/01 (“Sinal Vermelho”, capa e pg. 3) e do *Fun/Gazeta do Povo-PR* da mesma data (“Batendo de frente”, pg. 3).
- ▷ O *Gabarito/Estado de Minas* de 13/02 abriu seis páginas para a reportagem “Vidas em ciclos de violência”, onde detalha o drama dos jovens infratores e a omissão das autoridades em consolidarem as ações sócio-educativas definidas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente.

- ⌘ O Circulando/O Popular-GO de 03/11 retratou o cotidiano de seis jovens integrantes de MST em “O sonho da terra própria”.
- ⌘ O Demais/O Povo-CE de 04/01, em “Há 50 anos, foi declarado: todo indivíduo tem direito à vida” aproveita o meio-século da Declaração Universal dos Direitos do Homem para denunciar o drama do trabalho infantil e detalhar os pontos mais importantes do ECA (pgs. 4 a 7).

### Atenção

*O gráfico do desempenho dos veículos em relação ao tema Direitos & Justiça evidencia o comprometimento de sete deles em cobrir sistematicamente uma temática a princípio “árida”: Gabarito, Zeppelin, X-Tudo, Capricho, Folhateen, Demais e Fun computam 12 ou mais inserções com este perfil ao longo do semestre. Outros sete veículos atingem a média de pelo menos uma inserção por mês.*

## Direitos e Justiça



## Protagonismo Juvenil

---

Nunca é demais sublinhar o quanto contribui para uma real conscientização do adolescente quanto a sua condição de participante ativo da sociedade em que vive – e não mero espectador ou vítima - a boa visibilidade de iniciativas consistentes e bem-sucedidas lideradas por outros jovens.

Em função disto, o crescimento do volume de inserções registrado pela retranca *Protagonismo Juvenil* é merecedor de toda a atenção. Em relação à Pesquisa anterior, o índice atual é **38,3% maior**, sendo que o gráfico correspondente a esta retranca mostra que atualmente 23 dos 32 veículos pesquisados (**71,8%**, portanto) já reconhecem a importância de repercutir as ações articuladas pelos próprios jovens, seja no âmbito cultural ou no social. Na edição-piloto da Pesquisa (março-abril/97) este índice era de apenas **38,9%** (7 entre um total de 18 veículos).

**Importante:** A Pesquisa realizada pelo CPM-Brasil coloca em evidência o fato de que uma vez mais a mídia jovem vêm respondendo às necessidades de seu público: dentre os jovens entrevistados, apenas 5,1% estavam objetivamente envolvidos em ações de voluntariado, mas nada menos de 53% deles gostariam de obter mais informações sobre o tema, para poder optar por uma participação. A maioria não sabia por onde começar.

### *Criatividade e solidariedade*

Ao longo do semestre pesquisado, não é difícil colher bons exemplos da competência com que a mídia jovem vem tratando o tema:

- ⊕ A edição de novembro/dezembro/janeiro da revista Pais & Teens dedicou a maior parte de suas 36 páginas a este universo, incluindo ótimas reportagens, como “Jovens em ação” e “A cara jovem do Brasil solidário”.

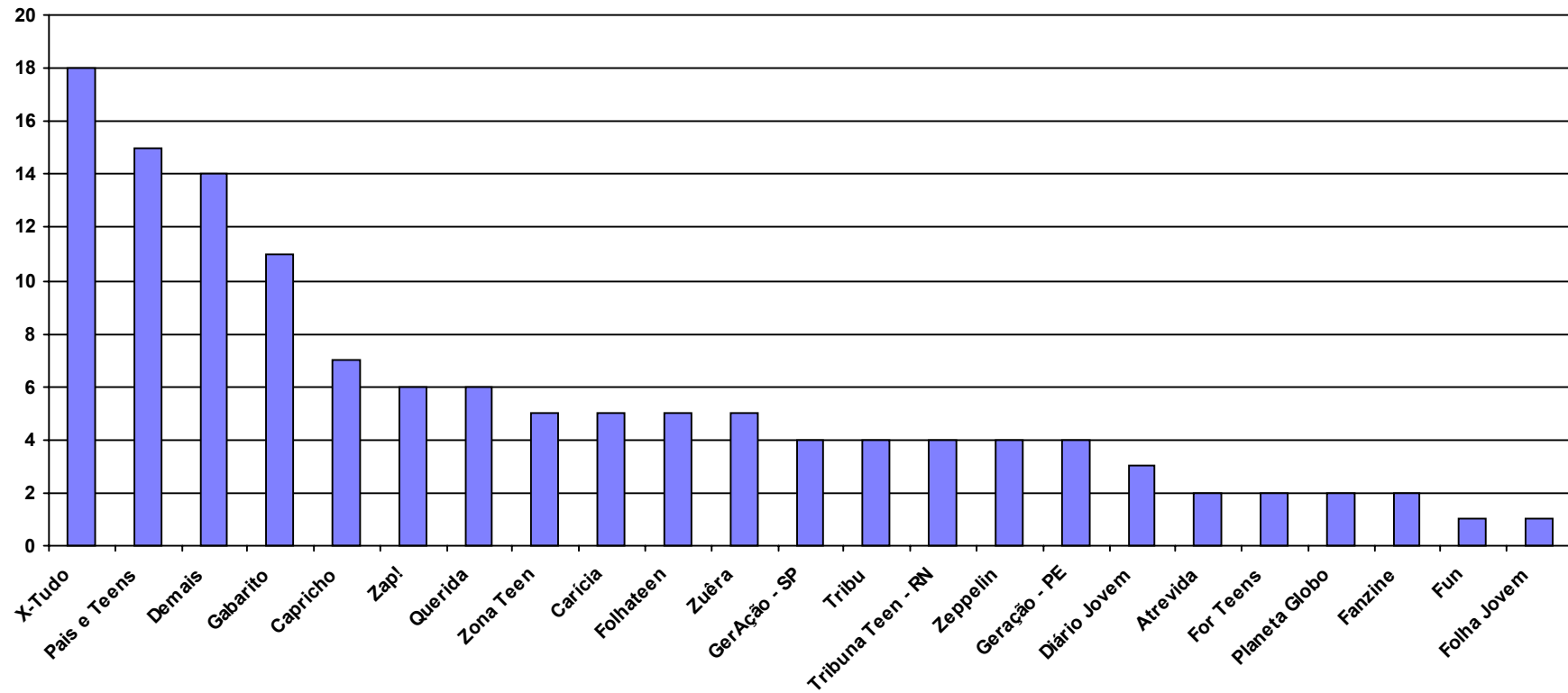
- ⊕ O caderno Demais/O Povo-CE, em “O adolescente do Brasil faz bonito” (28/12, pgs. 4 a 6) traz depoimentos de jovens protagonistas, além de descrever as ações de 11 projetos de todo o país.
- ⊕ O Zuêra/Correio da Bahia de 14/03 dedicou suas duas páginas ao Pacto do Sítio do Descobrimento pela Educação, que sob a liderança de jovens voluntários vem trabalhando pela erradicação do analfabetismo em cinco cidades do sul da Bahia.
- ⊕ O Fun/Gazeta do Povo-PR (13/03), em “Com licença, eu vou à luta”, registra a participação de jovens engajados nas ONGs do Paraná.
- ⊕ A revista Querida de 16/12 traz seis páginas com a reportagem “Dê uma de Papai Noel”, onde são focalizados estudantes que optaram por ações solidárias junto à crianças carentes com câncer, a idosos ou a portadores de deficiência.

## Atenção

*No gráfico relativo à retranca Protagonismo Juvenil, é importante notar o desempenho de revistas como Capricho, Querida e Carícia, que apresentam um bom número de inserções, logo atrás de tradicionais “campeões” de Relevância Social, como Pais & Teens, Demais e Gabarito/Estado de Minas. Estas três revistas juntas representam uma tiragem de 1 milhão e 280 mil exemplares mensais, para um público estimado em pelo menos 2 milhões e 560 mil adolescentes entre 11 e 19 anos. Há pouco mais de um ano, quando da edição piloto da Pesquisa, a performance de todas elas diante do tema era, literalmente, igual a zero.*



## Protagonismo Juvenil



Total de inserções: 130

## Aids e DST

---

É importante destacar-se o crescimento de **37,5%** registrado pela retranca *Aids e DST* em relação à edição anterior da Pesquisa. Mesmo assim, o índice atual representa ainda **apenas 1,7%** do total geral de inserções no semestre focalizado (5230), ocupando o 19º lugar entre as 28 retrancas pesquisadas. Entre as 1466 inserções das 14 retrancas consideradas de **Relevância Social**, *Aids e DST* comparece com **6%** das matérias computadas, estando na oitava posição.

O número reduzido de inserções registrado sob a retranca *Aids e DST* não é novidade na **Pesquisa ANDI – Os Jovens na Mídia**. Quando a presente edição aponta apenas 88 inserções computadas entre as 658 edições analisadas dos 32 veículos focalizados no semestre de novembro/97 a abril/98, coloca uma vez mais em evidência a dificuldade da mídia dirigida aos adolescentes em comprar definitivamente esta briga que, apesar de ingrata, é de importância fundamental.

### O efeito Valéria

Conforme apontado em edições anteriores da Pesquisa, não é sempre que fatos novos estão surgindo no universo coberto por esta retranca. Mas quando isto acontece, os veículos não economizam espaço. O melhor exemplo, na atual edição, está no lançamento do livro “*Depois daquela viagem*”, onde Valéria Piassa Polizzi, hoje com 26 anos, relata sua batalha contra o HIV – ela tinha 18 anos quando descobriu ser soropositiva. A mídia teen em peso destacou a publicação da obra e/ou entrevistou Valéria, sempre valorizando sua atitude positiva e consciente diante do desafio representado pelos vírus, além de destacar o papel chave da camisinha entre os métodos preventivos.

Alguns exemplos de boas matérias publicadas sobre Valéria: “Tenho Aids e

estou cheia de vida” (Carícia, 22/01, pgs. 34 a 37), “Eu tenho Aids! Você acredita?” (Folhateen/ Folha de S. Paulo, 24/11, capa e pg. 4) e “Valéria: exemplo de amor à vida” (Geração/Diário de Pernambuco, 01/12, capa). Estas e as demais reportagens envolvendo o lançamento do livro devem, também, ser consideradas as principais responsáveis pelo crescimento de inserções na retranca *Aids e DST*.

**Nota ANDI:** *O que agora se espera da mídia voltada aos adolescentes é que, diante das proporções assustadoras que vem tomando a epidemia, passe a usar de toda sua criatividade - e diariamente dá muitas provas de que conta com inesgotável estoque dela - para abraçar a tarefa de gerar, regularmente, boas pautas sobre o tema. Ou seja, que se torne sensível às evidências de que não cabe mais discutir sobre a quem recai a maior parcela da responsabilidade em educar os jovens para viver num mundo com Aids. Todos nós – pais, educadores, especialistas, autoridades, mídia – devemos fazer o que se encontra a nosso alcance para levar consciência a este que é, atualmente, o setor da população mais vulnerável à epidemia.*

### Camisinha sempre

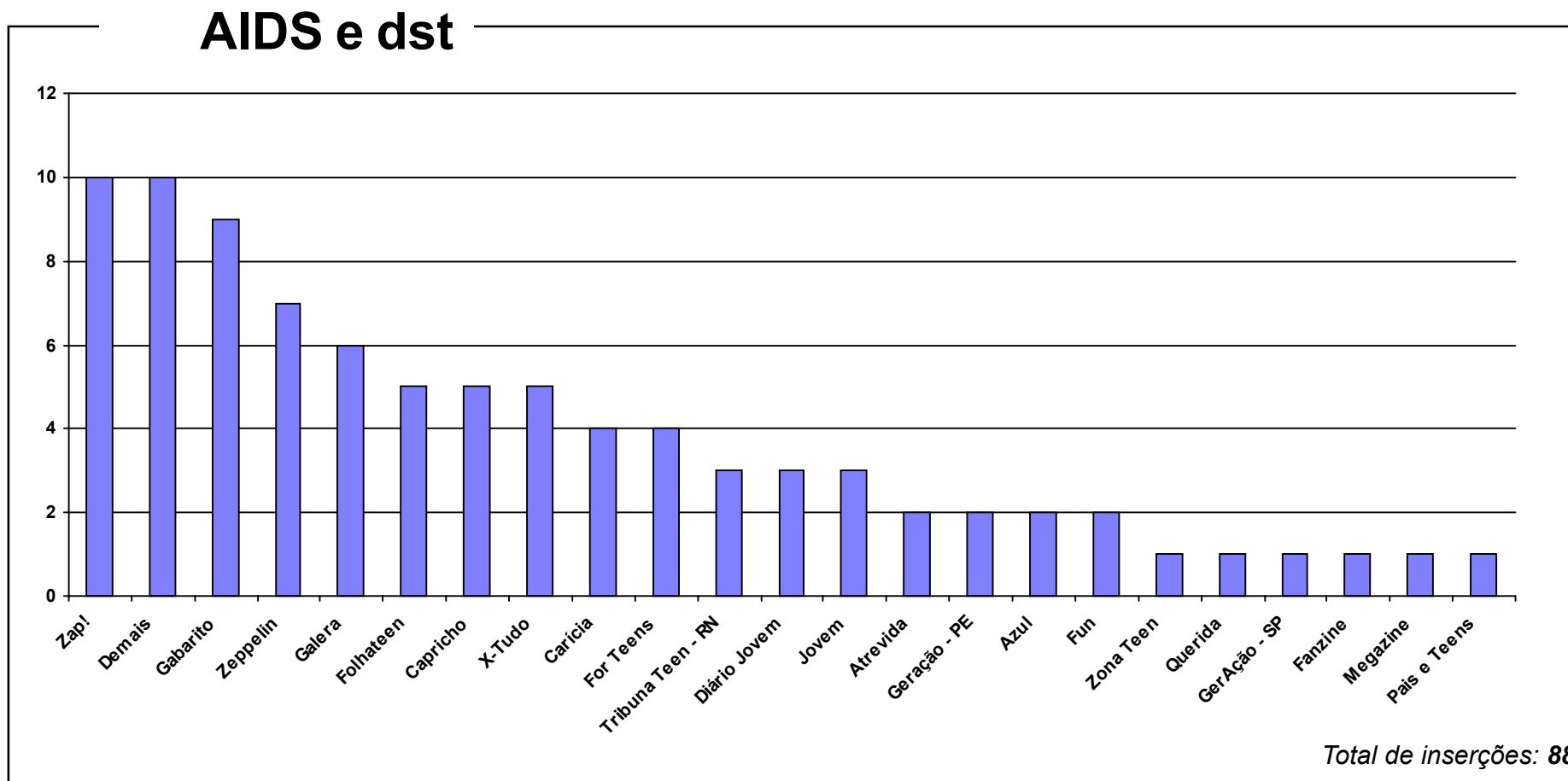
A edição de março/98 do informativo **Conversa Afiada**, publicado pela ANDI, concentrou-se precisamente sobre a questão da prevenção, questionando o fato do Brasil ainda ignorar a necessidade de levar a camisinha para onde o jovem está. A possibilidade de incentivar-se a cultura das máquinas de venda de preservativos, a exemplo do que já se estabeleceu com sucesso nos EUA e Europa, é discutida na publicação, que procura servir de ponto de partida para o desenvolvimento de boas pautas por parte da mídia jovem. A receptividade à idéia tem sido positiva, e alguns veículos já começam a publicar reportagens a partir deste gancho. Todas as edições do boletim **Conversa Afiada** podem ser acessadas através de nossa home-page ([www.andi.org.br](http://www.andi.org.br)) ou solicitadas à ANDI (061-322-6508).

