

Pesquisa ANDI

OS JOVENS NA MÍDIA

Novembro/98 a Abril/99

VIOLÊNCIA:

A escola na fronteira do inferno



PROTAGONISMO:

Quando o problema é a solução



Pesquisa ANDI - Jovens na Mídia



EM ALIANÇA COM:



Instituto
Ayrton Senna



APOIO:



ANDI
Agência de Notícias dos Direitos da Infância
SDS - Ed. Boulevard Center - Bloco A - Sala 101
Brasília - DF / 70391-900
Fone: (061) 322.6508 - Fax: 322.4973
E-mail: andi@uol.com.br / <http://www.andi.org.br>

Expediente

ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância

Direção Executiva: Geraldinho Vieira

Coordenadores de Pesquisa: Veet Vivarta e Fernando Molina

Classificação e Tabulação: Juliana Garcia e Raquel Raw

Edição de *Radicais Livres*: Veet Vivarta, Raquel Raw e Cláudio Marques

Produção: Adélia Rondon

Secretaria: Lourdes Nunes e Antônia Amélia.

ANDI: SDS Ed. Boulevard Center (ex-CONIC) bl. A sala 101

Brasília - DF - 70391-900

Fone: (061) 322-6508 Fax: (061) 322-4973

E-mail: jovens@andi.org.br ou andi@uol.com.br

[http:// www.andi.org.br](http://www.andi.org.br)

Projeto Gráfico: Brothers of The Head Design Gráfico

Capa: Daniel Luna Ferreira, Luiz Fernando Campiello

Diagramação: Fábio Pili Palácios e Daniel Luna Ferreira



Esta é a sexta edição da *Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia* - período novembro de 1998 a abril de 1999 - editada pela *ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância* (única responsável pelos dados nela contidos).

Temos a satisfação de informar que os projetos de mídia jovem da ANDI abraçam agora novas alianças: a *Unesco - Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura* e o *Instituto Ayrton Senna*, além do *Unicef*, nosso parceiro de longa data.

A *Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia*, portanto, passa a ser elaborada em aliança com o *Instituto Ayrton Senna* e a *Unesco* e com apoio do *Unicef*, procurando retratar a atuação quantitativa dos veículos voltados para os adolescentes - tanto os suplementos e páginas de jornais, quanto as revistas.

Através de indicadores quantitativos e da *Análise de Comportamento Editorial*, a ANDI procura também oferecer uma ampla radiografia do tratamento dado aos temas considerados de *Relevância Social*, fundamentais para a formação do adolescente.

O comportamento das publicações dirigidas aos jovens em relação a alguns destes temas é contemplado com gráficos e avaliações específicas.

Além disto, publicamos gráficos que traduzem o desempenho dos veículos por categoria (suplementos formato standard e formato tablóide, páginas de jornais e revistas) e por região de origem. Este detalhamento permite reconhecer diferenças importantes no comportamento de editores e/ou público, em especial no que se refere à valorização das temáticas socialmente significativas.

Embora não sejam publicados no corpo da *Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia*, produzimos gráficos relativos ao desempenho individual de cada veículo no que se refere a 30 diferentes temas. Caso você deseje cópia do gráfico correspondente a uma publicação em especial, entre em contato com a ANDI. Cópias das edições anteriores da *Pesquisa* também podem ser solicitadas.

Atenciosamente,

Geraldinho Vieira
Diretor Executivo

Veet Vivarta
Editor de Mídia Jovem

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

Índice

7	I - Universo Pesquisado
11	II - Análise de comportamento editorial
12	Relevância Social
13	Gráfico:Temas mais Abordados
17	Gráfico: Relevância Social - Veículos Acima da Média
20	Protagonismo Juvenil
23	"Quando o problema é a solução", por Anna Penido
26	Violência
27	"A escola na fronteira do inferno", por Geraldinho Vieira
29	"O mito da impunidade", por Oscar Vilhena Vieira e Karyna Sposato
35	III - Comportamento exemplar
36	Aids & DST
40	Sexualidade
44	Colunas de Consulta
47	IV - Comportamento de risco
48	Educação
49	"Como produzir uma geração perdida", por Fernando Rossetti
54	Direitos & Justiça
54	"Assegurando direitos", por Viviane Senna
58	Os Excluídos
58	"A deficiência da imprensa", por Cláudia Werneck
61	V - As Categorias de Veículos
62	Tablóides
65	Páginas
68	Standards
71	Revistas
74	Televisão
75	"O jovem acredita na mídia", por Jorge Werthein
79	VI - As Regiões
81	Nordeste
84	Centro-Oeste
86	Sudeste
89	Sul
91	VII- O Mercado
92	O Mapa da Crise
94	Publicidade

Universo pesquisado

O total de veículos analisados na atual edição da *Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia* é de 25. A quantidade de 'inserções computadas' (ver 'Metodologia', pg. 10) é de 4.154, numa média de 692,3/mês. A cobertura é de 99,64% do universo total de publicações (557 das 559 edições que estes veículos publicaram no período de seis meses).

Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia Períodos de Análise

Pesquisa 6 (Atual) -----	novembro/98-abril/99
Pesquisa 5 -----	maio-outubro/98
Pesquisa 4 -----	novembro/97-abril/98
Pesquisa 3 -----	agosto-outubro/97
Pesquisa 2 -----	maio-julho/97
Pesquisa 1 (Piloto) -----	março-abril/97

A recessão e os meios

Das 29 publicações trabalhadas na edição anterior da *Pesquisa*, 25 sobreviveram aos efeitos da recessão que se abateu sobre as empresas de comunicação desde meados do ano passado. Três desapareceram, um caderno foi reduzido ao formato *Página* e uma *Revista* interrompeu sua circulação por quatro meses. Na página 92, publicamos avaliação dos cortes sofridos pela mídia jovem.

06 suplementos tablóides

Azul (Diário de Cuiabá)
For Teens (Meio-Norte-PI)
Gabarito (Estado de Minas)
Galera (O Estado do Maranhão)
Planeta Globo (O Globo)
Zep (ex-Zeppelin) (Jornal da Divisa-SP)

05 suplementos standards

Folhateen (Folha de S. Paulo)
Fun (Gazeta do Povo-PR)
Pop (O Popular-GO)
Tribu (A Tribuna-SP)
Zine (A Gazeta-MT)

10 páginas de jornais

Demais (O Povo-CE)
Fanzine (A Gazeta-ES)
Folha Jovem (Folha de Londrina-PR)
Geração (Diário de Pernambuco)
GerAção (Correio Popular-SP)
Planeteen (A Notícia-SC)
Tribuna Teen (Tribuna de Alagoas)
Zap! (O Estado de S. Paulo)
Zona Teen (A Tarde-BA)
Zuêra (Correio da Bahia)

04 revistas

Atrevida
Capricho
Carícia
Todateen

Perfil dos Veículos

	Veículo	Tiragem	N. de Páginas	Periodicidade
Cadernos Tablóides	Azul	13 mil	8 a 12	Semanal / Domingo
	For Teens	11,5 mil	8	Semanal / Quinta
	Gabarito	100 mil	8	Semanal / Sexta
	Galera	16,5 mil	8	Semanal / Sábado
	Planeta Globo	1 milhão	8	Semanal / Domingo
	Zep	5 mil	8	Semanal / Sábado
Cadernos Standard	Folhateen	600 mil	6	Semanal / Segunda
	Fun	60 mil	6	Semanal / Sexta
	Pop	40 mil	4	Semanal / Quinta
	Tribu	50 mil	6	Semanal / Sábado
	Zine	15 mil	8	Semanal / Segunda
Páginas	Demais	32,9 mil	1 a 4	Semanal / Domingo
	Fanzine	30 mil	1	Semanal / Quarta
	Folha Jovem	55 mil	1	Semanal / Sexta
	Geração - PE	40 mil	1	Semanal / Segunda
	GerAção - SP	80 mil	1 a 2	Semanal / Sábado
	Planeteen	30 mil	1	Semanal / Sábado
	Tribuna Teen	10 mil	1	Semanal / Terça
	Zap!	600 mil	2 a 3	Semanal / Sexta
	Zona Teen	70 mil	1	Semanal / Terça
	Zuêra	40 mil	2	Semanal / Sábado
Revistas	Atrevida	Não Fornece	108 a 132	Mensal
	Capricho	270 mil	108 a 144	Quinzenal
	Carícia	250 mil	100	Quinzenal
	Todateen	100 mil	88 a 112	Mensal

Público Alvo

Ed. Pesquisadas	Existe há...	Idade	Cond. Social	Sexo
20 de 22	4 anos	14 a 25	A e B	F e M
26 de 26	5 anos	11 a 19	A e B	F e M
26 de 26	8 anos	13 a 21	A, B e C	F e M
25 de 25	2 anos e meio	10 a 18	A, B e C	F e M
26 de 26	6 anos	9 a 18	A e B	F e M
23 de 23	2 anos	12 a 18	A,B,C e D	F e M
26 de 26	9 anos	13 a 17	A e B	F e M
26 de 26	5 anos	15 a 25	A, B e C	F e M
26 de 26	3 anos	11 a 21	A, B e C	F e M
25 de 25	3 anos	15 a 25	A, B e C	F e M
26 de 26	1 ano	13 a 22	A, B e C	F e M
26 de 26	2 anos e meio	12 a 22	A e B	F e M
26 de 26	3 anos	15 a 25	A e B	F e M
26 de 26	3 anos	14 a 20	A e B	F e M
25 de 25	4 anos	15 a 25	A, B e C	F e M
25 de 25	2 anos e meio	14 a 18	A e B	F e M
22 de 22	3 anos	13 a 20	A e B	F e M
24 de 24	3 anos	15 a 20	A e B	F e M
26 de 26	6 anos	14 a 19	A e B	F e M
22 de 22	3 anos	15 a 20	A, B e C	F e M
23 de 23	5 anos	15 a 30	A e B	F e M
6 de 6	5 anos	12 a 16	A, B e C	F
12 de 12	49 anos	9 a 17	A e B	F
13 de 13	21 anos	15 a 19	A, B e C	F
6 de 6	3 anos	11 a 20	A, B e C	F

Metodologia

A classificação das matérias publicadas leva em consideração a utilização de elementos como sub-retrancas, boxes e recursos gráficos em geral. Também é computado o fato de uma reportagem ter merecido, por exemplo, a capa da edição, mesmo nos casos em que esta capa é absolutamente visual (o que ocorre com muita frequência nos suplementos para jovens), além do destaque editorial e da variedade de aspectos abordados nas matérias.

Por isso, os indicadores quantitativos referem-se à 'inserções' e não meramente à 'matérias'.

Seguimos não fazendo avaliação por centimetragem e 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.

Objetivando a cobertura total das publicações, a ANDI vem se comunicando regularmente com os editores, solicitando os exemplares que não chegaram até a Agência, a fim de evitar prejuízo na avaliação do perfil editorial dos veículos.

No caso do tablóide **Azul** (Diário de Cuiabá), não fomos plenamente atendidos. Duas de suas 22 edições não foram disponibilizadas para análise. Assim, do total de 559 edições publicadas por todos os veículos, apenas estas duas do **Azul** não integram o universo pesquisado.

É importante destacar que a programação de TV não está incluída em nossa pesquisa quantitativa, mas é considerada na **Análise de Comportamento Editorial**.

IO

Temas e veículos

Ao longo das análises e gráficos a seguir, são realizadas diversas comparações entre **dados da atual edição da Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** e aqueles de edições anteriores.

Os seguintes critérios são aplicados:

Comportamento dos veículos: nosso foco de análise e de comparações realiza-se a partir dos índices de reportagens classificadas como sendo de Relevância Social.

Comportamento dos temas: divide-se o número de inserções de um determinado tema pelo total das inserções computadas no período

analisado. Este **Índice Percentual Temático** é utilizado para a comparação.

Com este procedimento, são evitadas distorções que poderiam surgir se não consideradas as diferenças entre os períodos cobertos pelas diversas edições da **Pesquisa** (bimestre, trimestre ou semestre) e entre os tamanhos dos universos pesquisados (como no caso da presente edição, que em função do 'enxugamento de despesas' provocado pela recessão financeira, apresenta contração de 26% no volume de inserções, em comparação à edição anterior).

Exemplo:

Protagonismo Juvenil - Evolução

Período Analisado	Inserções do Tema	Total Global de Inserções	Índice Percentual Temático
Pesquisa 5 (maio-out/98)	164	5.602	2,9%
Pesquisa 6 (Atual)	154	4.154	3,7%

Evolução do Índice Percentual Temático entre as duas edições: 27,6%

Análise de Comportamento Editorial

O conteúdo por trás dos gráficos

Crise econômica afeta também a mídia jovem, refletindo-se no desaparecimento de alguns veículos e em mudanças no perfil editorial de vários outros. Índice de reportagens sobre temáticas socialmente relevantes pela primeira vez fica estagnado.

Relevância Social

A média geral dos temas de **Relevância Social** mantêm-se praticamente inalterada na presente **Pesquisa**: 36,1% contra 36,9% em nossa edição anterior. Mas de qualquer forma, a queda de 0,8 pontos percentuais interrompe pela primeira vez a curva ascendente desenhada desde que o processo de medição do índice de **Relevância Social** foi instituído (período maio-julho/97).

A missão da mídia

A análise do gráfico de 'Temas mais Abordados' evidencia também que a mídia jovem tende a consolidar a presença de algumas temáticas relevantes para a formação do adolescente (*Educação, Protagonismo Juvenil, Cultura e Direitos & Justiça*).