### A prevenção, o carnaval e as máquinas

Outras reportagens de ótima qualidade informativa chegaram às páginas dos veículos teens no semestre em questão:

- Em “A Aids de perto”, o Galera/Estado do Maranhão registrou a passagem do Dia Mundial de Luta contra a Aids, com um texto muito bem cuidado sobre a questão da prevenção e os comportamentos de risco (29/11, pgs. 4 a 7).
- O X-Tudo/Correio Braziliense (29/11, capa e pgs. 3 e 5) também aproveitou a data para realizar uma detalhada radiografia do problema em “Um perigo cada vez maior”.

- Tribuna Teen/Tribuna do Norte-RN “(Por uma questão de vida”, 19/2, pgs. 4 e 5) e X-Tudo (“Adereço indispensável”, 21/02, capa e pg. 3) não deixaram o carnaval passar em branco e investiram de forma convincente no tema da prevenção.
- O próprio Tribuna Teen-RN, em 01/01 (pg. 7) alertou para a máquina de vendas de camisinha como solução para o fator inibição, apontado por muitos adolescentes como impasse maior à aquisição de preservativos.



## Os pontos críticos

---

A redução do volume de inserções em retrancas que tradicionalmente já apresentam desempenhos precários é o dado mais preocupante radiografado por esta edição da **Pesquisa ANDI – Os Jovens na Mídia**. Dos quatro temas em “situação de risco”, dois haviam apresentado animadores sinais de recuperação na edição anterior, merecendo inclusive destaque em nossa **Análise de Comportamento Editorial: Literatura e Família**.

**Literatura** - Apresenta agora uma queda de **37,8%** no número de inserções, despencando do nono para o 16º lugar entre as 29 retrancas presentes no gráfico de **Atuação Global dos Veículos**. Mesmo que parcela deste problema possa ser atribuída ao fato do Caderno Jovem/A Província do Pará haver deixado de circular (o tablóide foi responsável por quase um quinto das inserções da retranca na edição anterior da Pesquisa), é inegável a dificuldade de grande parte dos veículos teens em investir no estímulo ao hábito da boa leitura.

**Família** - Sofreu redução de **51,8%** no total de inserções, registrando apenas 53 reportagens em todo o semestre pesquisado. É um tema que a ANDI insiste em destacar, devido ao papel central que desempenha na vida do adolescente. Sob esta retranca são inseridas as matérias que discutem as relações familiares, abrindo ao jovem a possibilidade de desenvolver um diálogo construtivo com pais e irmãos. O repetido desinteresse demonstrado pelos suplementos de jornais por estas questões – o gráfico deixa claro que seguem as revistas, praticamente sozinhas, a garantir os poucos pontos da retranca – é espantoso (deve ser apontada a louvável excessão do estreante Zepellin/Jornal da Divisa-SP).

Será que ainda se impõe o conceito de que isto “é coisa de menina”?

Será que veremos esta geração de jovens repetir um dos mais dolorosos dramas vividos pelas anteriores, crescendo para tornarem-se pais – no masculino – alienados da realidade vivida pelos filhos?

**Drogas e Violência** - No que se refere a estes temas, a mídia jovem segue demonstrando dificuldade em se fazer presente de forma eficaz. Na atual Pesquisa, foi computado recuo em relação ao desempenho anterior de, respectivamente, **16%** e **15,2%**, o que é agravado pelo fato de mais de 40% dos 32 veículos pesquisados não ter marcado sequer uma inserção sob estas retrancas.

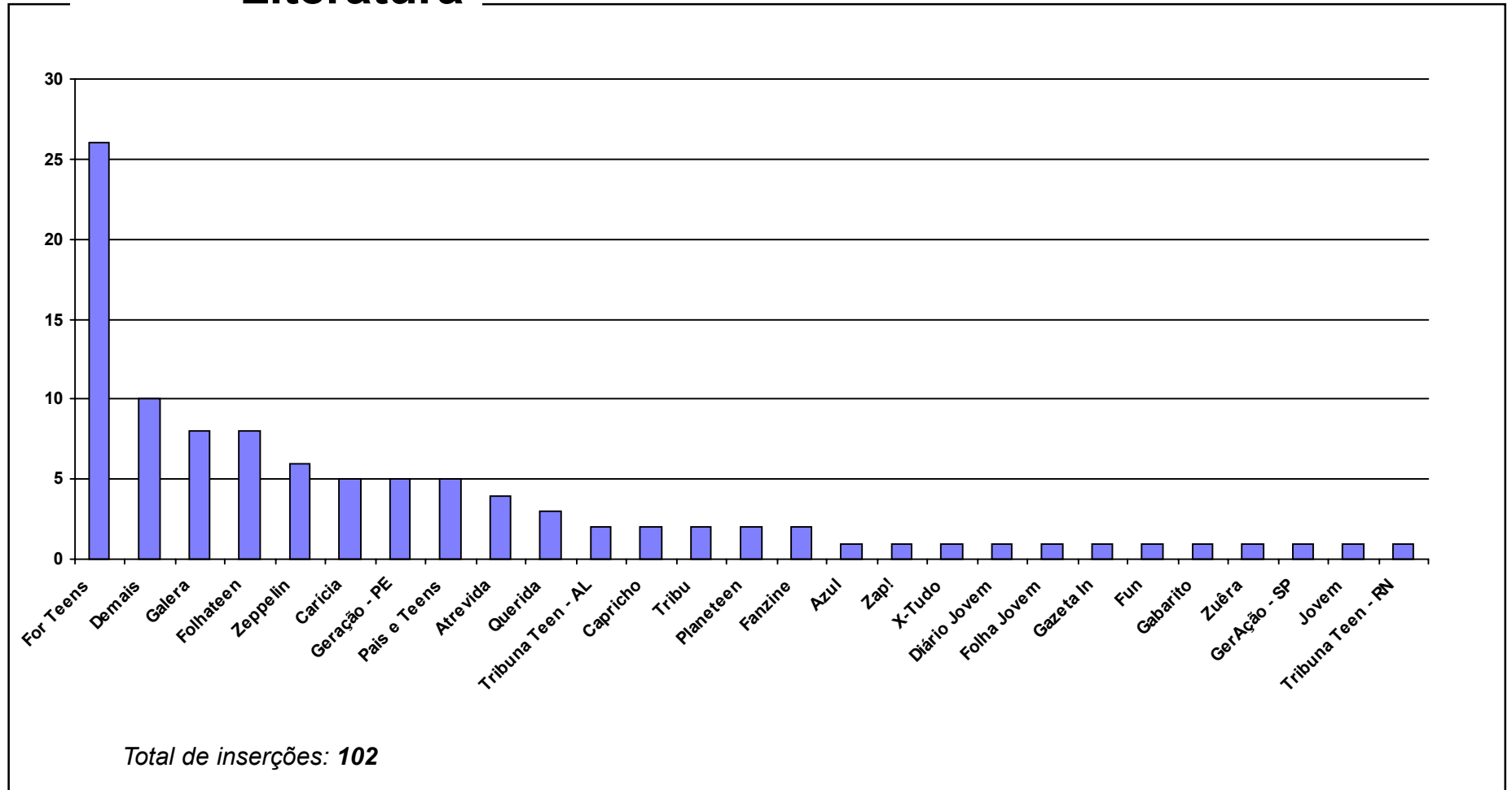
Conforme já assinalado pela ANDI, não é impossível compreender estes limites, pois o “desconforto” destes temas coloca o leitor, inevitavelmente, em contato com um aspecto dramático da realidade. A isso devemos também somar o fato de que nestas retrancas, sob o ponto de vista jornalístico, não são frequentes matérias inspiradas por ganchos factuais, ao contrário do que acontece com a maior parte dos temas cobertos por esta Pesquisa.

**Nota ANDI:** *Da mesma forma que apontado em relação à retranca Aids e DST, se encontra totalmente nas mãos dos editores dos veículos o desafio da responsabilidade de informar e educar o adolescente quanto às questões das Drogas e da Violência. E, novamente, queremos ressaltar que entre as poucas reportagens publicadas pela mídia sobre estes temas durante o semestre pesquisado, se destacam algumas onde é evidente a capacidade criativa de sensibilizar o arredo público jovem para um mergulho na “dura realidade”, sem o risco de tornar “pesadas” as edições.*



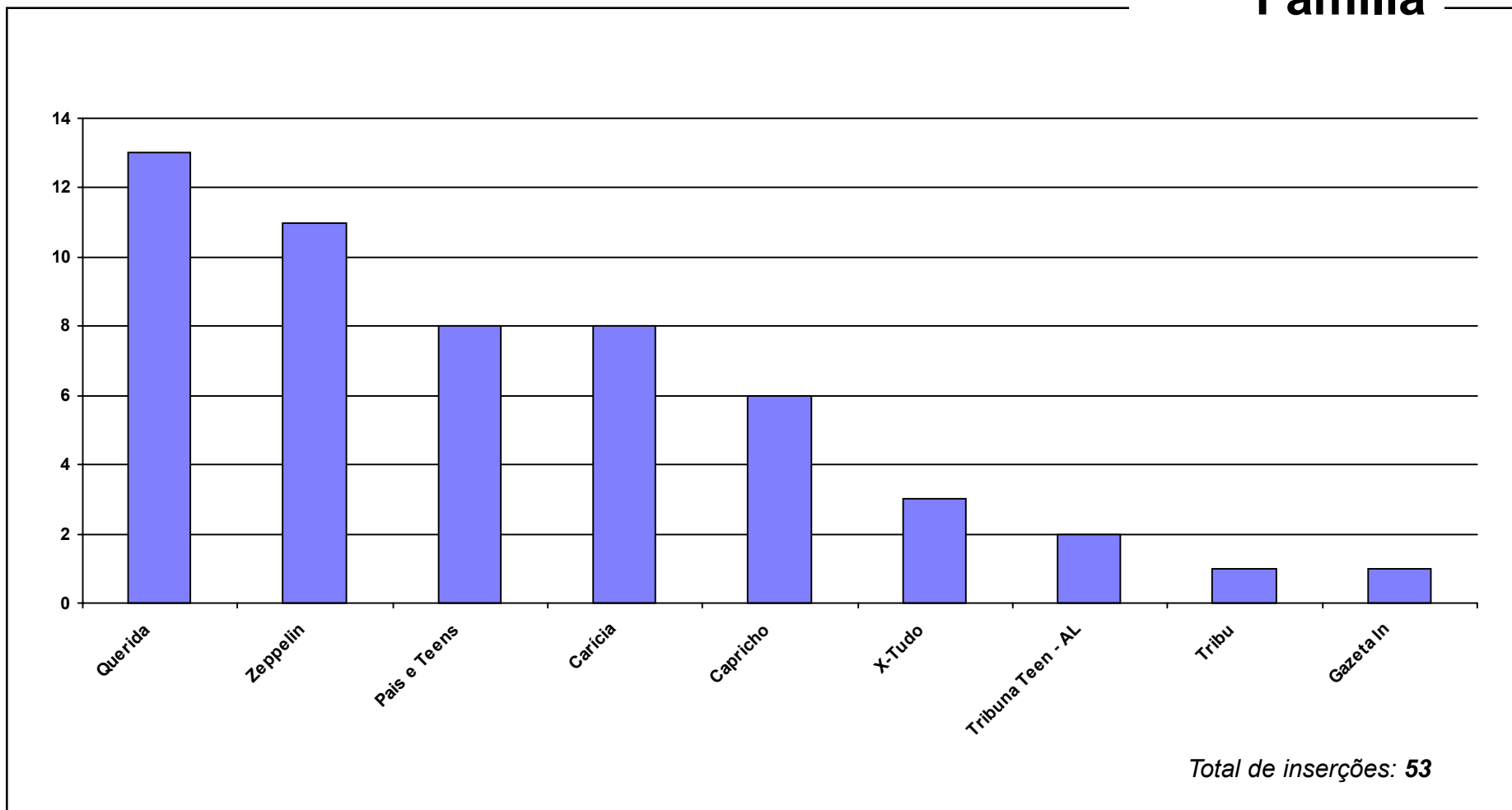


## Literatura



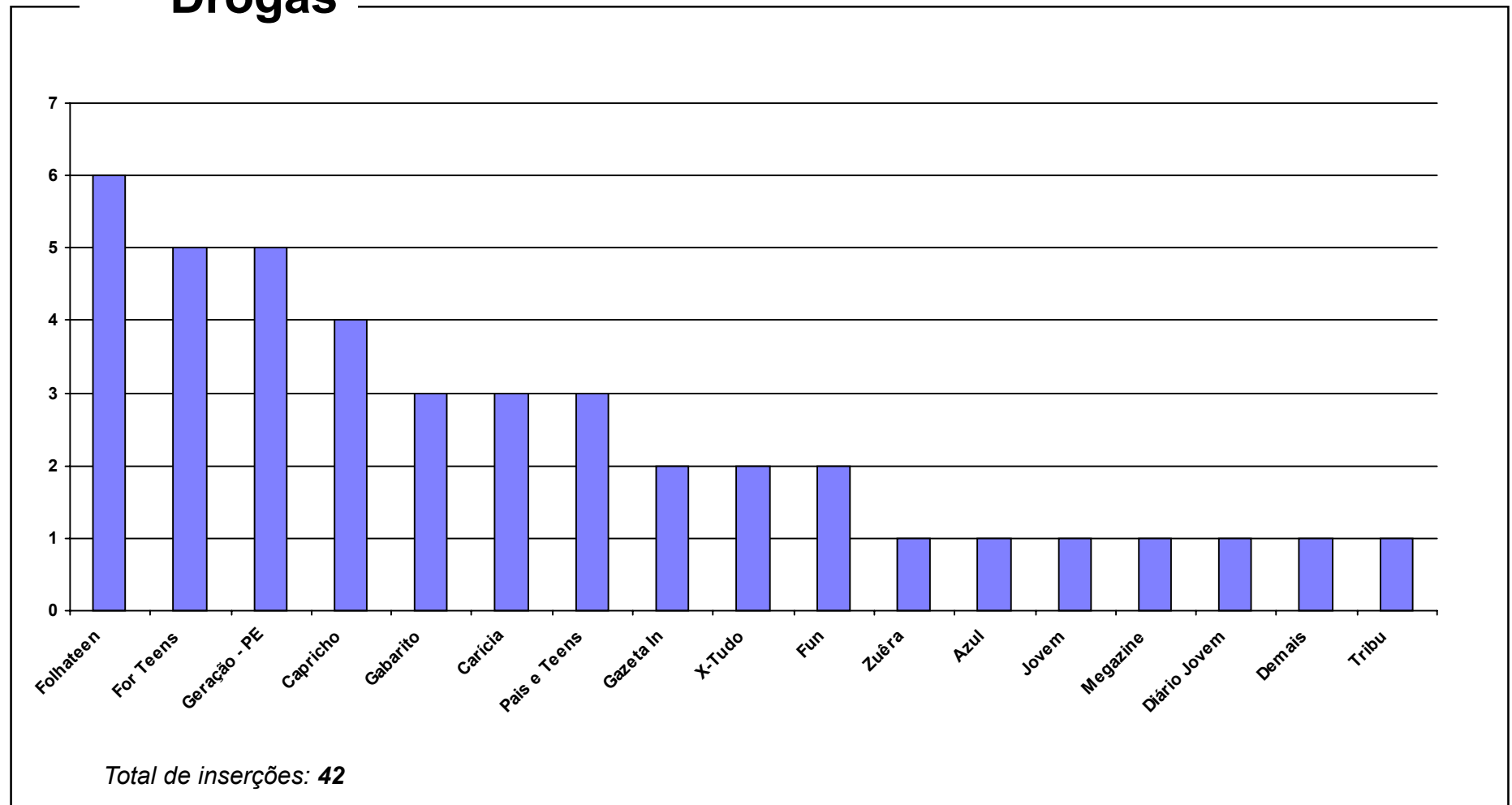


## Família



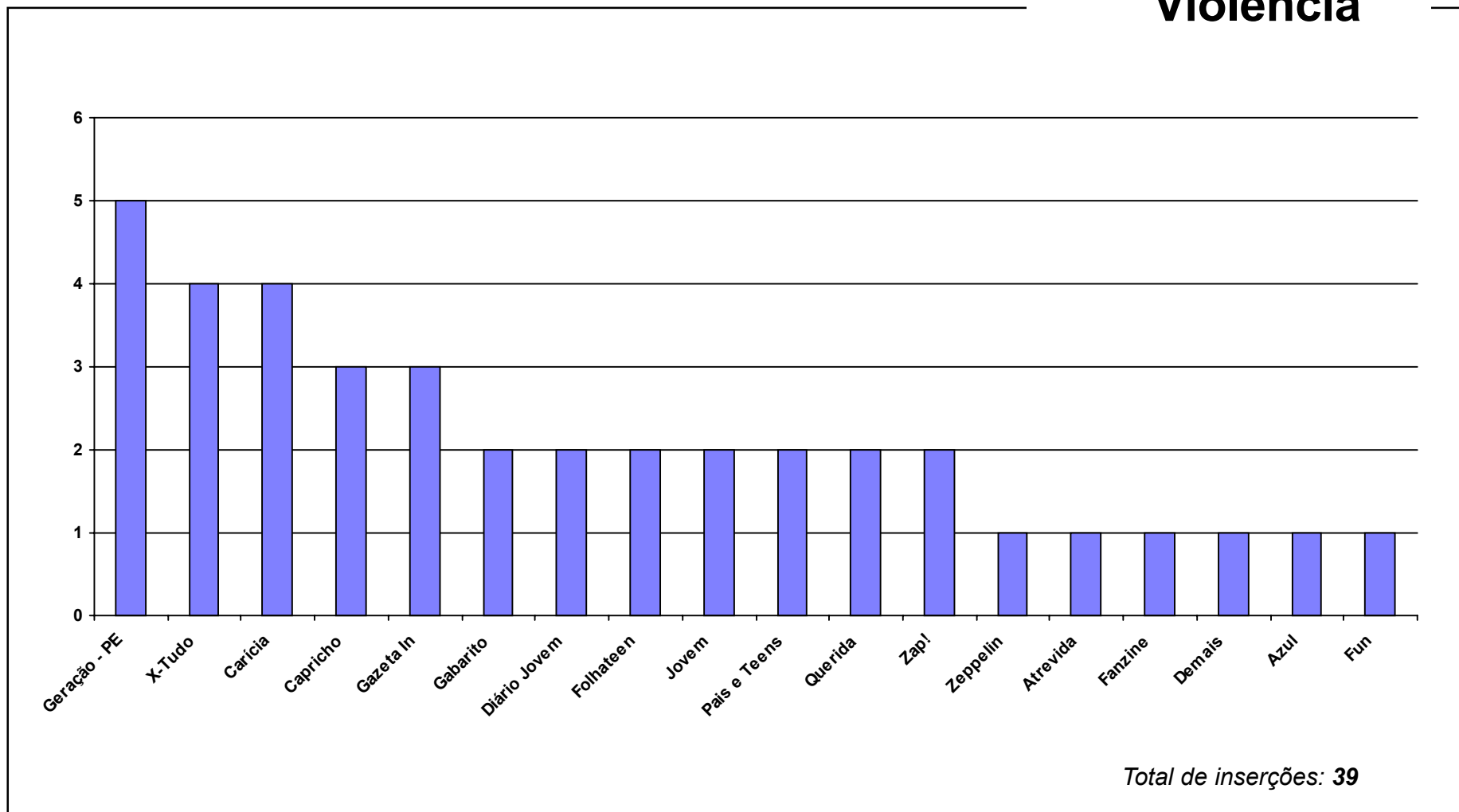


## Drogas





## Violência



A atuação dos veículos

---

**Jornais - Páginas**

## Páginas

De todas as quatro categorias de veículos que a **Pesquisa ANDI – Os Jovens na Mídia** vem analisando desde março de 1997, sem dúvida a que apresenta evolução mais notável são as **Páginas** de jornais.

No que diz respeito à presença de matérias consideradas de **Relevância Social**, os gráficos da Pesquisa 2 (mai/jun/jul-97) mostravam índice de apenas **12,3%** para as **Páginas**.

Três meses depois, era registrado um impressionante crescimento: **23%**.

Na edição atual este número torna a aumentar, atingindo **28,5%** e se aproximando muito daqueles conseguidos por seus irmãos mais robustos, os cadernos **Standards (32,2%)** e os **Tablóides (31,1%)**.

Não devemos esquecer que as **Páginas** sofrem com pesada limitação: o espaço físico. Editorialmente falando, ao privilegiar matérias consistentes de **Relevância Social** estão quase que automaticamente deixando de fora daquela edição pautas de temas de entretenimento - considerados sagrados pelo segmento teen - a exemplo de *Artes, Comportamento, Agenda e Lazer/Amenidades*.

Os números que não mentem

É precisamente esta capacidade de não se curvar diante do estabelecido (por quem?) a responsável pelo belo trabalho realizado por **Páginas** como:

- Tribuna Teen/Tribuna de Alagoas, que de ínfimos **8,7%** registrados na Pesquisa 2 saltou para impressionantes **57,1%** na edição seguinte e agora crava **60,7%**.
- Zona Teen/A Tarde-BA, que deixou para trás seus iniciais **4,3%**, atingindo nada menos que **52,1%** na Pesquisa 3. Na presente edição, apesar de recuar uns poucos pontos, surge com excelentes **45,6%**.
- Circulando/O Popular-GO, que despontou com **20%** na Pesquisa 2, cresceu para **38,9%** na edição seguinte e agora registra **34,3%**.
- Zuêra/Correio da Bahia (antigo Tupiniteen), que vem melhorando constantemente seu desempenho: de **25%** passou para **27,8%** e atinge **33,3%** na atual Pesquisa.
- O mesmo ocorre com Megazine/O Tempo-MG: **18,7%**, seguidos de **23,1%** e, agora, atingindo ótimos **30,7%**.

Ainda entre as **Páginas** devemos destacar, acima da média geral de **Relevância Social**, a boa estréia do GerAção/Correio Popular-SP, de Campinas, com **29,8%**.

Numa linha intermediária correm o Planeteen/A Notícia-SC e o Fanzine/A Gazeta-ES, que apesar de bastante comprometidos com a indústria cultural, não deixam de veicular reportagens que contribuem para uma formação mais consciente de seu público.

Portanto, é muito significativo também que uma única **Página** – Folha Jovem/ Folha de Londrina – permaneça centrada apenas nos temas de entretenimento, com ínfimos 4% de inserções nas retrancas de **Relevância Social**.

O Sul em falta

O desempenho desestimulante do Folha Jovem chama a atenção, novamente, sobre duas questões intrigantes:

**1** - Por que o Sul permanece como a única região onde a imprensa teen insiste em ter na “cultura rock” seu foco principal? (Lembremos que apesar de maior receptividade em relação aos temas socialmente relevantes, os outros dois veículos sulinos - Planeteen e o suplemento

Fun/Gazeta do Povo - garantem números apenas medianos na Pesquisa).

2 - Por quê uma empresa do porte da RBS, maior rede de notícias da região, com prestígio nacional e internacional, não percebe a importância de investir no público adolescente? Zero Hora e Diário Catarinense, pela qualidade editorial que apresentam em outras áreas, certamente dariam grande contribuição também no jornalismo voltado para os jovens.

*\* O editor chefe do Diário Catarinense, Carlos Sehlberg, acredita que a experiência de seu jornal com um suplemento direcionado aos jovens não obteve a resposta esperada: “O caderno X circulou por dois anos, mais foi suspenso por encontrar dificuldades em definir o perfil de seu público leitor, seja na faixa etária que pretendia alcançar, seja no tipo específico de pauta a ser trabalhada. Decidimos passar a inserir temas de interesse do jovem em várias das outras editorias do jornal”, argumenta Sehlberg, para quem o Diário Catarinense não deve ensaiar tão cedo um outro caderno teen.*

#### Portadores de deficiência, reggae e ONGs

Além dos exemplos já citados na presente Pesquisa, algumas outras reportagens publicadas pelas **Páginas** neste semestre merecem registro:

⊢ “Uma amizade muito especial” (06/01) do Tribuna Teen-AL destacou o dia a dia dos adolescentes que convivem com irmãos portadores de deficiência.

⊢ O mesmo assunto foi tratado com otimismo pelo GerAção-SP (01/03) em “Sem limites”, retratando dois portadores de deficiência que provam ser possível vencer as limitações e o preconceito.

⊢ Com “O bê-a-bá que vem da música” (28/03), o Zuêra mostrou o trabalho das ONG e dos blocos afro-baianos que apostam na educação de jovens socialmente excluídos através da música.