Por outro lado, o mesmo gráfico retrata a dificuldade dos veículos em integrar à pauta algumas outras questões cada vez mais presentes: *Formação Profissional, Saúde, Sexualidade, Aids & DST e Violência*, que formam o grupo intermediário dos assuntos de **Relevância Social**, oscilando entre 60 a 120 inserções por retranca nos seis meses pesquisados.

Há contudo, um terceiro agrupamento de temas que vem sendo permanentemente ignorado pelas pautas da grande maioria das publicações. São retrancas que no máximo atingem a faixa de 50 inserções no período.

Fazem parte deste time de 'excluídos' (ver pg. 58) retrancas relacionadas a assuntos fundamentais para a ampliação das perspectivas de nossos adolescentes diante da vida, como é o caso de *Família, Drogas, Projetos Sociais, Gravidez, Meio Ambiente e Portadores de Deficiência* (tema que mereceu insignificantes quatro inserções).

A omissão da mídia

Nos últimos dois mil anos a humanidade promoveu mais de cinco mil guerras. Diferenças culturais, raciais e religiosas não são absorvidas na forma da celebração da diversidade humana. O que poderia ser a riqueza da espécie, transforma-se em intolerância. As diferenças viram conflito e os conflitos são 'resolvidos' pela violência, pela dominação ou pela estigmatização de segmentos sociais ou povos inteiros.

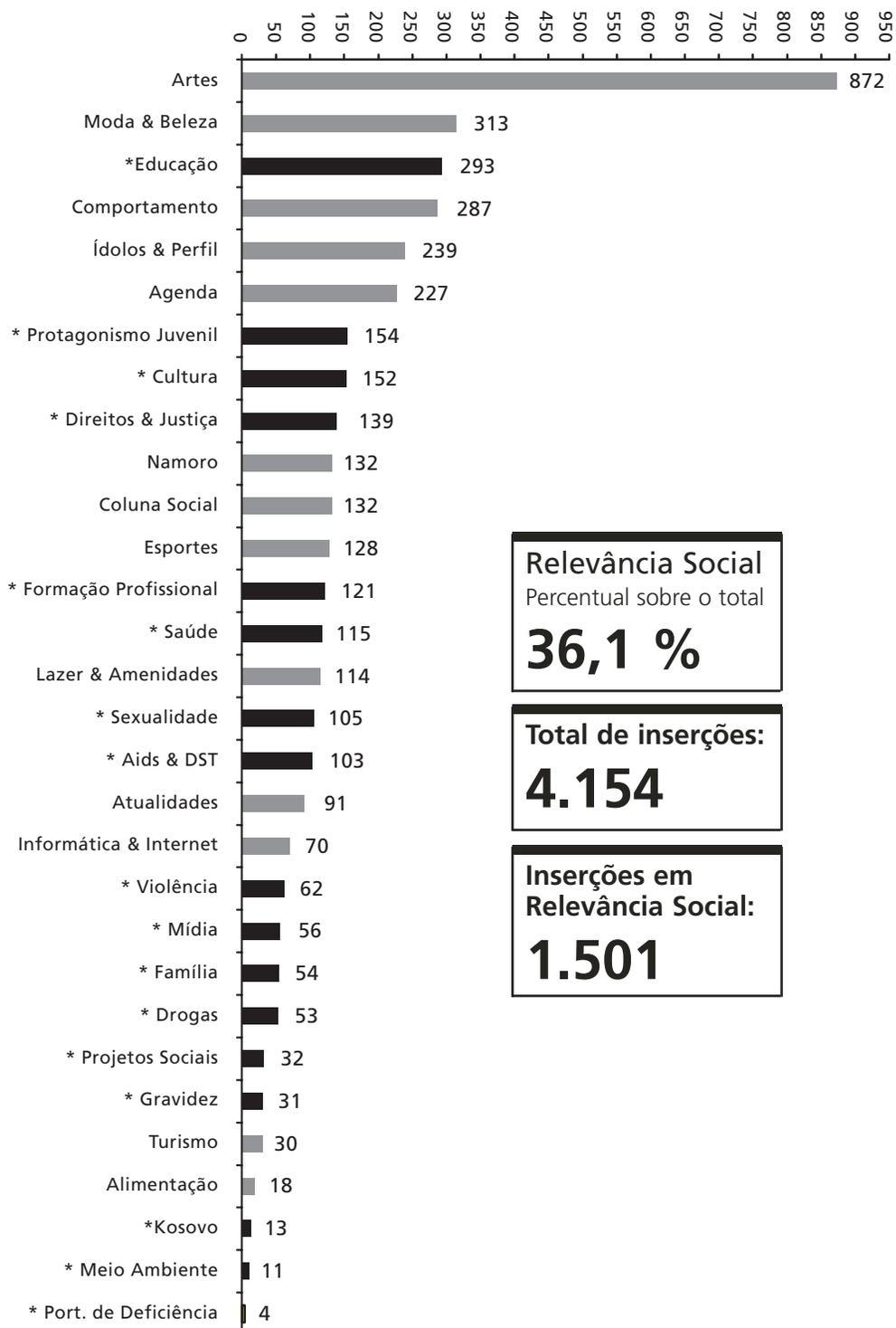
A tolerância - em seu significado mais amplo e positivo - não pode ser construída se os indivíduos e as sociedades não aprenderem a reconhecer as diferenças como ponte para a solidariedade e até para a compaixão.

É grave, muito grave, que entre os temas menos abordados pela mídia jovem estejam alguns diretamente relacionados ao que poderíamos classificar como 'temas da inclusão social ou pessoal'.

A mídia jovem é omissa quanto às questões da deficiência física ou psíquica, uma das pautas mais ocultas na realidade diária, exatamente porque seus atores estão escondidos nos lares ou em instituições especiais. É omissa também quando matérias são classificadas em **Projetos Sociais** - a princípio onde se encaixam as reportagens sobre ações políticas em benefício de jovens de classes sociais desprivilegiadas. Da mesma forma, é terrivelmente omissa quando se trata das relações entre o jovem e sua **Família**. Se os pais não estão sabendo lidar com os filhos e os filhos vêm nas figuras paternas apenas atores da opressão, que experiência 'inclusiva' e/ou 'tolerante' os jovens levam de casa para o mundo?

Temas mais abordados

(Reportagens de suplementos + páginas de jornais + revistas)



Relevância Social
Percentual sobre o total
36,1 %

Total de inserções:
4.154

Inserções em Relevância Social:
1.501

Comunicação x Recessão

As baixas sofridas pelos veículos dirigidos aos adolescentes com a crise recessiva dos últimos meses contabilizam o encerramento das atividades de alguns suplementos e a redução da equipe ou do número de páginas em outros (veja análise detalhada deste cenário na pg. 92). A principal consequência da nova realidade é a flagrante redução no número total de inserções computadas pela atual edição da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** (4.154 contra 5.602 na anterior).

Bem menor foi impacto sobre o índice correspondente às matérias centradas em temáticas de **Relevância Social**, que ao marcar 36,1% mantêm-se praticamente inalterado.

Merece atenção o fato de os seis meses cobertos pela edição anterior de nossa publicação terem registrado significativo crescimento neste índice, que passou de 28% (nov/97 a abril/98) para nada menos de 36,9% (maio-outubro/98). Destacávamos, naquela ocasião, a homogeneidade deste crescimento: o número de matérias sobre assuntos socialmente relevantes aumentara em praticamente todos os suplementos, páginas e revistas.

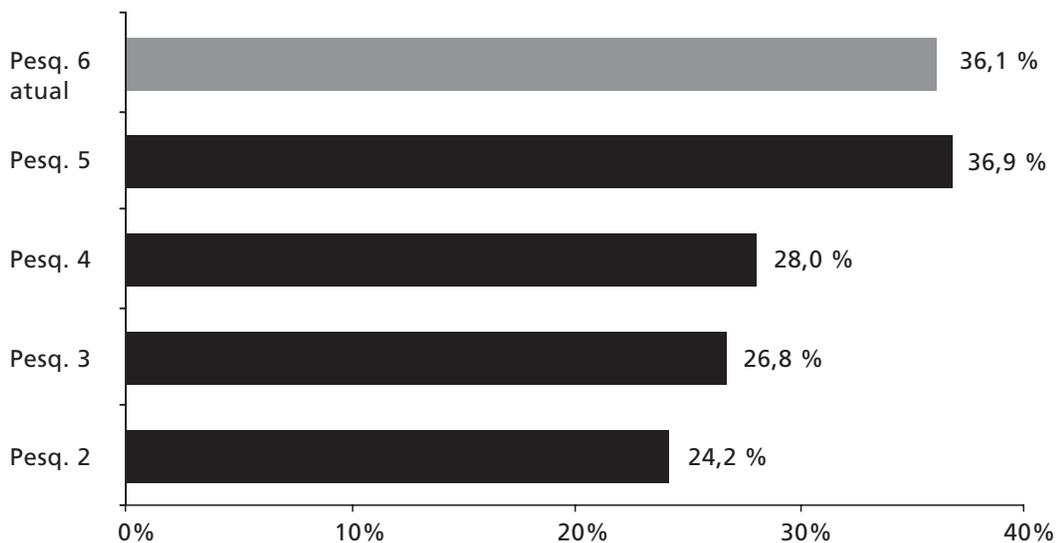
A forma como as empresas de comunicação e os editores da mídia jovem reagiram às pressões da crise econômica, entretanto, rompeu este equilíbrio. Apesar de grande parte dos veículos detentores de desempenhos acima da média quanto à publicação de reportagens sobre temas de **Relevância Social** permanecerem entre os destaques da atual edição da **Pesquisa**, dois perderam totalmente o contato com a prática de trabalhar de forma regular pautas condizentes com a real necessidade de informação demandada pelos jovens, que até então norteava suas linhas editoriais: o **Azul** (Diário de Cuiabá) e o **Geração-PE** (Diário de Pernambuco).



Queda na abordagem de temas relevantes afeta gravemente dois veículos: o Azul (cujo índice caiu de 40% para 25,9%) e o Geração-PE (redução de 48,3% para 13,3%).

Importante: A queda de 0,8 pontos percentuais registrada no índice de **Relevância Social** do total dos veículos é residual, mas merece atenção. O breve recuo pode ser atribuído também a outra característica preocupante do universo da mídia jovem: a oscilação no desempenho daquelas publicações habitualmente abaixo da média na cobertura das temáticas socialmente relevantes. Onze das doze que não integram o gráfico de "Veículos Acima da Média" (ver pg. 17) tiveram redução em seus índices de **Relevância Social**, em comparação com os dados da edição anterior da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**.

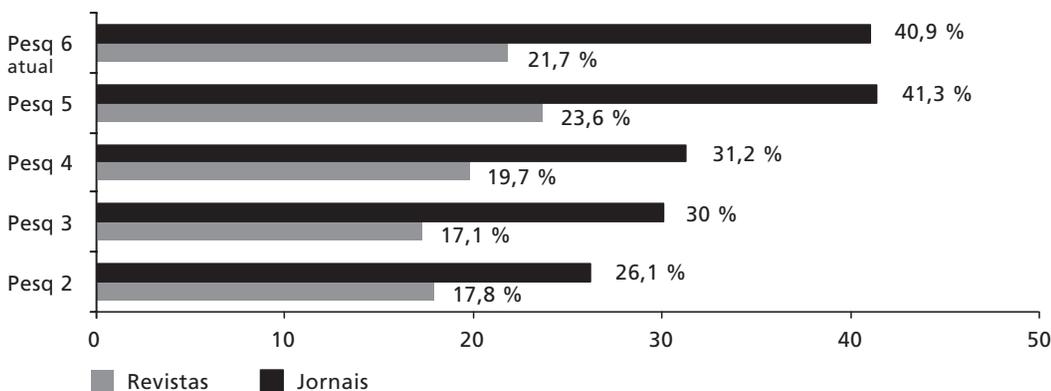
Evolução do percentual de matérias de Relevância Social



Desde quando o índice das matérias classificadas como de **Relevância Social** passou a ser medido - segunda edição da **Pesquisa** (mai-jul/97) - o desempenho global da mídia jovem tem crescimento continuado. Apesar da

queda registrada na presente edição, mais de um terço das reportagens publicadas segue contribuindo para uma formação cidadã de seus leitores.

Evolução comparativa entre os índices de Relevância Social de Jornais e Revistas



Em função de seu perfil editorial bastante comprometido com o mundo da moda e da beleza, nenhuma das **Revistas** alcançou índice de **Relevância Social** acima da média global da presente edição da **Pesquisa** (36,2%). As médias computadas apenas entre as **Revistas** é sempre

bem inferior àquela registrada entre os suplementos e páginas de **Jornais**. A diferença entre os dois grupos de veículos vem inclusive aumentando a cada edição, sendo a única exceção os valores registrados na **Pesquisa 4**.

Prêmio para a mídia jovem

O Grande Prêmio Ayrton Senna de *Jornalismo* criou categoria específica para premiar matérias publicadas por veículos direcionados ao público adolescente. O lançamento da categoria "Mídia Jovem" aconteceu no dia 29 de abril de 1999, durante a cerimônia de entrega do II Grande Prêmio Ayrton Senna de *Jornalismo*, em São Paulo. A idéia de criar uma categoria específica para a mídia jovem surgiu da constatação da importância do trabalho que os veículos voltados para adolescentes estão desenvolvendo. Criado há dois anos para contemplar profissionais de todas as áreas jornalísticas que fazem de seu trabalho um instrumento de denúncia e de busca de soluções para as questões envolvendo crianças e adolescentes, o Grande Prêmio Ayrton Senna de *Jornalismo* já se antecipou, em sua edição 1998/1999, à criação do prêmio específico para a mídia jovem: o jornal



Menos de um ano após sua criação, o suplemento Pop já se impõe como um dos destaques da mídia jovem.

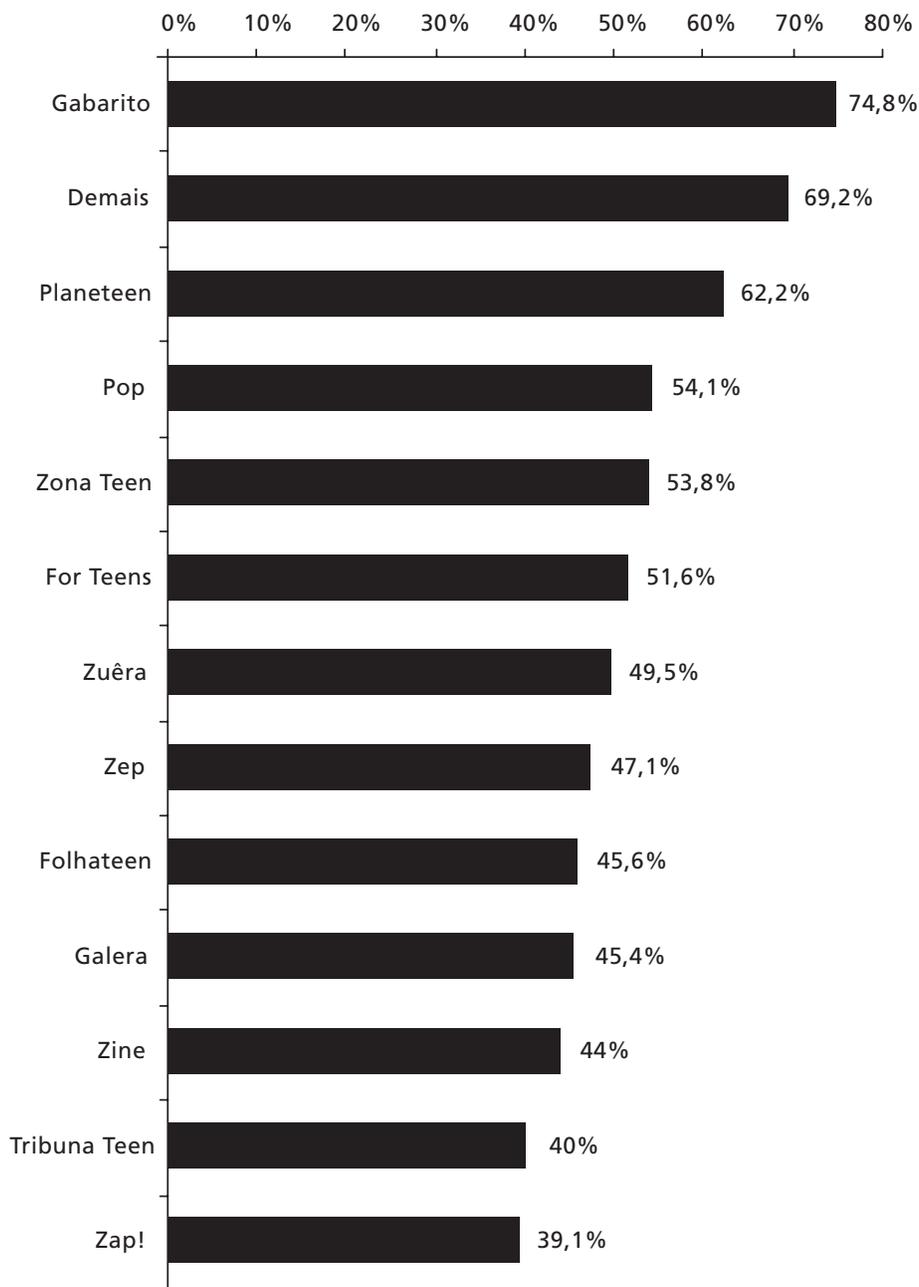
O Popular, de Goiânia, foi homenageado em função do excelente trabalho do Pop, suplemento voltado para os adolescentes, editado pela jornalista Patrícia Drummond.

Trecho do regulamento do Grande Prêmio Ayrton Senna de *Jornalismo* 1999/2000 - 3ª edição (item 2.2.4):
"Mídia Jovem - Esta categoria nasce da aliança entre o Instituto Ayrton Senna e a UNESCO. Será concedido um prêmio no valor bruto de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) ao(s) autor(es) do(s) melhor(es) trabalho(s) que contribuam para a formação de uma juventude cidadã, publicado(s) em suplementos de jornais e em revistas direcionados para o público adolescente."

** As inscrições para as matérias publicadas entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 1999 encerram-se no dia 5 de janeiro de 2000. Solicite o regulamento ao Instituto Ayrton Senna (Rua Dr. Olavo Egídio, 287 - 10º andar - Cep: 02.037-000 São Paulo-SP. Fone: 011-6950-0440) ou através da Internet: www.ias.com.br ou www.andi.org.br*



Relevância Social: Os Veículos Acima da Média Novembro de 1998 a Abril de 1999



Todos os 13 veículos incluídos neste gráfico participavam também da relação dos 16 acima da média da edição anterior da **Pesquisa ANDI**. Dos três não presentes, um deixou de circular (**X-Tudo**) e dois sofreram radicais mudanças editoriais (**Azul** e **Geração-PE**). Merece destaque o fato do **Gabarito** repetir sua posição

de liderança, melhorando ainda mais o desempenho ao longo dos seis últimos meses (de 67,8% para 74,8%). Outro dado expressivo é que seis dentre os sete veículos editados na **Região Nordeste** marcam presença na lista daqueles com melhor desempenho no que se refere à **Relevância Social**.

Desempenho dos veículos com índice acima da média geral

Veículo	Pesquisa 5 (anterior)	Pesquisa 6 (atual)	Crescimento Proporcional
Demais	52,4%	69,2%	32,1%
Folhateen	44,6%	45,6%	2,2%
For Teens	41,2%	51,6%	25,2%
Gabarito	67,7%	74,8%	10,5%
Galera	39,8%	45,4%	14,1%
Planeteen	63%	62,2%	- 1,3%
Pop	45,5%	54,1%	18,9%
Tribuna Teen	50%	40%	- 20%
Zap!	43,9%	39,1%	- 10,9%
Zep	42,9%	47,1%	9,8%
Zine	44,3%	44%	- 0,1%
Zona Teen	55,8%	53,8%	- 3,6%
Zuêra	56,7%	49,5%	- 12,7%

Apesar dos bons desempenhos já registrados na edição anterior da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**, alguns veículos continuam apresentando significativo crescimento em seus índices de **Relevância Social**, como é o caso de **Demais, Pop, Galera e Gabarito**. Este último, além de ser novamente o primeiro colocado no ranking de veículos mais atuantes, se destaca

também por outro feito: nunca anteriormente um suplemento de jornal havia dedicado três quartos de suas reportagens a cobrir exclusivamente temas que contribuem para a formação de cidadãos mais conscientes, participativos e solidários.

Desempenho dos veículos com índice abaixo da média geral

Veículo	Pesquisa 5 (anterior)	Pesquisa 6 (atual)	Crescimento Proporcional
Atrevida (Revista)	18,6%	17,6%	- 5,4%
Azul	40%	25,9%	- 35,2%
Capricho (Revista)	22,7%	23,4%	3,1%
Carícia (Revista)	31%	29,3%	- 5,5%
Fanzine	21,4%	12,3%	- 42,5%
Folha Jovem	7,1%	6,6%	- 7%
Fun	22,8%	17,1%	- 25%
Geração-PE	48,3%	13,3%	- 72,4%
GerAção-SP	34,7%	33,3%	- 4%
Planeta Globo	14,4%	10%	- 30,6%
Todateen (Revista)	15,5%	11,2%	- 27,7%
Tribu	32,7%	32,3%	- 1,2%

A pequena evolução apresentada pela **Capricho**, é uma das poucas notícias positivas que podem ser encontradas nesta tabela. Apesar de limitado, o crescimento do índice de matérias socialmente relevantes registrado pela publicação mais tradicional de seu segmento é prova que mesmo as frequentes pressões oriundas do mercado não impedem soluções que respondam à necessidade que a juventude de hoje nutre em relação à informação qualificada. O bom índice de 29,3% alcançado pela **Carícia** também merece destaque, em que pese a redução de 5,5% em comparação com nossa edição anterior.

O fato de 11 dos 12 veículos terem registrado crescimento negativo significa que nenhuma publicação presente no ranking das menos atuantes em termos de **Relevância Social**, em nossa edição anterior implementou mudanças de linha editorial suficientes para impulsioná-la rumo ao grupo das mais atuantes. Na verdade, entre os veículos aqui relacionados, temos dois exemplos do processo inverso: **Azul** e **Geração-PE** até seis meses atrás contavam com desempenho acima da média geral.

Protagonismo Juvenil

Os espaços para **Protagonismo Juvenil** mostram a ação mais positiva da mídia jovem. Nossa edição anterior já registrava ótimo crescimento de 17,7% no **Índice Percentual Temático** da retranca.

Se trabalharmos os novos dados levando em consideração a redução do universo analisado, radiografaremos agora expansão maior: 27,6%. Este resultado projeta **Protagonismo Juvenil** da 13ª para a sétima posição entre os 30 temas utilizados na classificação das reportagens da mídia jovem.

20

Construindo realidades

Retranca cujo volume de inserções mais cresceu ao longo dos últimos dois anos, **Protagonismo Juvenil** consegue também uma outra façanha na presente edição: deixa para trás, pela primeira vez, temas como **Cultura**, **Direitos & Justiça** e **Formação Profissional**. Dessa maneira, torna-se a segunda retranca de **Relevância Social** melhor posicionada na **Pesquisa** - atrás apenas de **Educação**.

Este cenário é reflexo de um amplo processo de conscientização da sociedade como um todo a respeito da necessidade de abrir-se real espaço - e oferecer-se apoio consistente - para uma expressão construtiva do tremendo potencial criativo dos jovens.

À imprensa em geral, e ainda mais à mídia jovem, cabe o importante papel de dar voz aos adolescentes na discussão de sua própria realidade. **Protagonismo Juvenil** não é apenas um tema, mas deve ser também, do ponto de vista jornalístico, uma posição editorial. Jornalisticamente, é uma

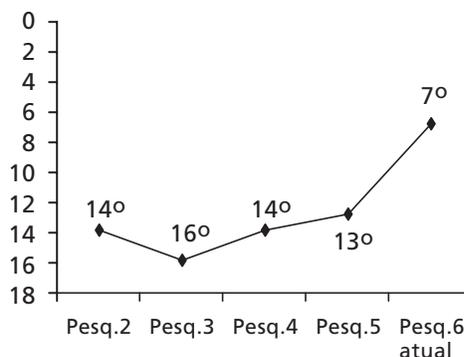
rara oportunidade para - através de histórias reais e atrativas - apontar referências para um comportamento cidadão.

Vem Ser Cidadão

Um dos fatores que mais contribuíram para o crescimento da retranca **Protagonismo Juvenil** foi a competente cobertura de vários veículos para o seminário **Vem Ser Cidadão**, realizado na primeira semana de novembro de 1998 na Universidade do Professor, em Faxinal do Céu, interior do Paraná. Organizado por um extenso conjunto de entidades - Secretaria de Educação do Paraná, Unicef, Andi, Fundação Odebrecht, Instituto Ayrton Senna e Jornal Radcal, entre muitas outras - o evento teve como objetivo central capacitar adolescentes e educadores para a implementação de ações protagonísticas.

Para isto, reuniu representantes de grupos bem-sucedidos oriundos das mais diversas regiões do país - Aprendiz do Futuro (SP/PR), Comunicação e Cultura (CE), Tribo do Teatro (BA), Saúde e Alegria (PA), Se Liga,

Protagonismo Juvenil Evolução



Do 14º lugar no período maio/julho-97 (quando iniciou-se a classificação dos assuntos socialmente relevantes) até o 7º conquistado na atual edição: a mídia jovem consolida seu comportamento diante das temáticas relativas ao **Protagonismo Juvenil**, que torna-se elemento central das pautas de enfoque social.

Galera (DF) e TV Maxambomba (RJ), entre muitos outros - e um grande número de estudantes interessados em aprender a trabalhar dentro dos novos parâmetros.

Os quase 400 adolescentes e os 130 educadores fizeram do seminário em si mesmo uma intensa vivência de verdadeiro protagonismo, onde lançou-se mão de amplo leque de atividades - palestras, rodas de debate, oficinas - para gerar a mobilização e capacitação esperadas.

Os jornalistas presentes ao evento não tiveram a menor dificuldade em assimilar a real dimensão da lição de cidadania em curso, capaz não apenas de abrir novas perspectivas para os estudantes ali presentes, mas sinalizador também de soluções concretas para problemas básicos enfrentados pela juventude e pela sociedade brasileira em geral: os projetos compartilharam iniciativas extremamente eficazes e solidárias, canalizadoras do potencial criativo de jovens que, de outro modo, estariam provavelmente polarizados entre a exclusão social e o consumismo alienante.