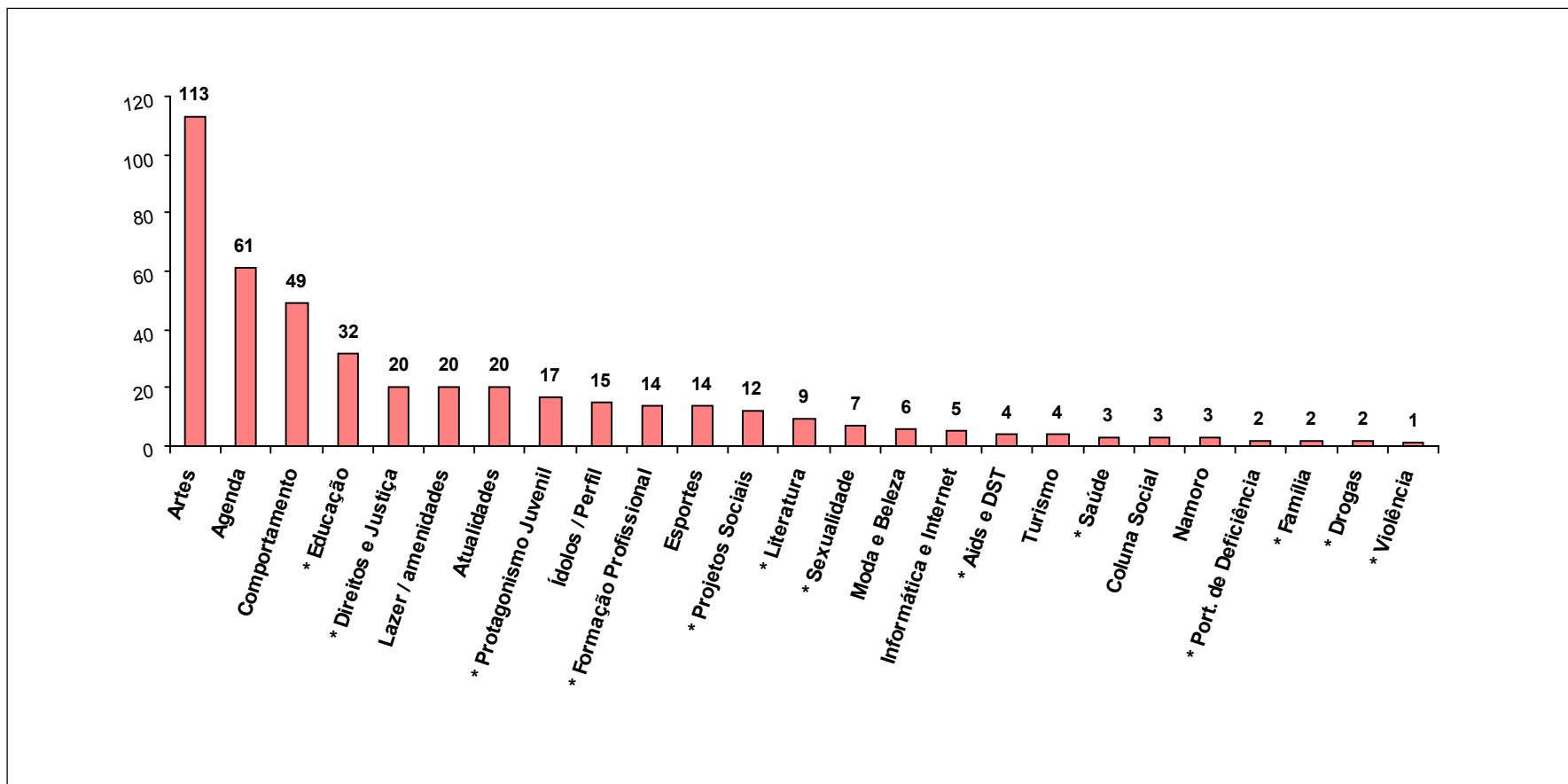
⊢ O Megazine de 20/11 mostrou a tentativa bem-sucedida da banda Afro-Reggae de resgatar a cidadania dos adolescentes da favela de Vigário Geral (RJ).

⊢ O Zona Teen dedicou-se aos surpreendentes resultados do programa educacional *Acelera Brasil* na cidade de Irecê-BA (09/12).

⊢ Em “Jovens, mas profissionais” (01/12), o Circulando, abordou o cotidiano e as expectativas dos adolescentes que fazem cursos profissionalizantes.

⊢ Na reportagem “Ler é a maior viagem” (29/04), o Fanzine conseguiu, de uma maneira divertida e acessível, tocar num assunto grave - o hábito da leitura, cada vez menos cultivado pelos adolescentes.

⊢ Em “Arte de espantar bicho-papão” o Planeteen (8/11) focaliza experiências realizadas por estudantes da rede pública de Blumenau-SC, que utilizaram recursos artísticos para facilitar o aprendizado de matérias como matemática, física, biologia e química.



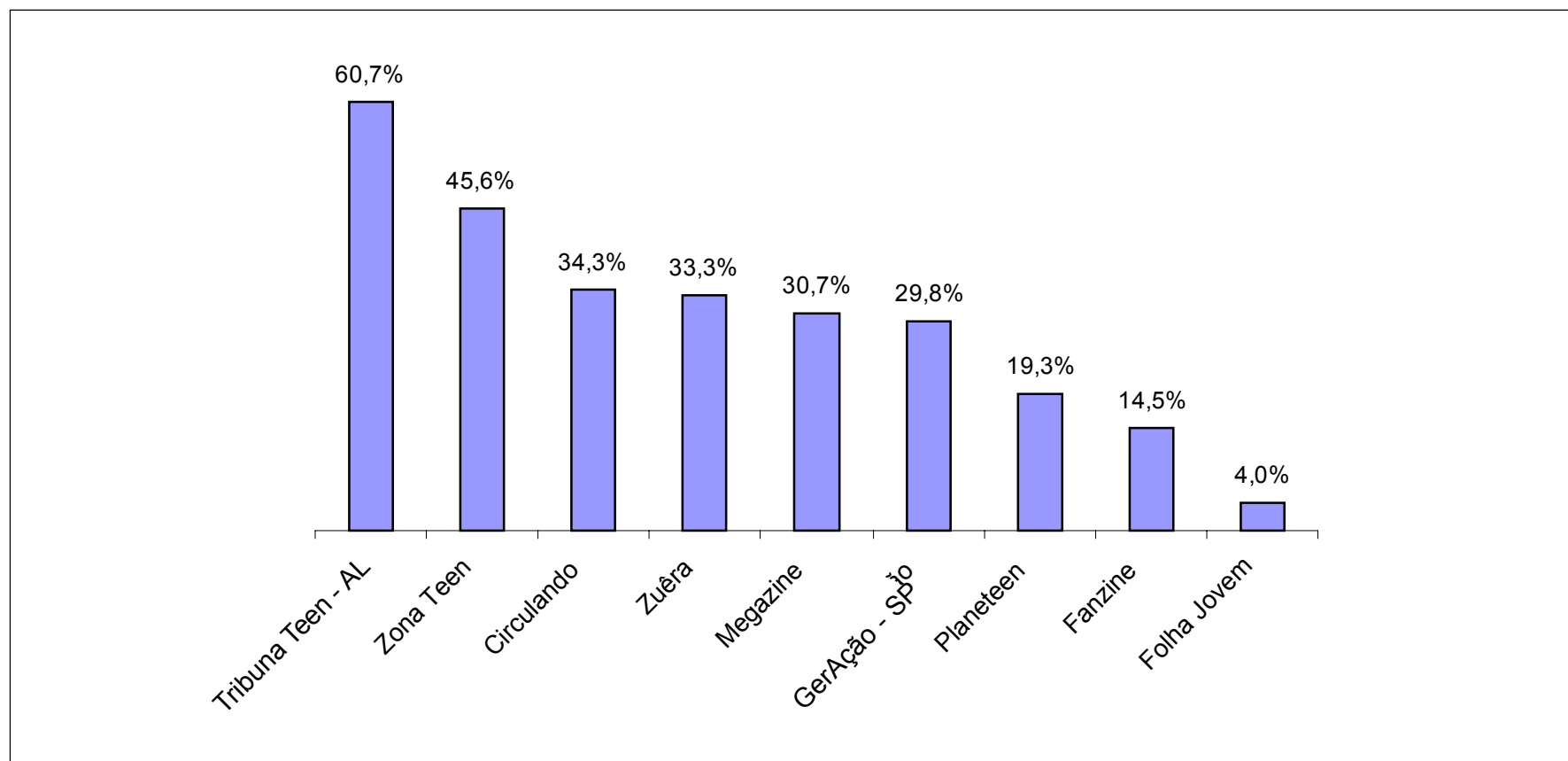
Total de inserções: 438

\* Temas de Relevância Social: 125 (28,5 %)



# relevância social

## páginas de jornAIS



Média dos temas de **Relevância Social - Páginas: 28,5 %**

Média geral dos 32 veículos: **28%**

A atuação dos veículos

---

**Revistas**

## **Revistas**

---

Também no caso das **Revistas**, a ANDI registra um avanço significativo: os **17,1%** de matérias consideradas de **Relevância Social** presentes na pesquisa do trimestre ago/set/out-97 alcançam agora **19,7%**. Ou seja, pela primeira vez se atinge um valor muito próximo aos 20%.

No contexto das revistas isto representa um salto e tanto, pois é fundamental reconhecer que suas características editoriais são muito diversas daquelas dos suplementos de jornais dedicados aos adolescentes:

à Em relação ao público alvo, os **Standards, Tablóides e Páginas** buscam atingir tanto os garotos quanto as garotas, enquanto as **Revistas** se concentram quase que exclusivamente no universo feminino.

à Em termos comerciais, os suplementos não dependem diretamente de venda em bancas e apenas em alguns casos específicos necessitam da publicidade para assegurar sua sobrevivência. Costumam ser considerados pelos jornais como investimento para a formação de seus futuros leitores. Já no que concerne às **Revistas**, a briga é aberta e extremamente competitiva, em busca de garantir uma fatia segura do crescente e altamente volúvel mercado teen. O resultado é que terminam profundamente comprometidas com os interesses da indústria de moda e beleza.

à Os jornais trabalham a partir de realidades regionais. Já as **Revistas** têm o compromisso de dialogar com as jovens de Norte a Sul do país.

à Com periodicidade quinzenal ou mensal, em contraste a dos **Standards, Tablóides e Páginas**, que são semanais, as **Revistas** lidam também com prazos de fechamento da edição bem mais antecipados, o que agrava sua dificuldade em trabalhar os temas factuais.

A ANDI sempre considerou, entretanto, que estes fatores não devem ser encarados como limites definitivos ao traçar-se a linha editorial das **Revistas** direcionadas às adolescentes. Conforme atestam inúmeras reportagens sintetizadas toda semana no informativo *Radicais Livres* (publicado pela ANDI e acessível também através de nossa home page) estas mesmas **Revistas** já acordaram há muito para dois pontos cruciais:

a) Tenham ou não intencionalmente procurado isto, hoje são referência fundamental em assuntos como sexualidade, namoro e relacionamento familiar para as jovens que não contam com suficiente espaço de diálogo em casa. E neste leque de temas incluem-se questões de alto impacto, como a prevenção à Aids e à gravidez precoce. Um bom exemplo temos na presente Pesquisa, onde as **Revistas** respondem por metade das inserções da retranca *Sexualidade* e por dois terços daquelas de *Família*.

b) As aceleradas transformações em curso em nossa sociedade exigem um adolescente sintonizado não só com o mundo que hoje vive, mas também com os desafios que o aguardam. E seria uma atitude temerária tentar eximir-se à responsabilidade de dar maior visibilidade a temas que contribuam para o processo de formação das leitoras enquanto cidadãs mais conscientes e participativas.

**Nota ANDI:** *É óbvio que não se pretende que todas estas **Revistas** assumam perfil similar ao de uma Pais & Teens, cujo viés essencialmente educacional e cultural vem garantindo gráficos onde os temas de **Relevância Social** atingem índices como os 67,6% deste semestre. Mas é importante estar alerta para interpretações distorcidas, durante muito tempo formuladas por parte deste segmento editorial, que forçavam a redução no número de textos que ancoravam seu público na realidade.*

Um ano de Relevância Social

De maneira geral, as cinco revistas com perfil comercial apresentaram desempenho de regular a bom ao longo deste ano em que a ANDI vêm medindo a presença de temas de **Relevância Social** entre o veículos jovens.

· Carícia, sempre a de melhor aproveitamento, na Pesquisa 2 (maio/jun/jul-97) apresentava um excelente índice de **30,2%**, que caiu para **23,6%** na Pesquisa 3 (ago/set/out-97) e agora volta a subir, atingindo **26%**.

· Capricho vem mantendo uma linha de evolução constante: **12,7%** na Pesquisa 2, **14%** na Pesquisa 3 e alcançando nada desprezíveis **17,2%** na presente edição.

· Querida, que registrou **12,8%** na Pesquisa 2, saltou para **17,1%** na Pesquisa 3 e agora mantém praticamente o mesmo desempenho, com **16,9%**.

· Atrevida, que iniciara com bons **15%** há um ano, sofreu queda considerável na Pesquisa 3 (**10,6%**), retornando nesta edição ao nível do primeiro índice: **15,6%**.

· Todateen é a única que apresenta números preocupantes: presente pela primeira vez na Pesquisa 3, com minguados **10,5%**, cai agora ainda mais: **7,6%**.