Esta dimensão maior do evento também sensibilizou os editores, com resultados substanciais tanto no que se refere à televisão quanto à mídia impressa dirigida aos adolescentes (onde foi grande a opção por páginas inteiras e cadernos especiais).

Além disso, já é possível contabilizar algumas boas conquistas do **Protagonismo Juvenil** em sua fase pós-**Vem Ser Cidadão**.

Entre elas, destaca-se a decisão do **Folhateen** de abrir espaço para uma coluna semanal - 'Eles tecem o futuro' - dedicada a traçar o perfil de jovens que estão fazendo a coisa certa. E o **Zona Teen** também promete um espaço quinzenal similar, a partir de junho, com o provável título de 'O Protagonista'. Importante, também, é o fato da **Capricho**, quase um ano e meio após ter inaugurado sua coluna 'Eu, Capricho', continuar regularmente colocando em evidência garotas que optaram por envolver-se em ações criati-

vas/construtivas. Da mesma forma, o excelente trabalho realizado pela **Carícia** em sua coluna quinzenal 'Depoimento' segue enfocando jovens envolvidas em projetos de cunho protagonístico/solidário.



Comunicação, solidariedade e projetos nota 10

Entre as ótimas matérias publicadas sobre o seminário **Vem Ser Cidadão**, é possível destacar as seguintes:

- O **Zine** ('Cidadania faz a cabeça do jovem brasileiro', pg. 7, 16/11) documentou o trabalho desenvolvido por jovens do Projeto Saúde e Alegria, de Santarém (PA), durante a oficina de Comunicação e Mobilização Social. Também foi dado destaque à iniciativa de adolescentes curitibanos que reescreveram o livro 'Cidadão de Papel', do jornalista Gilberto Dimenstein, que recebeu o título 'Os fantasmas de Curitiba'. Eles ministraram oficina a partir da obra, que aborda questões como violência, desemprego, preconceito e drogas. Na matéria 'Obra Reinventada', o **Fun** (pg. 2, 20/11) também focalizou o projeto.

- O **Fun** ('Nova velha história', pg. 3, 20/11) e o **Galera** ('O vôo do pássaro', capa e pg. 8, 21/11) mostraram a participação relevante de jovens da União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES) durante todo o seminário, especialmente nas ações que envolviam o tema grêmio estudantil. Na mesma edição, o **Galera** ('Eles fazem e acontecem', pgs. 6 e 7) documentou o trabalho do grupo Aprendiz do Futuro.

- O **Gabarito** ('Arrastão Cívico', pgs. 3, 6 e 7, 13/11) focalizou a rica troca de experiências proporcionada pelo encontro, oferecendo informações sobre o trabalho dos vários grupos de protagonistas. No dia 20/11 ('Votar é pouco', pg. 6), o tablóide mineiro documentou a ação de jovens paulistas determinados a fundar a Delegacia do Eleitor, com o objetivo de fiscalizar as atividades de políticos. A proposta surgiu durante o seminário **Vem Ser Cidadão**.

- O **Planeteen** ofereceu uma ótima análise geral do evento, dando destaque às atividades realizadas por jovens portadores de deficiência auditiva que trabalharam a questão do empreendedorismo durante uma das muitas oficinas realizadas nos quatro dias de seminário.

- O **Folhateen** ('Povo de Atitude', capa e pgs. 5 e 6) dedicou boa parte da edição do dia 16/11 a retratar o evento, apresentando aos leitores alguns dos vários jovens participantes dispostos a, de alguma forma, mudar a realidade do País. A mesma abordagem foi implementada pelo **Zap!** no dia 13/11 ('Protagonismo juvenil é sinônimo de cidadão').



Quando o problema é a solução

Quinhentos anos depois da chegada da esquadra de Cabral, o Brasil está sendo redescoberto. Nesse exercício de revisitar o passado, analisarmos o presente e prepararmos para o futuro, estamos redescobrimo algumas riquezas há muito esquecidas ou ainda inexploradas. Entre outras, estamos redescobrimo a força transformadora da nossa juventude.

Os próprios jovens - e a sociedade a reboque - estão descobrimo a sua capacidade de participar, de contribuir, de influenciar, de decidir, de agir sobre o seu destino e de melhorar a vida da sua comunidade.

Há cerca de dez anos, nada se ouvia a respeito dos adolescentes brasileiros que não incluisse palavras duras e recriminatórias, muitas delas ainda bastante vivas: alienação, irresponsabilidade e descompromisso. Na família, nas escolas, nos consultórios dos especialistas, nas páginas dos jornais, os jovens eram sempre, e apenas, os personagens principais de "grandes" dramas sociais. "Que vergonha, meu Deus! Minha filha de 15 anos está grávida!". "Não sei mais o que fazer com esses vândalos que depredam a minha escola". "Esses garotos drogados são uma ameaça à sociedade". "Menor J.N.F. mata dois em assalto a posto de gasolina".

Adolescentes dos mais diferentes contextos socio-econômicos passaram invariavelmente a ser vistos como problema, por adultos que reconheciam a sua completa falta de jeito para lidar com eles. Muito aconteceu nesta última década para que, hoje, **Protagonismo Juvenil** esteja em segundo lugar entre os assuntos de **Relevância Social** mais abordados pela mídia jovem. Ou seja, para que os ado-

lescentes passassem, gradualmente, a ser vistos como personagens principais não mais dos dramas ou dos problemas, mas da busca de soluções.

Em primeiro lugar, passamos a tratar o adolescente como adolescente. Não mais como uma criança crescida ou um pré-adulto, mas como um grupo especial, com necessidades e características também específicas. Em seguida, deixamos de vê-lo como futuro e passamos a perceber a importância do seu papel no momento presente. Deixamos de entregar-lhes os 'pacotes prontos' e começamos a envolvê-los como co-autores, tanto no processo de construção do seu próprio aprendizado, quanto na formação de outros adolescentes.

Percebemos, ainda, que o inconformismo e a rebeldia próprios dessa faixa etária poderiam ser direcionados para questões que efetivamente precisam ser transformadas. Descobrimos - e essa foi a principal das descobertas - que, ao invés de "vilões", eles poderiam ser nossos cúmplices, nossos parceiros na construção de uma sociedade mais consciente, mais justa e mais digna.

Compreendemos, afinal, que essa garotada estava paralisada, comprimida entre a descrença e a falta de perspectiva. E que precisava apenas que nós lhes abrissemos uma porta. Um porta por onde possam enxergar um fecho de luz que lhes acalente os sonhos e que lhes permita ânimo para botar a mão na massa e o pé na estrada, a fim de que venham traçar o seu próprio caminho de forma autônoma e solidária.

Anna Penido

jornalista e diretora-executiva da Cipó - Comunicação Interativa, ONG dedicada ao protagonismo juvenil em comunicação.

A cidadania, o voluntariado e as novas tribos

Outras boas matérias contribuíram para o expressivo número de inserções alcançado pela retranca **Protagonismo Juvenil**:

- O **Zona Teen** deu ampla cobertura a temáticas relacionadas ao **Protagonismo Juvenil**. No dia 12/01, mostrou como adolescentes que convivem diariamente com a violência estão se engajando em movimentos comunitários para mudar a realidade em que se encontram. Incitar a cidadania e livrar os amigos do consumo de drogas estão entre as principais preocupações desses jovens protagonistas. Na matéria 'Lixo, tô fora' (09/02), foi divulgado projeto, encabeçado por jovens, que prepara mutirões de limpeza sanitária em bairro carente de Salvador.

- No dia 19/02, o **Gabarito** (pg. 6) enfocou o Projeto Brasileiro Cidadão, liderado por quatro jovens e que mobiliza médicos, dentistas e advogados, além de adolescentes, para prestarem assistência à população de bairros carentes de Belo Horizonte.

- O sentimento de solidariedade, importante no momento de unir jovens em prol de causas sociais, foi assunto da matéria 'Um mais um é sempre mais que dois', do **Galera** (capa e pgs. 6 e 7, 19/12).

- Em 'Jovens que fazem a diferença', o **Pop** (capa e pg. 3, 12/11) retrata o cotidiano de adolescentes que, em vez de reclamar e fechar os olhos para a miséria, preferem se unir a organizações de trabalho voluntário e participar da construção de um Brasil melhor.

- Em 'A escola é o palco', o **Planeta Globo** (capa e pgs. 4 e 5, 18/04) destacou o trabalho dos grêmios estudantis do Rio de Janeiro que organizam saraus - forma já

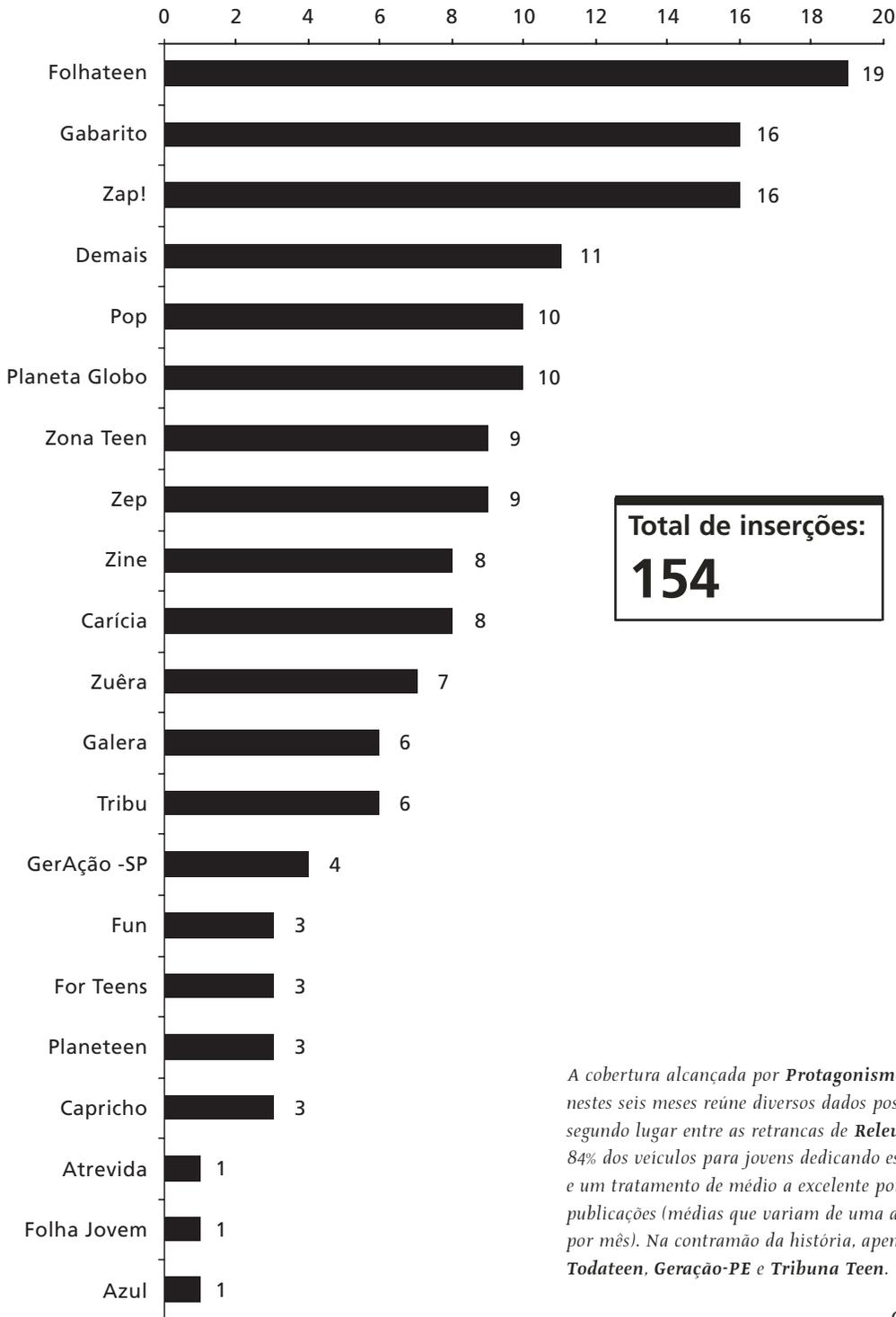
tradicional de estréia de novas bandas musicais formadas por estudantes.

- O braço brasileiro da Rede Jovem, espaço virtual no qual adolescentes do mundo inteiro trocam idéias com o intuito de mudar os rumos do planeta, foi tema de reportagem especial do **Folhateen** (capa e pg. 5, 05/04).

- Uma criativa experiência de integração do quebra-cabeças étnico e social do Brasil através do estímulo ao **Protagonismo Juvenil**, o II Encontro da Tribos, realizado em abril na região de Porto Seguro, mereceu atenção do **Zona Teen** ('Sua tribo é o mundo', 06/04), **Zuêra** ('A semana em que fizemos contato', 24/04) e **Zap!** ('Encontro de todas as tribos', 30/04).



Protagonismo Juvenil - veículos mais atuantes



A cobertura alcançada por **Protagonismo Juvenil** nestes seis meses reúne diversos dados positivos: o segundo lugar entre as retrancas de **Relevância Social**, 84% dos veículos para jovens dedicando espaço ao tema e um tratamento de médio a excelente por parte de 13 publicações (médias que variam de uma a três inserções por mês). Na contramão da história, apenas **Fanzine**, **Todateen**, **Geração-PE** e **Tribuna Teen**.