*\* Conforme destaca a editora de comportamento da Capricho, Cíça Lessa, há uma preocupação da revista em ser cada vez mais abrangente, falando do que realmente está acontecendo “no mundo lá fora”. Ela cita, como referência, recado dado no editorial de sua primeira edição deste ano, onde era firmado o compromisso de “incentivar as meninas a participar de um mundo que também é delas”. “É fundamental mostrar que as adolescentes podem ajudar a melhorar o mundo onde vivem, mesmo com pequenas ações, pequenas mudanças no seu próprio cotidiano”, lembra Cíça.*

#### Um caso à parte

A revista Pais&Teens vem liderando os gráficos que medem o volume de inserções relativas a assuntos considerados de **Relevância Social** desde que a ANDI passou a publicá-los, na edição mai/jun/jul-97 da Pesquisa. Este comprometimento com temas vitais para a formação dos adolescentes não só confirma-se nas duas edições analisadas no presente semestre, mas se expande através de reportagens que abordam de uma maneira acessível assuntos nem sempre prestigiados pelos outros veículos da mídia jovem. Exemplo perfeito é sua edição de fevereiro/março/abril, que centrou-

se na discussão da realidade vivida pelos adolescentes filhos de pais separados, reunindo bons depoimentos, dados estatísticos e opiniões de especialistas consagrados.

Além disso, a Pais&Teens traz a cada edição um exercício completo de protagonismo juvenil: o encarte denominado “Revisteen”, totalmente redigido e editado por adolescentes e a eles dirigido. E vale destacar também as seções “Internacional”, dedicada ao cotidiano dos adolescentes de países como Angola e Cuba, e “Fórum”, que na edição de fevereiro/março/abril reuniu um grupo de 13 jovens para um longo bate-papo sobre a obrigatoriedade do voto.

#### Preconceito, homossexualidade e feminismo

Além das já citadas, entre as melhores reportagens do semestre analisado pela ANDI, as revistas publicaram:

- ⊢ “Chega de preconceito”, em que a Atrevida (novembro, pgs. 80 a 83) visita a questão da discriminação contra as minorias.
- ⊢ A Carícia de 08/02 (pgs. 8 a 13) aborda a segregação racial a partir de entrevista com a atriz Taís Araújo e em “Boas notícias” (novembro, pgs.62 a 66) retrata dois projetos bem sucedidos no trabalho com meninos em situação de rua.
- ⊢ Em “Mistérios do orgasmo”, Todateen (março, pgs. 82 a 85) responde às principais perguntas das adolescentes sobre o tema.
- ⊢ Querida de 02/12 reuniu uma turma de garotas entre 12 e 18 anos para uma longa e franca conversa, reproduzida com o título de “Sexo - um bicho de sete cabeças?” (pgs. 12 a 21) e em “Os jovens contra a violência” (18/11, pgs. 42 a 45) abordou a campanha “Sou da paz”, pelo desarmamento da população.
- ⊢ O tema da homossexualidade feminina é tratado com sensibilidade pela Capricho (24/4, pgs. 94 a 99) em “Entre meninas”. E a revista também abriu espaço para uma criativa revisão do movimento feminista em “Como o feminismo mudou - e o que isso tem a ver com você” (01/03, pgs. 74 a 81).

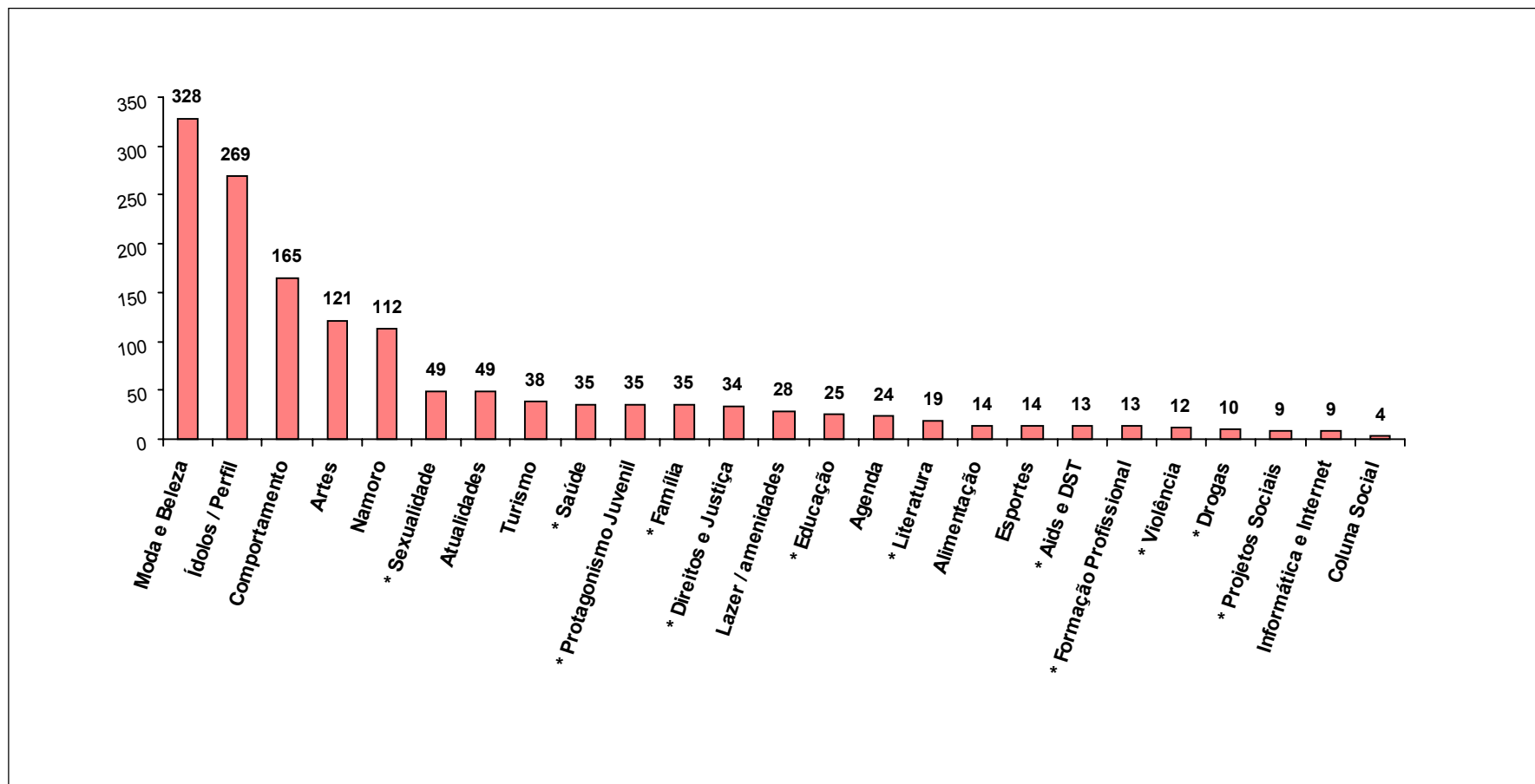
## assuntos mais abordados



Pesquisa ANDI - os jovens na mídia

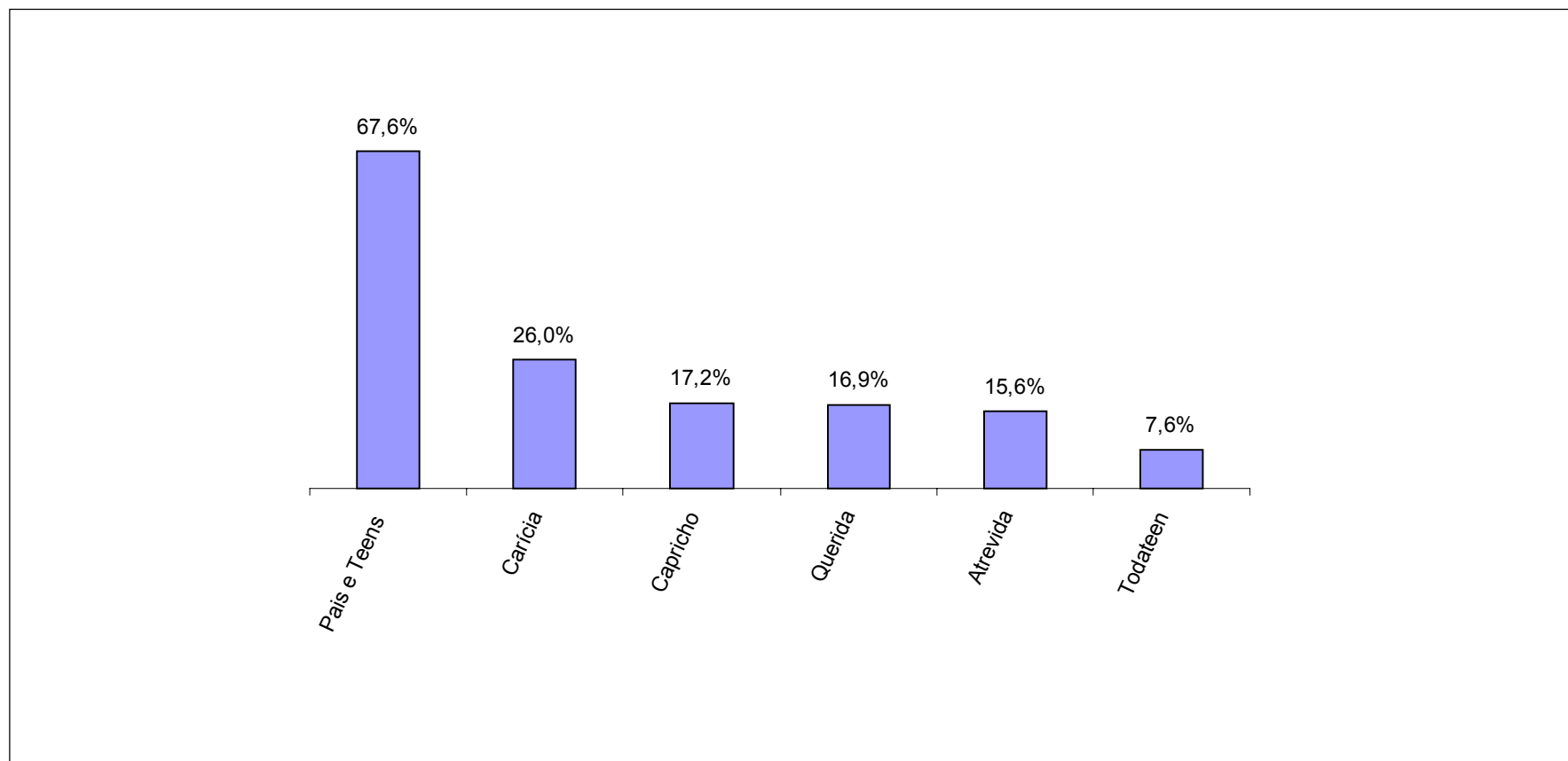
Novembro /97 - Abril /98

### revistas



Total de inserções: 1464

\* Temas de "relevância social": 289 (19,7 %)



Média dos temas de **Relevância Social - Revistas: 19,7 %**

Média geral dos 32 veículos: **28%**

A atuação dos veículos

---

**Jornais - tablóides**

## Tablóides

---

Os **Tablóides** voltam a destacar-se na presente Pesquisa pelo fato de comparecerem com parcela substancial das inserções relativas às três retrancas mais bem colocadas entre as 14 consideradas de **Relevância Social**: Educação, Direitos & Justiça e Formação Profissional.

No caso específico de Educação, este índice atinge **54%** das inserções do total geral da retranca, bastante próximo dos **60%** registrados na edição anterior da Pesquisa. Em Direitos & Justiça, o volume de inserções correspondentes a **Tablóides** representa **41%** do total da retranca - e **36%** na edição anterior. Quanto à Formação Profissional, os **Tablóides** garantem **43%** das inserções totais - e na Pesquisa anterior respondiam por **41%**.

Estas três retrancas, por sinal, garantem o excelente desempenho dos **Tablóides** em relação aos temas de **Relevância Social**, com média de **31,1%** para os 10 suplementos analisados.

Deve ser levado em consideração, todavia, que boa parte da responsabilidade por este ótimo resultado do grupo dos **Tablóides** se concentra nas mãos de apenas dois veículos: o Gabarito/Estado de Minas e o Demais/O Povo-CE.

### **Uma ação consciente**

*\* A editora Beatriz Lima, do Gabarito, destaca que os resultados alcançados são frutos de uma visão editorial que reconhece o papel fundamental representado pela educação em meio ao universo do adolescente. Na verdade, este perfil está implícito na história do suplemento, que surgiu como uma publicação voltada inteiramente ao vestibular. Com o tempo, conta Beatriz, percebeu-se que os jovens estavam carentes de outras informações, o que despertou “a necessidade de se fazer um trabalho mais amplo, que refletisse como eles se vêem, o que eles têm a dizer”.*

*Karine Rodrigues, editora do Demais, também destaca o fato do enfoque preferencial dado às matérias de educação ser proposital, visando discutir o ambiente em que o jovem passa a maior parte de seu tempo. “Os adolescentes reclamam muito da escola; queremos mostrar o que ela tem de bom e de ruim - queremos gerar uma reflexão”, explica Karine.*

**Nota ANDI:** A pequena queda de **31,4% para 31,1%** em comparação à Pesquisa anterior é explicada pela extinção do Caderno Jovem/A Província do Pará, que em sua última participação tivera índice de **45,5%**, e pela mudança do For Teens/Meio-Norte-PI para o formato standard (índice de **32,3%** na Pesquisa anterior).

Por outro lado, merece atenção o fato de que os dois **Tablóides** que fazem sua estréia nesta edição da Pesquisa apresentam índices de **Relevância Social** superior à média geral de **28%**: o Diário Jovem/Diário da Serra-MS surge com **29,5%** e o Zeppelin/Jornal da Divisa-SP atinge **30,6%**.

### Maioridade, suicídio e Universidade Solidária

Além das destacadas anteriormente, outras reportagens publicadas pelos **Tablóides** durante o semestre coberto pela atual Pesquisa merecem atenção:

- ⊕ Em “Maioridade polêmica”, o Gabarito de 10/04 (pgs. 6 e 7) discutiu a proposta de redução da maioridade penal para 16 anos.
- ⊕ O Gazeta In/Gazeta de Alagoas, tratou com sensibilidade o tema “Suicídio: a morte voluntária de adolescentes nos anos 90” (14/11, pgs. 6 e 7).
- ⊕ A matéria de duas páginas intitulada “Arte no Hospital” (20/12), focalizando as atividades artísticas utilizadas na recuperação de pacientes foi muito bem trabalhada pelo Galera/O Estado do Maranhão.
- ⊕ O Planeta Globo de 19/04 (pgs. 4 e 5) abordou escola carioca que oferece oficina de arte para alunos pichadores, estimulando sua criatividade.
- ⊕ O Demais (18/01, pgs. 4 a 7) e o Diário Jovem (13/02, pgs. 4 e 5) cobriram detalhadamente as ações do projeto Universidade Solidária (que, por sinal, encontrou ampla receptividade na maior parte dos veículos voltados para os jovens).



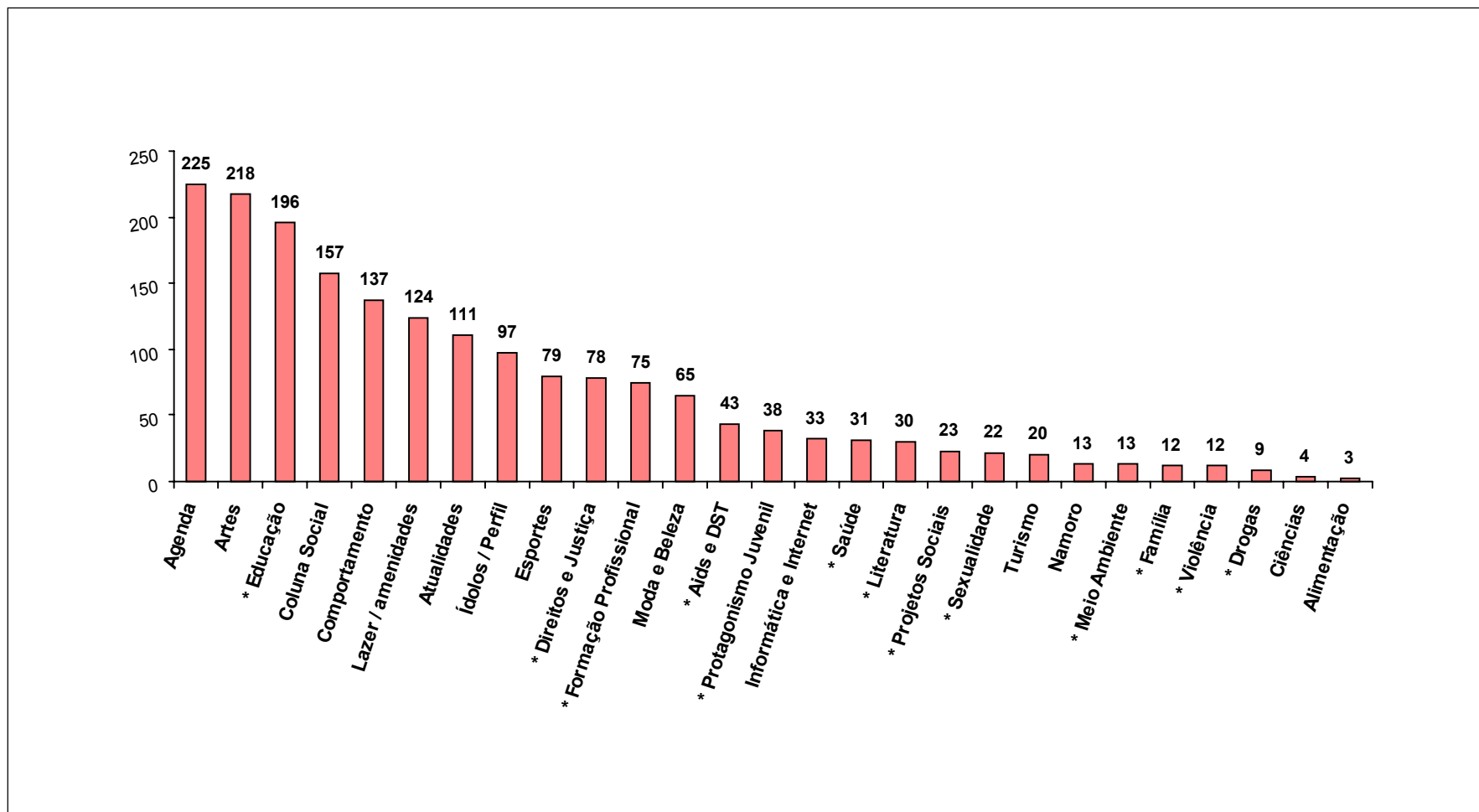
## assuntos mais abordados

### suplementos Tablóides



Pesquisa ANDI - os jovens na mídia

Agosto, setembro e outubro de 1997



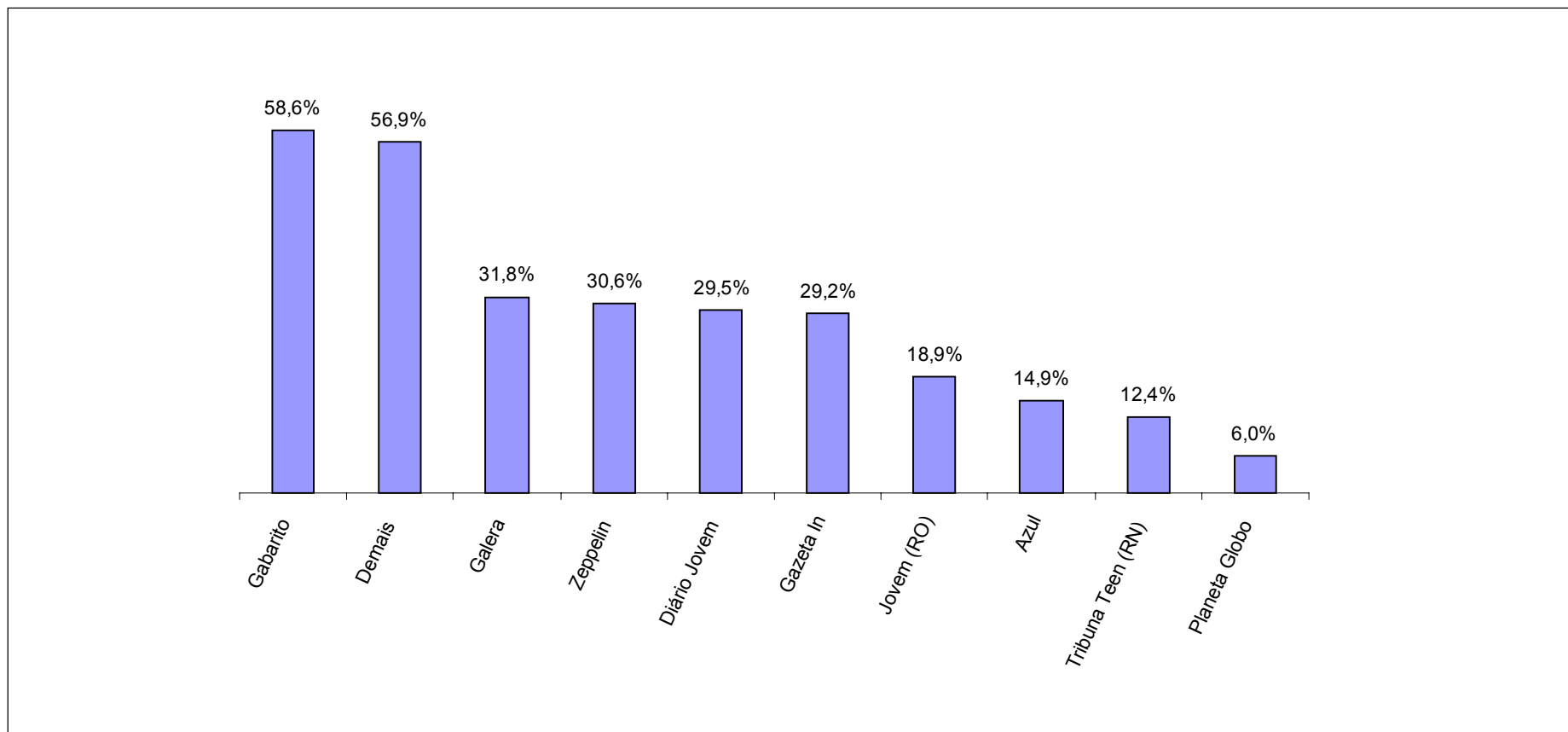
Total de inserções: 1868

\* Temas de "relevância social": 582 (31,1 %)



# relevância social

## suplementos tablóides



Média dos temas de **Relevância Social - Tablóides: 31,1 %**

Média geral dos 32 veículos: **28%**

A atuação dos veículos

---

**Jornais - standards**

## Standards

---

Os suplementos **Standards** são os que mantêm, ao longo das várias edições da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**, a melhor média no que se refere à publicação de matérias de **Relevância Social**.

Seus **30,3%** em maio/jun/jul-97  
foram acompanhados por **29,7%** no trimestre seguinte  
e agora atingem a ótima marca de **32,2%**.

Incluindo em seu time Zap!/O Estado de S. Paulo e Folhateen/Folha de S. Paulo - os dois suplementos pioneiros e ainda hoje referências básicas quando se fala em mídia jovem - os **Standards** destacam-se também pela regularidade do desempenho: apenas um, entre os sete analisados pela ANDI, não integra o gráfico dos veículos mais atuantes em relação aos temas de **Relevância Social**.

Mesmo este suplemento, o Fun/Gazeta do Povo, em que pese um perfil calcado na cultura pop/rock, alcança índice de **16,1%** na presente Pesquisa e cuida de abrir suas páginas para temas como o consumo abusivo de álcool pelos jovens ("Droga da galera", 27/02, pg. 6) e o papel dos adolescentes na construção de um país mais justo ("Prá frente Brasil", 17/04, pg.3), sempre com boa qualidade informativa.

Esta edição da Pesquisa marca a estréia do For Teens/Meio Norte-PI no setor - seu formato era **Tablóide** - o que acontece a partir de significativo crescimento: de **32,3%** na Pesquisa anterior, atinge agora **40,1%**.

Registramos também uma forte recuperação no desempenho do X-Tudo/Correio Braziliense, que crava **42,9%** de inserções nas retrancas de **Relevância Social** (na Pesquisa de mai/jun/jul-97 o suplemento atingira **47,4%**, despencando no trimestre seguinte para **34,9%**).

*\* Segundo Fredson Charlson, editor do X-Tudo, este resultado não é necessariamente fruto de uma preocupação em destacar temas de Relevância Social. "Acreditamos é que estes assuntos possuem uma grande relevância jornalística", aponta, lembrando que quando o suplemento começou a circular, há três anos, seu perfil era de um veículo elitizado. "Descobrimos que estávamos deixando de lado um grande percentual do público adolescente, e decidimos expandir nossa linha editorial", explica. Ele esclarece que diversos temas focalizados semanalmente pelo X-Tudo são sugeridos pelos próprios leitores: por exemplo, uma edição especial sobre gravidez na adolescência (28/03) surgiu do grande número de cartas de jovens pedindo esclarecimentos a respeito de métodos anticoncepcionais.*

**Importante:** Curiosamente, entre os **Standards** não encontramos nenhum dos veículos líderes em número de reportagens de **Relevância Social**. Isto é explicado pelo grande investimento do setor no tema **Artes**: são 408 inserções, o que corresponde a **47,4%** do total geral da retranca neste semestre. Outro dado significativo: este número, só da retranca **Artes**, é muito próximo das 470 inserções conseguidas pela soma de todas as retrancas de **Relevância Social** entre os **Standards**.

**Nota ANDI:** *Conforme temos sublinhado em edições anteriores, a retranca Artes e outras ligadas ao universo do entretenimento representam parcela importante do universo adolescente. A ANDI não percebe como "alienação" a forte presença destes temas entre os mais publicados pelos veículos teens. Nosso questionamento se concentra no grande percentual de inserções relativas a fatos criados pela indústria cultural, em contraste com as poucas reportagens que apresentam reflexões mais aprofundadas sobre o processo criativo. No sentido de melhor evidenciar este problema, a partir da próxima edição da Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia, estaremos criando a retranca Cultura, que passará a concentrar as inserções das matérias melhor fundamentadas, hoje inseridas no tema*

Artes junto com as demais (meras estréias de filmes ou shows, lançamentos de Cds, etc.).