Violência

Apesar da indiscutível importância do tema e da absoluta não ausência de questões factuais, a mídia dedicada aos jovens não consegue demonstrar que esteja desenvolvendo nova cultura diante das temáticas que envolvem a retranca **Violência**.

Nem mesmo o considerável crescimento de seu **Índice Percentual Temático**, em relação ao de nossa edição anterior (25%) pode ser visto como totalmente positivo: é crítico o fato de 48% dos veículos pesquisados não haverem publicado uma única reportagem específica sobre o assunto nos últimos seis meses.

26

Veículos que atiram (seus leitores) no escuro

Mesmo tendo a violência atravessado os portões das escolas, apenas duas publicações apresentaram média superior a uma reportagem por mês sobre o tema, revelam os dados da atual *Pesquisa*. Além disso, merece atenção o fato da mídia jovem haver demorado a perceber a relevância da discussão aberta pela série de terríveis eventos ocorridos nos Estados Unidos, quando adolescentes transformaram seus colégios em palcos de brutais chacinas.

Se a mídia brasileira em geral, após os eventos, parece ter acordado de vez para a necessidade de discutir o cerco que se fecha sobre as escolas também em nosso país, os suplementos e revistas dedicados aos jovens foram reagir de forma mais objetiva a partir apenas da segunda quinzena de maio. O bom volume de matérias produzidas a partir daí - muitas delas de inquestionável qualidade - só estará sendo computado na próxima edição de nossa *Pesquisa*.

Em busca das soluções

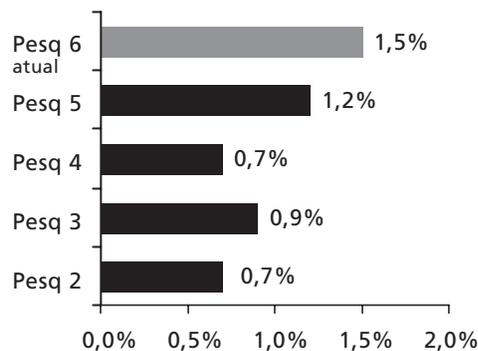
No período atualmente analisado, é possível também encontrar-se bons exemplos de como os veículos dirigidos aos adolescentes sabem tratar com responsabilidade a temática violência na escola. Mas infelizmente estes trabalhos se concentram ainda em um grupo muito reduzido de publicações.

Atreladas ao 'gancho' factual quando se debruçam sobre as questões ligadas à **Violência**, as reportagens dos seis meses em foco souberam dar bom tratamento aos conflitos gerados pela multiplicação das gangues de jiu jitsu, por pit bulls treinados para matar e pela absurda prática do trote violento. Este último tema também trouxe para as páginas da mídia jovem as bem-sucedidas iniciativas de 'trote solidário' que vêm sendo desenvolvidas em diversas universidades do país.

Em boa parte das inserções computadas pela retranca é visível o interesse em dar voz a especialistas, educadores, jovens e pais. Muitos vêm na priorização da educação uma das poucas saídas concretas para o problema.

Violência

Índice Percentual Temático



*Impulsionado pelas nove edições que o Tribu dedicou à sua campanha contra a violência, o tema consegue agora seu melhor desempenho desde que a **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** passou a computar o índice de matérias de **Relevância Social** (edição relativa a maio-julho/97). As inserções atribuídas ao suplemento paulista correspondem a mais de um terço daquelas classificadas sob a retranca **Violência**.*

A escola na fronteira do inferno

É sempre a mesma violência. Filha única das mazelas sociais e espirituais que contaminam as relações desde a família e sai de casa para as ruas e das ruas para os bares e daí pras arquibancadas de futebol e... por que não?

...atravessa o portão das escolas.

Sempre a mesma violência, pronta para vir à tona desde que haja convivência entre seres que não encontram espaço para a expressão criativa do amor ou da raiva, da inteligência ou das habilidades. A escola estava na fronteira do inferno, mas não há muro que um dia não caia.

A escola é, dos nichos de convivência, o que mais expõe as diferenças e a intolerância. O que era a ágora do conhecimento para o crescimento humano virou uma feira de tensões, angústias e frustrações. A violência que explode nos pátios e nas salas de aula é um alerta ainda mais impactante, porque dela se espera, ao contrário, que seja o espaço ideal para o exercício da criação coletiva e da interdependência cidadã.

Lição número um da utopia civilizatória: o conhecimento enriquece a alma e fornece ferramentas para que as diferenças sejam resolvidas na paz do melhor diálogo e no interesse de todos.

Se é diariamente frustrante porque deixou de ser o espaço do conhecimento e da expressão livre e criativa, a

escola se torna a camisa de força de toda uma geração. É nela que toda a energia que não encontra canais de expressão fica concentrada por pelo menos quatro horas/dia.

A questão da violência não pode, entretanto, ser mais um peso sobre os ombros da escola. A escola sozinha não vai resolver nada, mas isso não nos proíbe de perguntar o que está acontecendo com ela, ou dentro dela. E de novo estamos diante do abismo onde nos metemos com décadas de omissão oficial sobre a qualificação do professorado.

A mídia jovem volta, nesta edição da **Pesquisa ANDI**, a fazer de **Educação** o primeiro entre os temas de **Relevância Social**. Crescem os espaços para a voz dos estudantes e para as experiências inovadoras de escolas felizes, onde professores não menosprezam o desejo de aprender dos alunos nem temem permitir a expressão criativa. Vale observar que mesmo nos espaços classificados como **Protagonismo Juvenil**, forte percentual das ações socialmente responsáveis mostradas acabam acontecendo no universo das escolas e dos colegas de escola.

Em **Educação e Protagonismo Juvenil** estão os maiores avanços temáticos da mídia jovem, cada vez mais eficiente no trato de questões socialmente complicadas.

Geraldinho Vieira

jornalista e diretor-executivo da ANDI

Tribu da Paz

O grande destaque no universo coberto pela retransmissão **Violência** no período analisado pela presente edição da **Pesquisa ANDI** foi o suplemento **Tribu**, publicado por A Tribuna de Santos, que não somente abraçou o tema em suas pautas, mas decidiu mobilizar uma campanha contra a violência, com atenção especial para aquela que acontece no espaço da escola.

No total, o **Tribu** dedicou nove de suas edições à campanha, denominada 'Tribu da paz', que convocou os jovens a criarem frases contra a violência para serem publicadas no suplemento, organizou um chat via Internet e promoveu debate sobre o tema. Em suas páginas, procurou retratar, de forma direta e contundente, não só a violência que afeta jovens das mais variadas classes sociais da cidade, mas também aquela que irradia dessa faixa da população.

Foram esclarecidas algumas das múltiplas causas estruturais que levam os jovens a cometer atos violentos, como a fraca participação da família e da escola no sentido de formar cidadãos conscientes de seus atos, o abuso do uso de drogas e o individualismo exacerbado do mundo contemporâneo. Já a influência preponderante da desigualdade social no processo gerador da violência foi contabilizada de forma bastante tímida pela série de reportagens.

Outro mérito do suplemento foi ter buscado nos jovens uma das principais fontes das matérias, lado a lado com especialistas como educadores, psicólogos e advogados. Porém ficou a dever uma maior objetividade no momento crucial da mobilização, quando as reportagens passaram a discutir as possíveis soluções para o problema.

Adolescentes infratores

Apesar de não invalidarem o excelente trabalho realizado pelo **Tribu** ao longo de todo o período da campanha, estes pequenos deslizamentos sugerem a necessidade - não apenas por parte dos veículos dirigidos aos jovens, mas da mídia brasileira de maneira geral - de uma melhor capacitação para a cobertura de

temáticas ligadas à violência e, mais especificamente, daquelas relativas aos jovens em conflito com a lei.

O próprio **Tribu** voltou a concorrer para este alerta quando, na edição de 13/03 (pg. 3), publica matéria sob o título de 'Delegado quer mudança em Estatuto', que da voz a Júlio Arakaki, delegado titular da Delegacia Especializada da Criança e do Adolescente de Santos. Na opinião do delegado, 'o documento é excelente no que diz respeito aos direitos de defesa e na área social. No entanto, é muito paternalista nos casos de crimes graves'. E enfatiza: 'Se tiver matado um, dois ou 20 pessoas, (o adolescente) ficará retido apenas três anos. É um pagamento muito barato para quem tira a vida de outro'.

Vale notar que o enfoque da matéria do **Tribu** é equivocadamente não por veicular uma já batida crítica ao ECA - a de que o documento gera impunidade e não previne a violência, mas simplesmente por esquecer de esclarecer mais amplamente seus leitores sobre o importante instrumento legislador que é o Estatuto da Criança e do Adolescente (*leia mais na página seguinte*).



O mito da impunidade

Da forma como trabalhou a matéria sobre o ECA, o Tribu terminou incorrendo no equívoco de reforçar o discurso radicalizador da exclusão social que ainda domina boa parte de nossa sociedade quando o assunto é o jovem em conflito com a lei. Caso houvesse buscado especialistas no tema, teria a oportunidade de ouvir - e reproduzir para seus jovens leitores - visões como esta, oferecida pelo Ilanud - Instituto Latino-Americano das Nações Unidas para a Prevenção do Delito e Tratamento do Delinqüente, com sede em São Paulo:

'Os argumentos sobre a pretensa benevolência do Estatuto da Criança e do Adolescente ao punir o infrator são uma falácia. O Estatuto prevê diversas modalidades de medidas sócio-educativas, dentre elas a semiliberdade, destinada a jovens que praticaram infrações graves, que não estabelece prazo de duração, portanto pode exceder os três anos. Antes de criticar o Estatuto é preciso conhecê-lo. Mais do que isto, é preciso aplicá-lo. Há hoje um conjunto substantivo de experiências de aplicação das medidas sócio-educativas, detectadas pelo Prêmio Sócio-Educando, que demonstra cabalmente que, quando bem aplicado, o Estatuto favorece a ressocialização e reintegração dos jovens infratores à sociedade. Se quisermos levar a questão da prevenção a sério, é melhor investir no aprofundamento das medidas sócio-educativas, do que investir no aumento da criminalidade, que certamente decorrerá do aprisionamento massivo de jovens infratores em estabelecimentos prisionais destinados a criminosos adultos.

Uma segunda falácia é o argumento de que a redução da idade penal poria fim

à impunidade dos jovens que praticam homicídios e outros crimes é falacioso. Se a ameaça de aplicação do Código Penal fosse capaz de deter alguém de praticar um crime, simplesmente não teríamos crimes praticados por adultos e, como sabemos, isto não ocorre. Na realidade, não são exatamente os jovens, submetidos ao Estatuto da Criança e do Adolescente, os que cometem a grande maioria dos homicídios, por exemplo, numa cidade como São Paulo (cerca de 93%), mas os adultos, que se submetem ao Código Penal. Como se sabe, o respeito à lei não depende da gravidade das penas pelo seu descumprimento. Mesmo a aplicação da pena de morte, nos países que ainda a adotam, não se demonstra um instrumento eficiente na dissuasão e na prevenção da criminalidade. Enviar jovens para o sistema carcerário dos adultos somente ampliaria o problema da criminalidade. O índice de reincidência gira hoje, no Brasil, em torno de 45%, ou seja, quase metade das pessoas que são presas, quando deixam a prisão voltam a delinqüir. Quanto mais cedo decidirmos prender os jovens, mais cedo teremos uma população de egressos muito mais violenta do que quando entraram no sistema. Se quisermos deixar esta herança para os nossos filhos, reduzir a idade penal é o melhor que se tem a fazer.'

Oscar Vilhena Vieira

**Procurador do Estado e Secretário
Executivo do Ilanud**

Karyna Sposato

**advogada e Secretária Executiva do
Prêmio Sócio Educando**

Kosovo

Apesar de, somente quatro dos 25 veículos pesquisados dedicaram espaço para tratar da guerra da Iugoslávia. Assim mesmo, cada um focalizou o conflito em somente uma de suas edições. Pesa a favor destes veículos, porém, o fato de que três das reportagens publicadas cobrem extensamente o assunto e são muito bem contextualizadas. A exceção é o texto do **Pop** ('Rock ao som do bombardeio', pg. 2, 29/04), uma nota concisa sobre os festivais de rock pela paz, forma que os jovens de Belgrado encontraram para protestar contra a guerra,

As demais matérias esclarecem as razões históricas dos conflitos nos Balcãs e focalizam as especificidades da guerra em Kosovo, além das motivações subjacentes à intervenção da Otan em Belgrado.

Depoimentos de jovens sobre o horror causado pelos bombardeios na capital da Iugoslávia são sempre colhidos pela Internet. Essa realidade é, em geral, confrontada com as atrocidades vividas por adolescentes muçulmanos kosovares refugiados.

O maior destaque para o conflito foi dado pelo **Fun**, que dedicou ao assunto quatro páginas da edição do dia 23/04 ('Especial Guerra', capa e pgs. 4 a 6), com uma análise profunda e substancial da questão. São mostrados de forma direta os rancores e desilusões dos jovens de ambas etnias em conflito e explicitado o fato de que muitos deles estão sendo envolvidos nas frentes de batalha.

Importante: A ANDI, como forma de protesto contra o conflito nos Balcãs, optou por criar a retransmissão específica **Kosovo**, onde foram sendo computadas as inserções relativas à cobertura que a mídia jovem desenvolveu sobre a guerra.