### *Estupro, trote e gravidez*

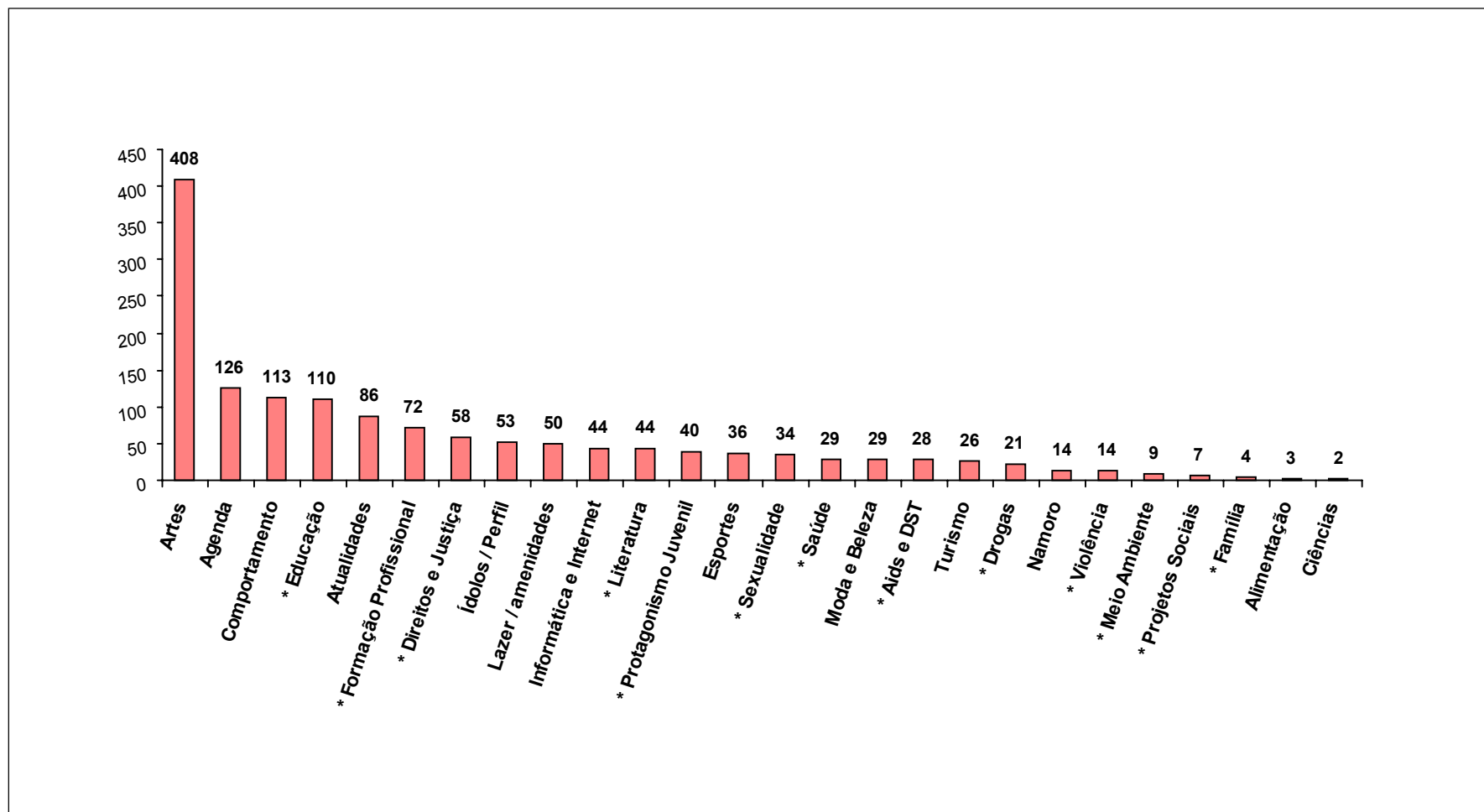
Exemplos de boas reportagens não faltam aos **Standards**. Além das citadas anteriormente, apontamos:

- ⌘ A edição especial do Geração/Diário de Pernambuco sobre estupro, olhando de perto o que acontece no próprio lar (13/04), sem dúvida um dos destaques do semestre.
- ⌘ O Folhateen de 23/02, que veio com dose dupla: “Tradição vira desculpa para o trote do mal” denuncia a insistência no trote violento (pg. 5) e “Favela é centro de atividades culturais” apresenta o trabalho da Associação Comunitária da favela Monte Azul, em São Paulo, com destaque para as ações dos jovens (pg. 6).
- ⌘ O Zap!, que cuidou de mostrar as atividades do Pacto de Lagoa Santa pela Educação, ONG mineira dirigida por Elói Macedo, de 17 anos (“Um titã da educação”, 21/11, pg. 7). E que em “Cadê o meu emprego?”, além de discutir os problemas de quem está entrando no mercado de trabalho, avaliou as oportunidades oferecidas pelo terceiro setor (20/3, pg. 3).
- ⌘ O X-Tudo, que dedicou uma consistente edição especial ao drama do vestibular (15/11), além de focalizar o Projeto Vida, que recupera e oferece formação profissional a jovens em situação de rua, em Brasília (08/11, capa) e o duro cotidiano dos jovens pobres do DF, em “A face menos nobre da capital” (14/03, capa e pgs. 4 e 5).
- ⌘ O For Teens, que vem marcando presença como o veículo que mais atenção dá ao tema *Literatura*. Além disso, o suplemento piauiense tem reproduzido boas matérias publicadas originalmente nas revistas Capricho e Carícia.





assuntos mais abordados  
suplementos standards



Total de inserções: 1460

\* Temas de "relevância social": 470 (32,2 %)

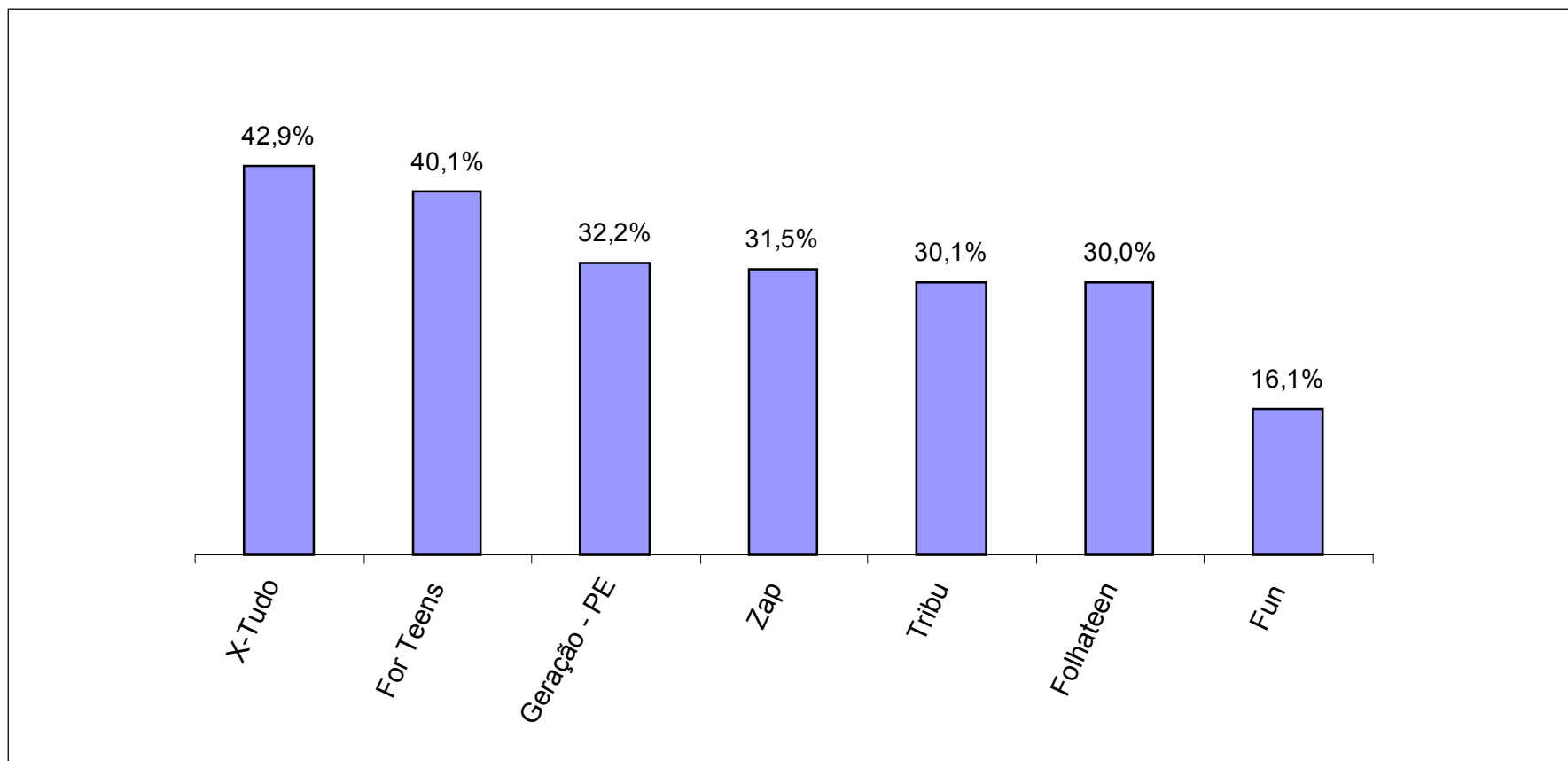
# relevância social

## suplementos standards



Pesquisa ANDI - os jovens na mídia

Novembro / 97 - Abril / 98



Média dos temas de **Relevância Social - Standards**: **32,2 %**

Média geral dos 32 veículos: **28%**

## Televisão

---

*Os programas não têm seus conteúdos sistematizados em gráficos pela Pesquisa ANDI, mas sua atuação pode ser acompanhada através da publicação semanal **Radicais Livres** - editada pela ANDI e disponível na Internet (Universo OnLine): <http://www.andi.org.br>*

Os programas de televisão voltados aos adolescentes revelaram algumas boas surpresas este semestre. Ao lado dos “tradicionais” Barraco (MTV), Programa Livre (SBT), H na Lavanderia (Bandeirantes) e Malhação (Rede Globo), merecem destaque a Turma da Cultura (TV Cultura-SP) e os programas jovens produzidos por emissoras regionais, como o Cor da Cidade (TV Brasília) e Teen (TV Guanandi-MS).

Além de contarem com uma linguagem dinâmica, estes últimos vêm demonstrando ser, em média, mais sensíveis à inclusão de matérias ligadas à realidade adolescente que seus similares de alcance nacional.

Sem resvalar na exploração barata de temas sensacionalistas, as produções regionais acompanhadas pela ANDI demonstraram sensibilidade ao discutir assuntos como drogas, criminalidade juvenil, gravidez, cidadania e trabalho infantil, sempre com um tratamento criativo e cuidadoso.

### *O despertar da Globo*

Outra boa novidade do semestre foi a inclusão, no programa dominical Fantástico (Rede Globo), do quadro Altos Papos. Este debate semanal entre os jovens, sempre precedido de uma reportagem sobre o tema a ser discutido, concentra-se na abordagem de conflitos comuns aos adolescentes. Entre os assuntos já debatidos, destacam-se a violência e as drogas. Ao

final do quadro, uma enquete via telefone registra a opinião dos telespectadores sobre o tema central.

Sem dúvida, através de Altos Papos a Globo começa a preencher uma séria lacuna em sua programação: a ausência de programas que permitissem a discussão de temas relevantes para o universo jovem. Mas a iniciativa conta com outro aspecto a seu favor: pelas características da audiência do Fantástico, está sendo criada através de Altos Papos uma importante ponte entre pais e teens, que ali encontram a possibilidade de dialogar mais abertamente sobre assuntos geralmente vistos como “difíceis”.

Além disso, a emissora passou a cuidar com mais atenção de Malhação, que apesar dos limites do formato soap-opera vem procurando, na fase 98, se afastar da imagem diluída e inconseqüente que projetou nos três anos anteriores. Com este objetivo, contratou Maria Mariana para a equipe de redatores, ampliou a trama - que não se restringe mais ao ambiente da academia - e passou a incluir temas de interesse social (diversos jovens são apresentados trabalhando e há destaque para um personagem negro e para um que é portador de deficiência).

### *Ligados no Brasil*

O Barraco segue representando o melhor da produção nacional voltada aos jovens. Sintonizado com a atualidade, o programa conduzido por Astrid Fontenelle permanece unindo a irreverência dos calorosos debates à discussão - nem sempre esclarecedora, é importante reconhecer - de assuntos que falam de perto ao dia-a-dia do adolescente. Bons exemplos são os programas sobre caos urbano (16/04), a impunidade dos poderosos brasileiros (09/03), a camisinha e o sexo seguro (24/11) e a descriminalização da maconha (17/11).

Já o Programa Livre, comandado por Serginho Groisman, registrou alguns ótimos momentos durante o período pesquisado, como os debates sobre portadores de deficiência (06/05) e alcoolismo juvenil (01/12). O melhor material apresentado pelos programas jovens durante o semestre coube exatamente ao Programa Livre: a entrevista ao vivo dos adolescentes com



o presidente Fernando Henrique, no dia 20/03, comentada por todos os jornais da “grande mídia”.

H na Lavanderia representa a programação televisiva que insiste numa visão estereotipada do adolescente. Apesar de eventualmente tratar de temas importantes - por exemplo, homossexualidade feminina (10/04) - o apresentador Luciano Huck optou por uma linha escatológica de trabalho, que tende perigosamente a transformá-lo num “Ratinho teen”.

Estreando em nossa Pesquisa, o Turma da Cultura (TV Cultura-SP) surge como outro bom destaque entre os programas nacionais. Apresentado – e muitas vezes ao vivo - por três adolescentes, prestigia matérias ligadas na atualidade, mesclando temas de **Relevância Social** e entretenimento em uma produção muito bem cuidada. Merecem atenção as reportagens sobre o descobrimento do Brasil (22/04), a epidemia de dengue (27/04) e voto aos 16 (29/04), provando que é possível fazer um programa diário atrativo aos olhos dos adolescentes sem, no entanto, cair na saída fácil do trinômio namoro-comportamento-moda.

### **Os programas regionais**

Correndo por fora, os programas jovens de alcance regional representam a grande novidade no universo dos veículos pesquisados pela ANDI. Neles, a abordagem de temas sociais é uma constante.