O **Folhateen** ('Não existe futuro na Iugoslávia', capa e pg. 5, 26/04) centrou sua reportagem no atual cotidiano dos jovens de Belgrado. São veiculados depoimentos de jovens que participam de ações em prol da paz e de outros não tão preocupados com a guerra, mas que não deixam de observar a reviravolta que o conflito trouxe a suas vidas.

Já o **Zona Teen** ('Não deixe a guerra começar', 13/04) deu mais destaque às impressões que a guerra está causando em jovens baianos, que optariam pelo diálogo para resolver a questão e prefeririam que o conflito nunca houvesse começado.



Soluções na escola, gangues e trote solidário

Entre as boas matérias focadas em temáticas de **Violência** publicadas no período em questão, merecem destaque as seguintes:

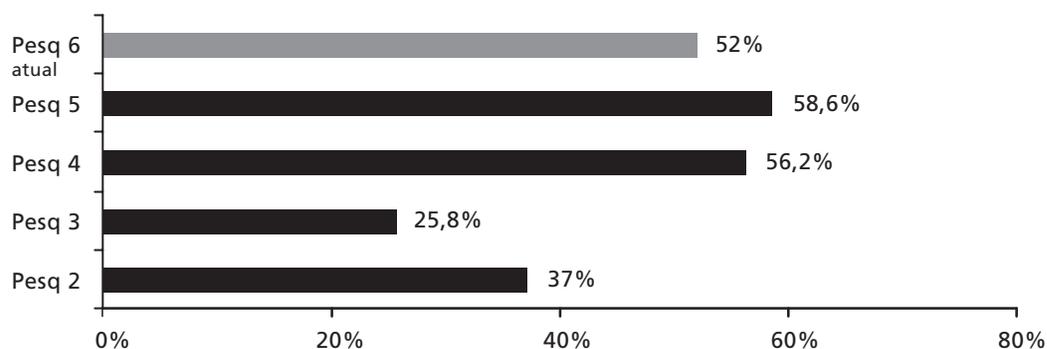
- O **Gabarito** produziu excelente texto relacionado à questão da violência no universo estudantil. 'Histórias de paz' (19/03, capa e pgs. 4 e 5) coloca em foco projetos desenvolvidos em Belo Horizonte que conseguiram, ao unir colégio e comunidade, acabar com altos índices de violência no espaço escolar. O tom da matéria é claramente o de busca de soluções, priorizando a inserção responsável do ser humano no mundo.
- O perigo que representa uma população armada e a mudança na lei, que agora considera crime o porte de arma sem registro - antes era apenas contravenção penal - foram temas da reportagem 'Armas são para quem sabe, não para quem quer', do **Zine** (25/01, pg. 3).
- O uso extremamente violento que alguns jovens fazem da prática do jiu jitsu, que na verdade só prega a defesa pessoal, foi assunto de reportagem do **Planeteen** ('Brigões só no tatame', 17/04) e do **GerAção-SP** ('Lutadores condenam gangues de jiu jitsu', 06/02).

- O mesmo **GerAção-SP** ('Menos violência, mais ação', 27/02) e o **Zep** ('O batismo do bicho', pg. 5, 6/02) mostraram como as universidades e seus alunos estão articulando-se para dar um fim à prática do trote violento.

- O pit bull e outros cães violentos, muitas vezes procurados por jovens já interessados em torná-los perigosos, foi tema da reportagem 'Pit bull é alegoria da violência urbana', do **Folhateen** (capa e pg. 7, 29/03). O **Fun** abordou a mesma questão dando destaque à polêmica causada por projeto de lei de Curitiba que prevê a obrigatoriedade do uso de focinheira em raças consideradas agressivas ('Morde ou não morde?', pg. 2, 26/03).



Violência - Presença nos veículos



A resistência de grande parte da mídia jovem em considerar **Violência** uma temática de interesse vital gera distorções: praticamente metade dos veículos analisados na presente edição da **Pesquisa** ignoraram a necessidade de cobrir as diversas pautas relativas à retrans

em evidência nos últimos meses. Note-se que mesmo a melhor abrangência alcançada pelo assunto - os 58,6% da quinta edição (maio-outubro/98) - não evitou sua baixa presença nas pautas de 12 publicações, agora registrada.

Violência

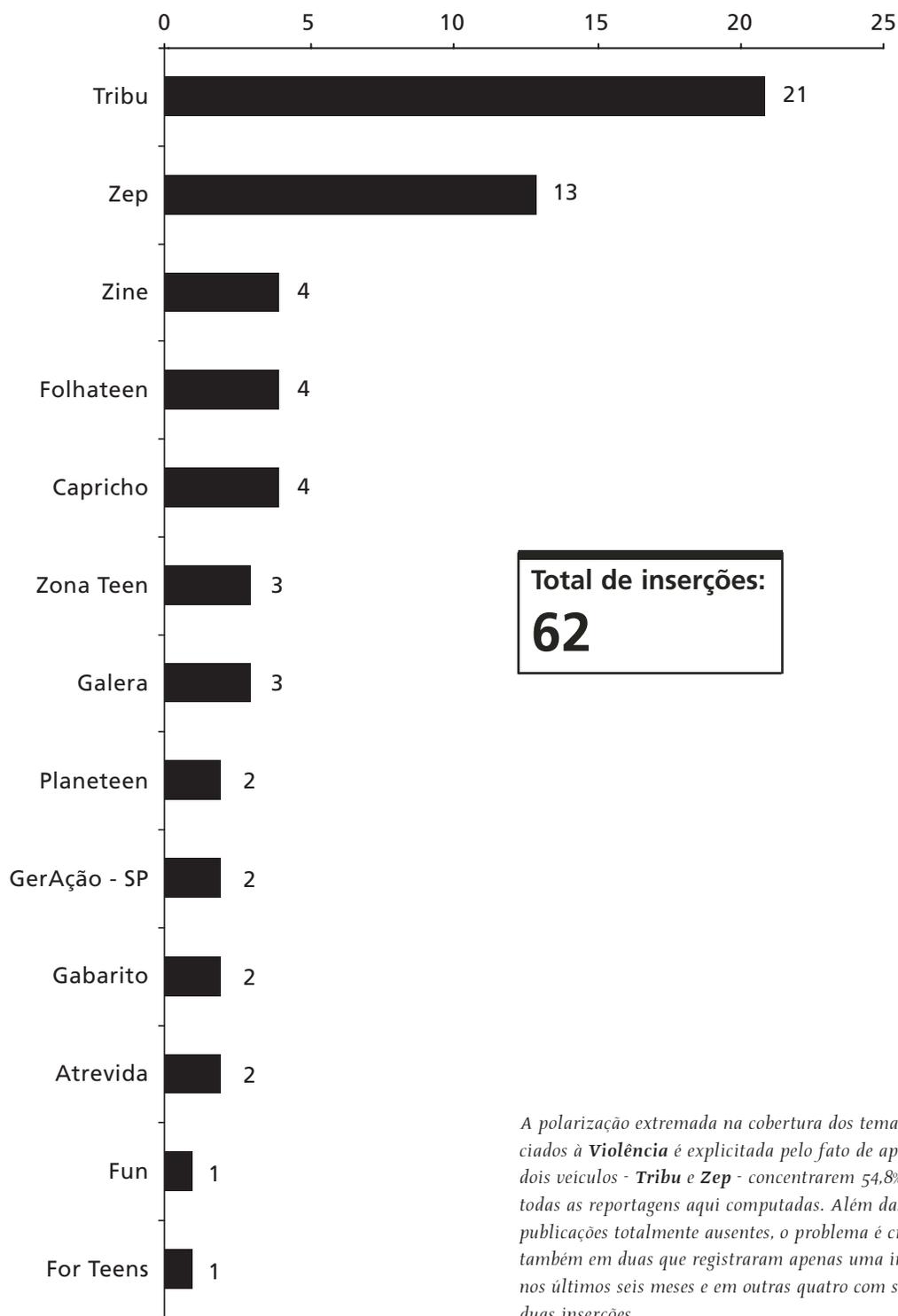
Veículos com menor cobertura do tema

Período sem cobertura	Veículos
6 meses (nov/98 a abril/99)	Azul, Carícia, Geração-PE, Pop, Zuêra
1 ano (maio/98 a abril/99)	Demais, Fanzine, Tribuna Teen, Zap!
1 ano e meio (nov/97 a abril/99)	Folha Jovem, Planeta Globo, Todateen

Embora alguns veículos aqui relacionados tenham lido indiretamente com a questão da **Violência** - geralmente em reportagens computadas sob as retrans **Direitos & Justiça** e **Protagonismo Juvenil** - nenhum dos 12 dedicou pauta específica ao tema nos períodos sinalizados contribuem, assim, para que seus

leitores permaneçam na escuridão sobre as razões da violência. Note-se que entre aqueles com maior resistência diante do assunto estão precisamente os que regularmente apresentam pior desempenho em relação ao universo das retrans de **Relevância Social**.

Violência - veículos mais atuantes



*A polarização extremada na cobertura dos temas associados à **Violência** é explicitada pelo fato de apenas dois veículos - **Tribu** e **Zep** - concentrarem 54,8% de todas as reportagens aqui computadas. Além das 12 publicações totalmente ausentes, o problema é crítico também em duas que registraram apenas uma inserção nos últimos seis meses e em outras quatro com somente duas inserções.*

Comportamento Exemplar

Mídia jovem trata com atenção temáticas relacionadas à saúde e à sexualidade do adolescente. Retranca **Aids & DST** é a que mais cresceu no período coberto pela atual **Pesquisa**.

Aids & DST

Um expressivo crescimento de 78,5% é registrado no **Índice Percentual Temático de Aids & DST** na atual edição da **Pesquisa**.

Pela primeira vez em dois anos, as inserções geradas pela retranca totalizam 2,5% de todas as matérias computadas no semestre. De igual impacto é a constatação de que 92% dos 25 veículos cobriram assuntos relacionados a Aids.

Ações mobilizam a mídia

Em edições anteriores da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** foi fartamente discutida a dificuldade dos editores dos veículos dirigidos aos adolescentes em manterem suas pautas regularmente focadas em temáticas mais densas, como **Aids & DST**, **Violência** e **Drogas**. As frequentes oscilações no desempenho destas retrancas, observadas de edição para edição, foram radiografadas como tendo origem no fato de todas as três darem origem a um limitado número de 'ganchos' factuais, aqueles capazes de forçar as portas da mídia a abrirem-se de forma mais generosa.

No contexto da presente edição, parcela razoável do bom resultado conseguido por **Aids & DST** pode ser atribuído à excelente cobertura recebida por dois eventos de impacto: a passagem do 5 de Dezembro, o 'Dia Mundial de Luta Contra a Aids' (*data cuja importância vem sendo absorvida de maneira mais madura não só pela mídia jovem, mas pela sociedade em geral*) e o lançamento da 'Campanha Mundial de Luta Contra a Aids - 1999', em fevereiro.

UnaidS sobe o morro

Promovida pela UnaidS - o programa das Nações Unidas para Aids - a campanha tem como alvo principal os jovens. O reconhecimento de que o Brasil vem tratando da questão da prevenção ao HIV junto a esta faixa etária de uma forma responsável e com inovações na linguagem informativa, levou o diretor executivo da UnaidS, Peter Piot, a optar por lançar a campanha em nosso país.

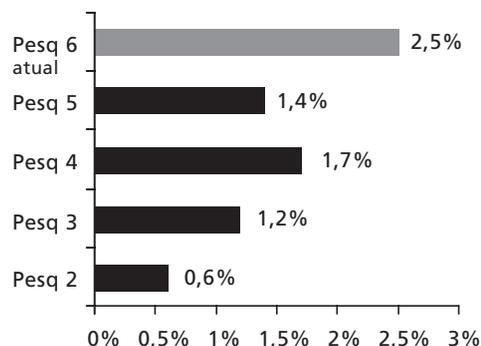
Além das solenidades oficiais em Brasília, marcaram o lançamento atividades sediadas na Vila Olímpica do Morro da Mangueira, no Rio de Janeiro, onde programa desenvolvido com adolescentes carentes tem como obrigatórios temas como sexualidade, drogas e cultura.

O reconhecimento do papel crucial da mídia jovem tanto no processo de conscientização dos adolescentes diante dos riscos oferecidos pela doença, quanto nos esforços para que se consolide uma verdadeira mudança de comportamento por parte desta faixa da população, ficou evidenciado pelo convite recebido por diversos editores e repórteres das publicações analisadas nesta **Pesquisa** para participarem da coletiva de Peter Piot no Rio.

Os resultados deste encontro foram muito produtivos e aqui relacionamos alguns destaques da excelente cobertura do lançamento da 'Campanha Mundial de Luta Contra a Aids -1999' realizada pela mídia jovem: 'Chamado geral' (**Gabarito**, capa e pgs. 4 e 5, 05/03), 'Entre nessa luta!' (**Tribu**, pg. capa e pg. 6, 06/03), 'O vírus, o samba, o machismo' (**Planeteen**, 06/03), 'A Aids é um problema seu!' (**Zona Teen**, 16/03), 'Jovem é chamado para mudar a cena' (**Folhateen**, pg. 3, 01/03), 'Quebra-de-braços com a Aids', (**Zuêra**, 06/03) e 'Aumentam casos de Aids na adolescência' (**Geração-PE**, 08/03).