Dono de um perfil bastante distinto do restante das produções jovens, Cor da Cidade (TV Brasília) promove debates com adolescentes a partir de entrevistas com personalidades locais. Daí nascem acaloradas discussões sobre segurança pública (22/01), drogas (25/03), ética na política (02/04), aborto (01/04) e conquistas femininas (05/03), entre outros temas de interesse.

Teen, da TV Guanandi (MS), mesmo que apresente muitas matérias comportamentais em sua programação, registrou bons momentos durante o semestre analisado, como o programa sobre o serviço militar (02/04).

## **Colunas de Consulta**

---

Faz um ano que a **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** passou a medir as colunas de respostas de especialistas a perguntas dos leitores. A avaliação elaborada para o primeiro gráfico publicado (edição de maio/jun/jul-97) vem se mantendo válida a cada novo mês: apesar de cobrirem alguns outros temas importantes, o principal trunfo destes espaços é o fato de concentrarem a maior parte dos textos que a mídia jovem dedica a uma questão de crucial relevância para seu leitor - a *Sexualidade*.

Um retrato nítido desta situação é oferecido pela presente Pesquisa: não muito privilegiado entre as matérias jornalísticas propriamente ditas (**109 inserções** durante o semestre analisado), o tema é resgatado de maneira eficaz nas **Colunas de Consulta**, onde alcançou **242 inserções**.

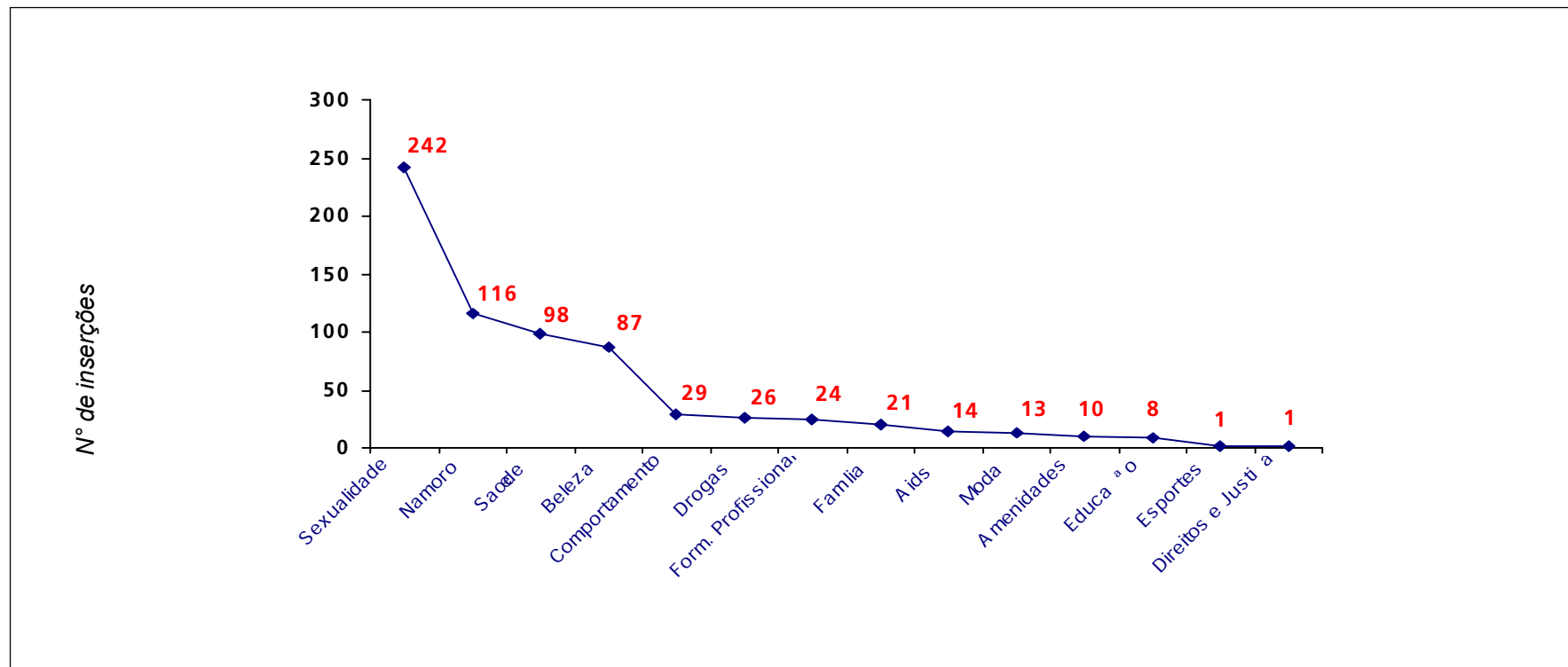
Este número corresponde a **35%** do total de inserções do gráfico referente às Colunas, que mostra também um bom desempenho do tema *Saúde*, com **98 inserções** (repetindo a quantidade alcançada no gráfico relativo às reportagens: **97**). E o mais significativo, conforme amplamente analisado na edição anterior da Pesquisa (ago/set/out-97), é que o material publicado sempre responde de forma didática e objetiva às dificuldades e dúvidas de garotos e garotas.

**Nota ANDI:** O limite registrado no gráfico de **Atuação Geral dos Veículos (Reportagens)** infelizmente se repete no de **Colunas de Consulta**: é muito reduzida a presença de temas como Aids e DST, Drogas e Família. Fica, portanto, a preocupação: estarão os jovens se considerando realmente bem informados a respeito destes assuntos que, sabemos, se destacam exatamente por abrigarem algumas das questões que mais inquietam nossa sociedade?



## Colunas de Consulta

### o que os jovens querem saber (suplementos + páginas de jornais + revistas)



Total de inserções: 690

## Publicidade

A **Análise de Comportamento Editorial** relativa à edição piloto da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** (mar/abr-97) mostrava como a vaidade (representada pela retranca *Moda & Beleza*) surgia como o grande apelo das propagandas veiculadas por cadernos e revistas voltados para adolescentes, com 46% de toda a publicidade vendendo cosméticos, roupas, tênis e calçados, acessórios.

Na segunda edição (mai/jun/jul-97) este índice caía para 34,3%. E no trimestre seguinte, repetindo a tendência de queda, respondia por 29,5%. Em todos estes períodos, entretanto, *Moda & Beleza* sempre surgira como a retranca com mais inserções do gráfico **Publicidade**. Agora, registrando apenas 20% do total de inserções, pela primeira vez perde o primeiro posto: a sua frente temos as retrancas *Escolas* (com 31,3%) e *Entretenimento* (com 24,4%).

Entretanto, conforme já alertado em edições anteriores, esta variação não se deve a uma súbita mudança de comportamento por parte do mercado ou das agências - dois outros fatores, na verdade, são responsáveis pelo novo quadro.

Em primeiro lugar, a cada nova edição a ANDI vem ampliando o número de veículos pesquisados - hoje trabalhamos 14 a mais do que os 18 focalizados na edição-piloto. Entre estas novas publicações, contudo, temos apenas uma revista de perfil comercial (a *Todateen*). E são exatamente as revistas que respondem pela quase totalidade da publicidade de *Moda & Beleza*.

Os suplementos e páginas de jornais, por sua vez, anunciam principalmente shows, festivais de música, bares e points de animação noturna, além do universo escolar: faculdades, cursos pré-vestibulares, de línguas e de informática.

Em segundo lugar, cresceu muito o volume de anúncios de formato reduzido, tanto entre os jornais quanto entre as revistas. Como a metodologia da ANDI não leva em consideração a centimetragem da publicidade, cada inserção de *Moda & Beleza* - que geralmente ocupa uma página inteira das revistas - termina tendo o mesmo peso que um "tijolinho" de 3X7 cm onde é vendido o serviço de tele-tarô, por exemplo.

**Nota ANDI:** *Buscando oferecer um quadro que traduza mais nitidamente a realidade, a próxima edição da Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia estará utilizando de nova metodologia no gráfico Publicidade.*

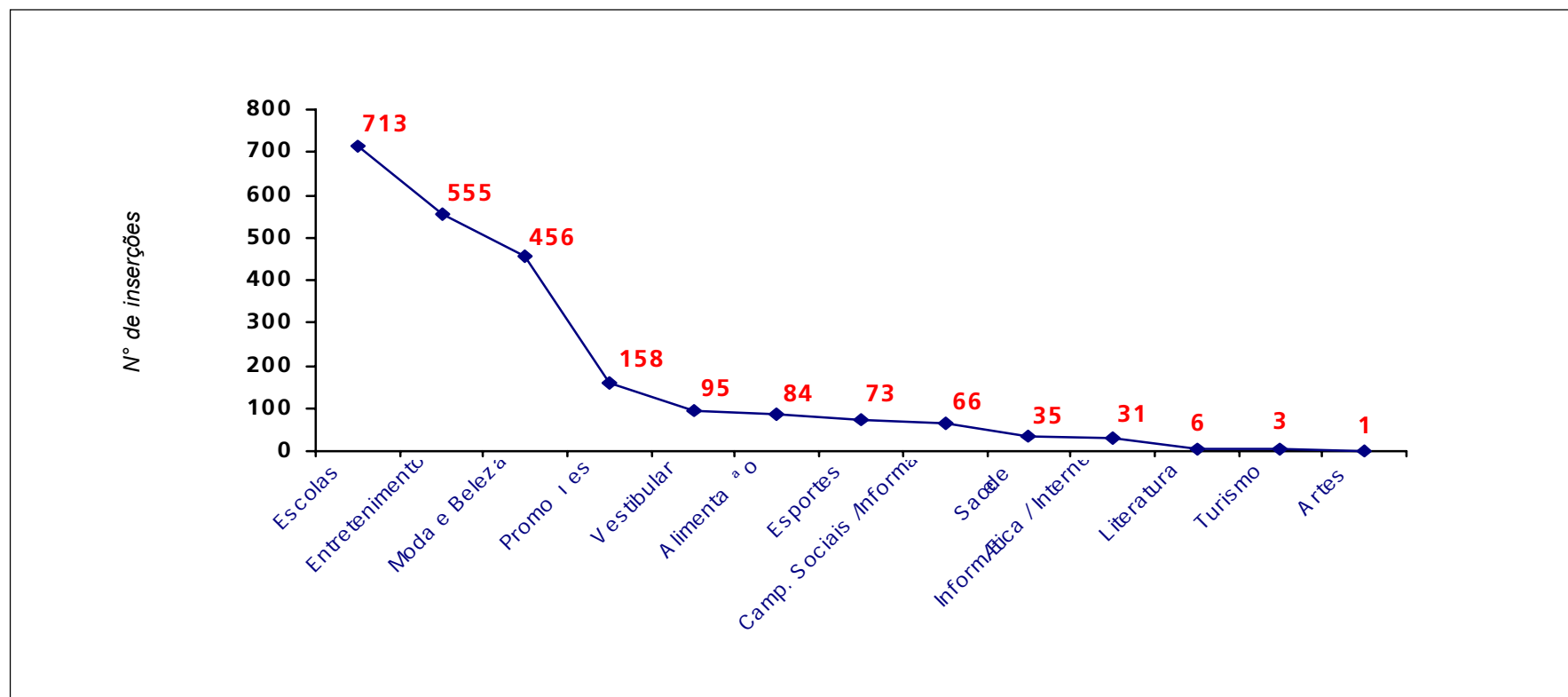
### E • X • P • E • D • I • E • N • T • E

- Direção Executiva: **Geraldinho Vieira**
- Coordenador de Pesquisa: **Veet Vivarta e Fernando Molina**
- Classificação e Tabulação: **Juliana Garcia e Adriana Mattos**
- Edição de **Radicais Livres**:  
**Veet Vivarta, Juliana Garcia e Adriana Mattos**
- Programação de TV: **Alexandre Ferreira**
- Secretaria: **Lourdes Nunes e Antônia Amélia**
- ANDI: **SDS Ed. CONIC bl. A sala 101**  
**Brasília - DF • 70391-900**  
**fone: (061) 322-6508**  
**fax: (061) 322-4973**
- E-mail: **andi@uol.com.br**
- http:// **www.andi.org.br**





**o que vendem aos jovens**  
**(suplementos + páginas de jornais + revistas)**



Total de inserções: 2.276

## A Imprensa e os Direitos da Infância e da Adolescência

### Você...

- ... consegue ler **mais de 50 jornais** e uma **dezena** de revistas todos os dias?
- ... pode acompanhar, **todos os dias**, os telejornais da rede nacional?
- ... quer conhecer como trabalham jornais e revistas dedicados ao **público jovem**?
- ... quer saber que **mensagens sociais** estão sendo divulgadas pelas novelas?



assine

### ANÁLISE DO CLIPPING

por apenas **R\$100,00 (cem reais)** por mês, você receberá toda semana *Análise do Clipping* e *Radicais Livres* em sua casa, entidade ou escritório.

*Análise do Clipping* e *Radicais Livres* (exemplares anexos) são instrumentos preciosos de informação: você acompanha todo o principal noticiário da mídia, descobre tendências e conhece projetos.

Os assinantes também receberão, sem custos adicionais, pesquisas e outras publicações editadas pela ANDI.



*Para fazer sua assinatura, basta preencher o formulário anexo e enviar à ANDI.*

- ⇒ *Análise do Clipping* - notícias sobre a infância e adolescência em situação de risco - é produzida pela ANDI em aliança estratégica com o Instituto Ayrton Senna e apoio do UNICEF.
- ⇒ *Radicais Livres* - notícias veiculadas por jornais, revistas e programas de TV para o público jovem - é produzido pela ANDI em parceria com a Fundação Odebrecht e apoio do UNICEF.