Aids & DST

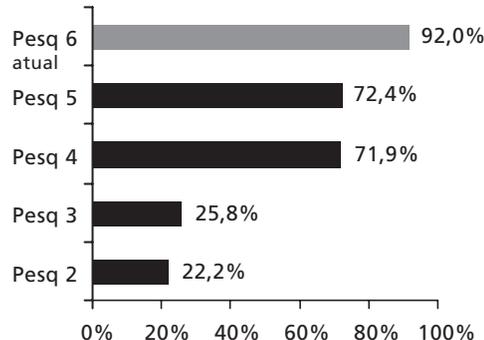
Índice ercentual Temático



O desempenho de **Aids & DST** no período compreendido entre novembro/98 e abril/99 se impõe como o melhor desde que as temáticas de **Relevância Social** começaram a ser computadas pela **Pesquisa ANDI** (maio a julho/97). Em relação àquela época, o crescimento de seu **Índice Percentual Temático** foi superior a 300%.

Aids & DST

Presença nos veículos



Entre maio e julho de 1997, menos de um quarto dos veículos pesquisados incluía em suas páginas matérias relativas às temáticas de **Aids & DST**. Hoje, um novo patamar é alcançado, com apenas duas publicações insistindo em manter perfil editorial que ignora a relevância do assunto para o público jovem.

Aids & DST e assuntos afins

Evolução comparativa dos Índices Percentuais Temáticos

Temas	Pesquisa 5 (anterior)	Pesquisa 6 (atual)	Crescimento
Aids & DST	1,4%	2,5%	78,5%
Sexualidade	2,1%	2,5%	19,1%
Gravidez	0,8%	0,7%	-12,5%
Saúde	2,1%	2,8%	33,3%
Total	6,4%	8,5%	32,8%

Quando analisadas em grupo, fica claro que as retrancas relacionadas à saúde e à sexualidade do adolescente aumentaram consideravelmente a presença entre as inserções computadas na **Pesquisa ANDI - Os Jovens**

na Mídia. O salto rumo aos 8,5% do total de reportagens trabalhadas na atual edição deve, em grande parte, ser creditado ao desempenho das temáticas de **Aids & DST.**

Dia de Luta, agentes multiplicadores e sexo seguro

Entre as boas reportagens focalizando as temáticas relacionadas a **Aids & DST** publicadas nos período coberto pela presente **Pesquisa**, destacamos as seguintes:

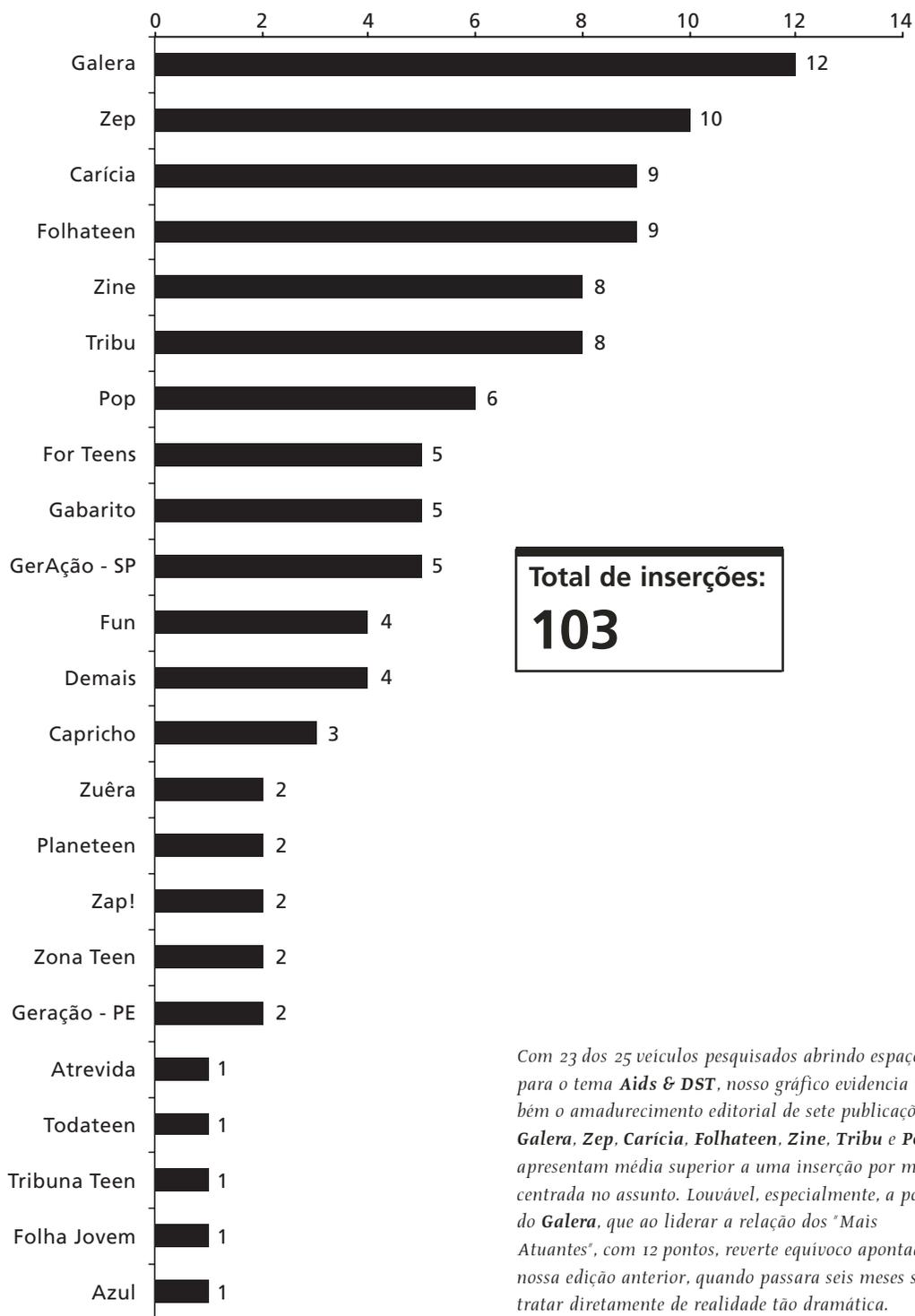
- Durante a semana do 'Dia Mundial de Luta contra a Aids' diversos suplementos e páginas de jornais discutiram de forma aprofundada o crescimento da epidemia entre os adolescentes, destacando os métodos preventivos e as ações que vêm sendo desenvolvidas por muitos jovens para mudar o comportamento de risco ainda exercido por seus colegas. São bons exemplos deste trabalho o **Fun** ('Quem vê cara não vê Aids', capa e pg. 5, 04/12), **Folhateen** ('Como encarar esse vilão invisível', capa e pgs. 3 a 5, 30/11), **Zep** ('Dia Mundial de Luta contra a Aids', pg. 4, 05/12), **Galera** ('Aids na ponta da língua', capa e pgs. 6 e 7, 28/11) e **Demais** ('Jovens contra Aids', 29/11).
- O trabalho desenvolvido pelo Grupo de Apoio e Prevenção à Aids da Bahia, que prepara jovens para agirem como agentes multiplicadores da prática do sexo seguro, foi assunto da reportagem 'Missão Possível', do **Zona Teen** de 24/11. Trabalho similar é desenvolvido pela ONG Gestos, em Recife, e foi divulgado pelo **Geração-PE** em 'Cuidados redobrados para os jovens' (04/01).
- A razão dos jovens não estarem praticando o sexo seguro foi investigada pela **Carícia**. A revista reuniu sete adolescentes e a ginecologista Albertina Duarte, em bate-papo reproduzido na reportagem 'Tem de usar camisinha' (pgs. 27 a 31, 04/02). Na edição de 18/03 ('Eles não usam camisinha', capa e pgs. 2 e 3), o **Pop** discutiu de forma profunda a mesma questão, oferecendo maiores subsídios

para quem quiser saber porque os jovens ainda entram de cabeça na perigosa roleta russa do sexo sem proteção.

- Em 'Camisinha: não tem saída, é usar ou usar!' (encarte 'Superligada', 01/02, pgs. 10 a 11), a **Todateen** oferece um guia completo da melhor maneira de conduzir-se no antes, durante e após o sexo seguro.
- A dificuldade em se estabelecer uma real mudança de atitude dos jovens em relação ao sexo, mesmo com o bichopapão da Aids sempre presente, foi tema da reportagem 'A galera teen não anda armada!', do **For Teens** (28/01, pgs. 4 e 5).
- A vergonha e o medo de assumir a própria sexualidade são apontados pelo **GerAção-SP** de 07/11 ('Camisinha sem vergonha') como as maiores barreiras enfrentadas pelos jovens no momento de comprar o preservativo masculino nas farmácias e drogarias. Na mesma edição, é focalizada a aceitação do preservativo feminino entre os adolescentes.
- No dia 04/12, o **Folha Jovem** ('Rock com cidadania') documentou a mobilização de bandas de rock em prol da luta contra a Aids.



Aids & DST - veículos mais atuantes



Com 23 dos 25 veículos pesquisados abrindo espaço para o tema **Aids & DST**, nosso gráfico evidencia também o amadurecimento editorial de sete publicações: **Galera, Zep, Carícia, Folhateen, Zine, Tribu e Pop** apresentam média superior a uma inserção por mês centrada no assunto. Louvável, especialmente, a postura do **Galera**, que ao liderar a relação dos "Mais Atuentes", com 12 pontos, reverte equívoco apontado em nossa edição anterior, quando passara seis meses sem tratar diretamente de realidade tão dramática.

Sexualidade

O tratamento de questões relacionadas à **Sexualidade** encontra seu maior reduto nas **Revistas**, que têm nas garotas entre 13 e 18 anos o principal público alvo. É a elas, também, que deve ser atribuído o crédito pelo ótimo desempenho da retranca na presente **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**, onde se registra crescimento de 19,1% no **Índice Percentual Temático**, em relação à edição anterior.

A mídia como educadora sexual

A responsabilidade da mídia direcionada aos adolescentes em relação ao tema **Sexualidade** só tende a aumentar. Recente pesquisa realizada pela CPM Market Research, com 240 jovens de 15 a 24 anos das classes A e B da cidade de São Paulo, coloca os "Artigos em revista" (76%) e os "Programas de televisão" (63%) como segundo e terceiros lugares entre as fontes que estes garotos e garotas procuram para solucionar dúvidas sobre sexo, atrás apenas do habitual "Conversas com amigos" (90%).

Perdem feio para as revistas e a tv nada menos que a "Conversa com os pais" (50%), a "Conversa com adultos em geral" (47%) e a "Conversa com irmãos" (32%). Em seguida vêm os "Programas de rádio" (27%), à frente das duas únicas opções tecnicamente mais capacitadas oferecidas pelos pesquisadores, "Orientação fornecida pela escola" (25%) e "Livros especializados" (22%).

O dado mais importante, contudo, é que os jovens experimentam este contexto como tendo sido imposto a eles a partir das limitações do núcleo familiar. Idealmente, aponta outra questão da pesquisa, gostariam de poder informar-se sobre sexo principalmente através de "Conversas com os pais". A metodologia aplicada, que desta vez exigia a

escolha de resposta única, registrou 34% dos entrevistados fazendo tal opção.



Mídia jovem aborda com clareza os mais diversos aspectos da sexualidade.

Importante: Desde as primeiras edições da **Pesquisa Os Jovens na Mídia**, a ANDI vêm constatando o papel fundamental desempenhado pelas **Revistas** como instrumentos de informação (e formação) de suas leitoras no que se refere à **Sexualidade**. Vale destacar que este quadro é alicerçado não apenas pelo volume das reportagens que focalizam a questão, mas principalmente pela presença de colunas regulares onde especialistas respondem a perguntas das jovens sobre os mais diversos aspectos do tema.

Quando analisado todo o universo das chamadas **Colunas de Consulta**, é fácil observar que aspectos relativos à **Sexualidade** sempre representaram mais de um terço das questões publicadas. (ver pg. 44).

O domínio do pragmatismo

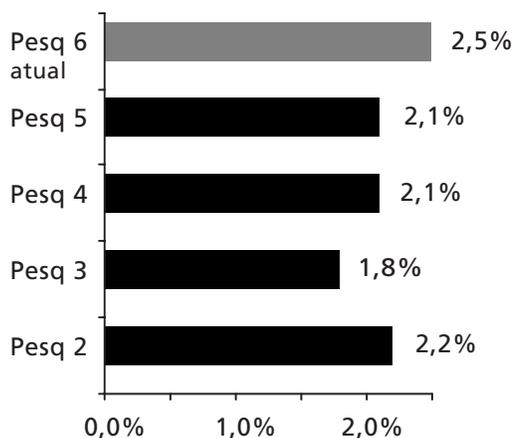
Os 51,4% de inserções associadas às **Revistas** no gráfico "Sexualidade - Veículos mais Atuentes" (ver pg. 43) são gerados por uma cobertura que apesar de valorizar um amplo leque de temáticas, tem como foco central a questão da iniciação sexual e suas diversas nuances. Incluem-se aí a discussão da 'hora certa' para a primeira transa, as maneiras de evitar que os garotos 'avancem o sinal' e, com louvável regularidade, dicas quanto à necessidade fundamental de praticar-se o sexo seguro. Outros aspectos do universo da **Sexualidade** também bastante discutidos são aqueles ligados à menstruação, à masturbação e ao envolvimento afetivo com o parceiro sexual. Os textos sobre **Sexualidade** procuram refletir, ainda, a realidade vivenciada por seu público: além do suporte de consultores técnicos para a elaboração das matérias e de frequentemente citarem a opinião de especialistas, os veículos insistentemente tratam de dar palavra aos próprios jovens.

O domínio dos significados

Grande mérito apresentado pela mídia jovem na abordagem das temáticas ligadas à **Sexualidade**, os textos leves, francos e centrados em dicas práticas tendem porém a limitar a qualidade da informação de algumas publicações. Constrói-se um panorama linear, que ressenete-se da falta de abordagens capazes de levar à reflexão e ao aprofundamento nas questões focalizadas.

A boa notícia é que existe criatividade disponível nas redações para resolver este problema. Um bom exemplo disto foi dado pelo **Folhateen**, que buscou abertamente um enfoque questionador para a matéria "Sexo é instrumento de prazer, não de poder", publicada no dia 08/03. Tratando de dissecar os papéis socialmente definidos para homens e mulheres em relação ao exercício da sexualidade, o suplemento esclareceu a diferença entre os mecanismos de excitação dos dois sexos e denunciou a sexualidade transformada em 'mercadoria', entre outros tópicos.

Sexualidade - Índice Percentual Temático



*O volume de reportagens dedicadas a discutir a **Sexualidade** atinge seu melhor desempenho desde quando foi iniciada pela ANDI a classificação das inserções relativas aos temas de **Relevância Social** (edição de maio a julho/97).*

Primeira vez, o dia seguinte e homossexualidade

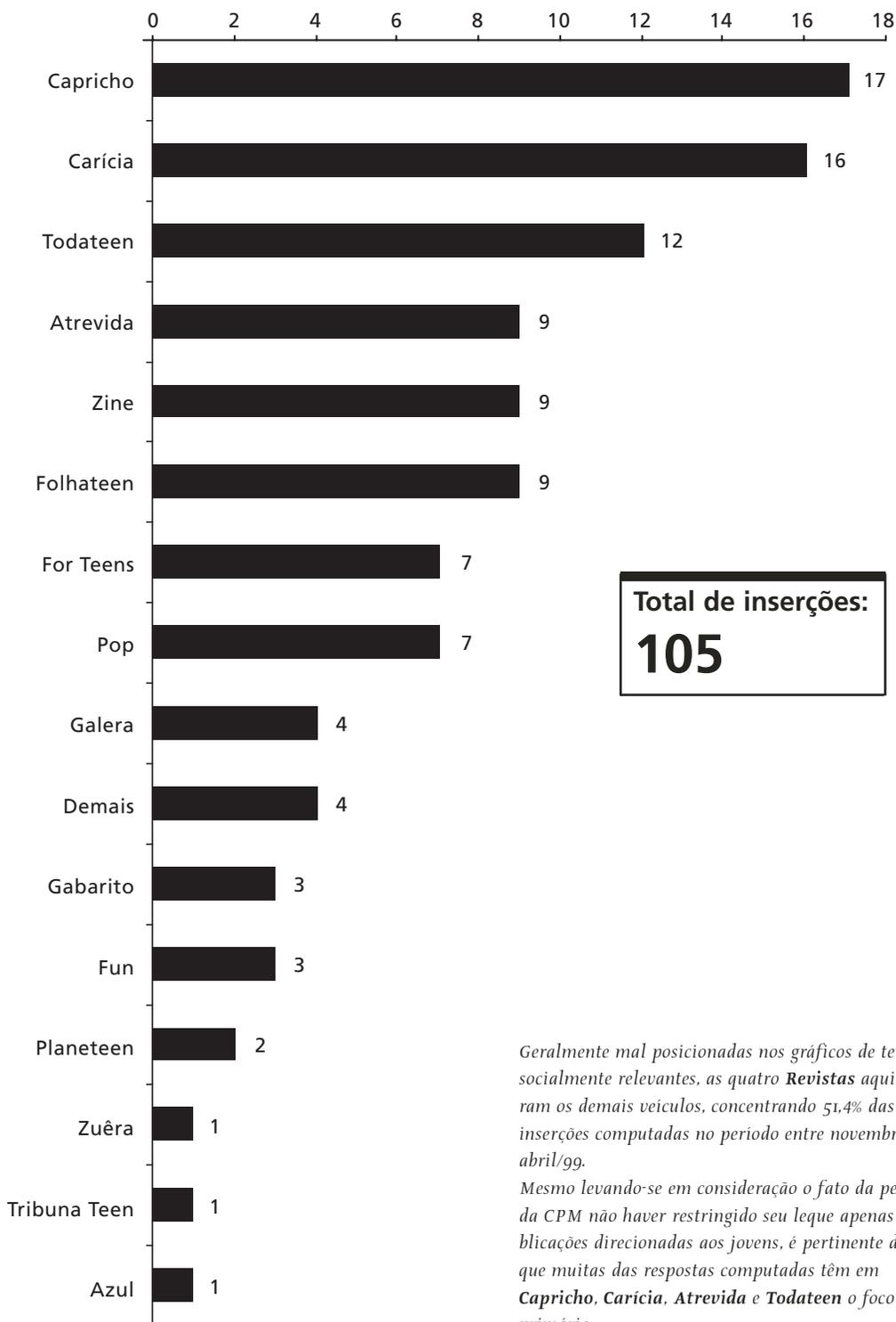
Destacamos aqui algumas das boas reportagens publicadas por revistas e suplementos durante os seis meses focalizados pela presente *Pesquisa*:

- Em 'Sexo sem embaraços', a *Todateen* de março (pgs. 72 a 75) listou uma série de constrangimentos que podem surgir durante a transa e dá dicas de como sair deles. Os problemas citados vão desde odores desagradáveis até como lidar com a ejaculação precoce e com a falta de intimidade com a camisinha.
- A *Carícia* de 04/03 (pgs. 26 a 31) descreveu a experiência de garotas que sofreram a pressão dos namorados em 'Ele terminou porque eu não quis transar'. E em 'Fantasia sexual sem grilos' (23/12, pgs. 36 a 39) abordou de forma bastante esclarecedora um tema que geralmente é negligenciado pela mídia jovem.
- Em 'O dia seguinte' (pgs. 20 a 25), a *Capricho* de 14/03 deu atenção a todas as inseguranças que costumam se abater sobre as adolescentes após a iniciação sexual. O depoimento de diversas garotas serviu de base para a matéria, que toca em temas como o relacionamento com o parceiro depois da transa, frigidez e a importância dos métodos anticoncepcionais.
- Merecem destaque a quantidade de informações técnicas sobre a fisiologia do órgão masculino e os bons depoimentos de especialistas e adolescentes que enriquecem a reportagem 'Verdades e mitos sobre o pênis confundem os meninos', do *Pop* de 26/11 (capa e pg. 3).

- O *Folhateen* (23/11, pgs. 3 e 4), em 'Turbulência na vida sexual é comum', entrevistou três especialistas sobre os mitos e tabus em torno da homossexualidade, além de relatar a história de adolescentes que se descobriram atraídos por pessoas do mesmo sexo.



Sexualidade - veículos mais atuantes



*Geralmente mal posicionadas nos gráficos de temas socialmente relevantes, as quatro **Revistas** aqui lideraram os demais veículos, concentrando 51,4% das inserções computadas no período entre novembro/98 e abril/99.*

*Mesmo levando-se em consideração o fato da pesquisa da CPM não haver restringido seu leque apenas às publicações direcionadas aos jovens, é pertinente deduzir que muitas das respostas computadas têm em **Capricho, Carícia, Atrevida e Todateen** o foco primário.*

Colunas de Consultas

A partir de sua segunda edição (maio-julho/97), a **Pesquisa ANDI** passou a medir as colunas que trazem respostas de especialistas a perguntas dos leitores. Desde então, a avaliação inicial vem se mantendo válida: apesar de também abrirem espaço para outros temas importantes, o principal trunfo das **Colunas de Consultas** está em concentrarem boa parte das informações educativas que a mídia jovem dedica a uma questão de crucial relevância para seu leitor - a **Sexualidade**.

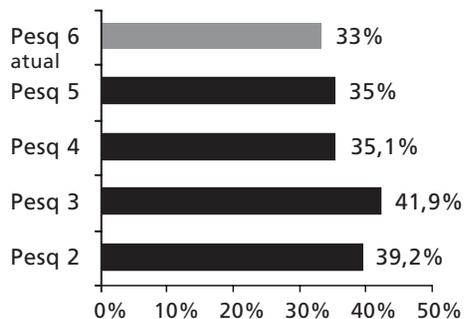
Mais do que sexo

É importante lembrar que o maior volume de inserções computadas no gráfico de **Colunas de Consulta** é originário das **Revistas**. Daí a presença constante, entre os temas mais abordados, das retrancas **Namoro**, **Beleza** e **Saúde**. Mas a predominância de **Sexualidade** deve muito também à participação de alguns suplementos de jornais. Entre eles, se destaca o **Folhateen**, que a cada edição publica duas competentes colunas sobre o tema, uma assinada por Rosely Sayão e outra por Jairo Bouer, psiquiatra hoje em evidência por participar do programa Erótica, da MTV.

Por outro lado, os gráficos das **Colunas de Consulta** regularmente radiografam a pouca atenção dada a questões sobre **Formação Profissional**, **Família** e **Drogas**.

Colunas de Consulta

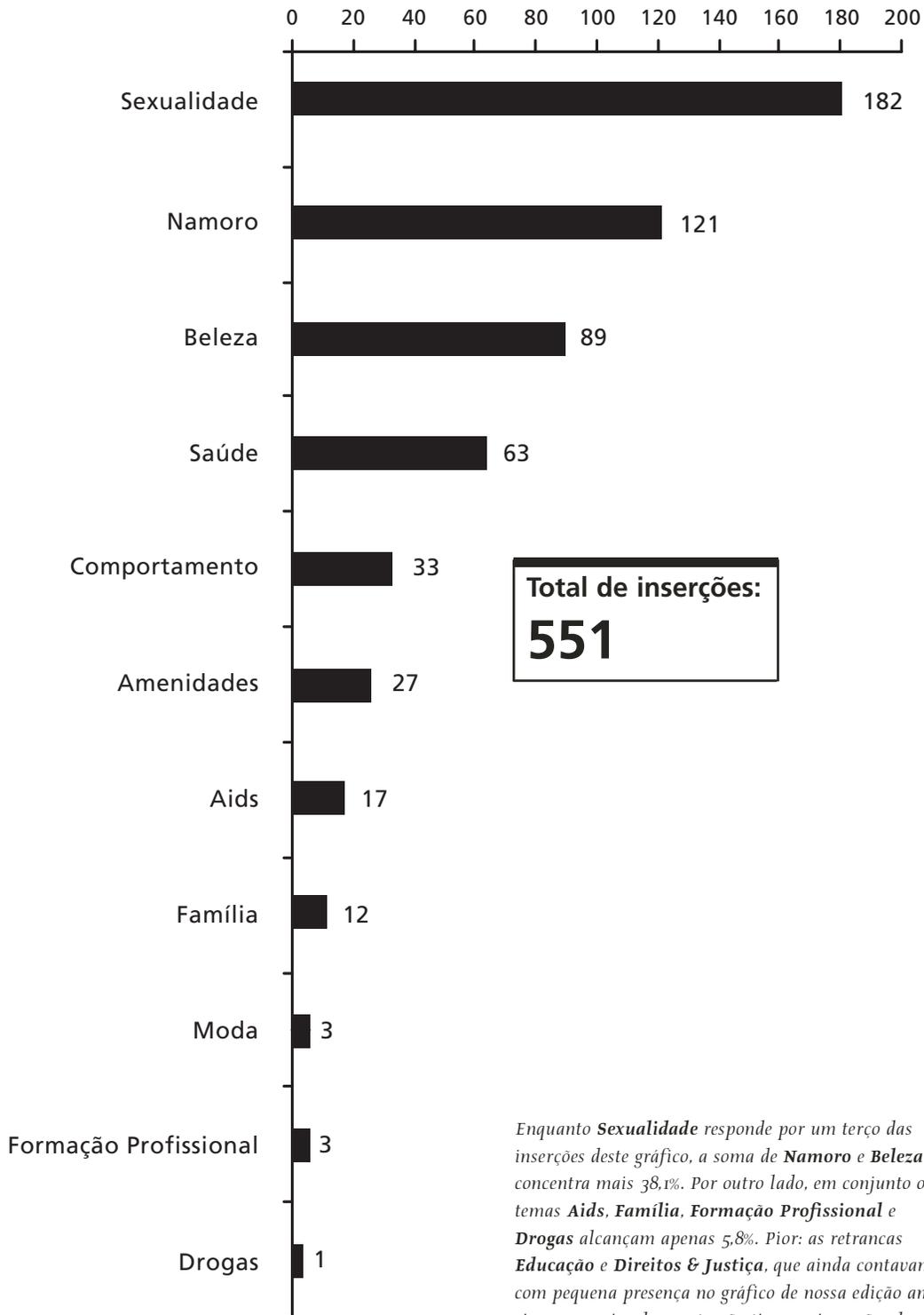
Evolução do tema Sexualidade



Apesar de não mais repetir o pico alcançado em edições anteriores, **Sexualidade** ainda é responsável por um terço de todas as respostas de especialistas às consultas realizadas pelos jovens leitores. Além de informação qualificada sobre o tema, a retranca presta um outro serviço importante: em boa parte das respostas ligadas à **Sexualidade** aparecem dicas claras a respeito da necessidade de prevenção ao HIV e à gravidez precoce.



Coluna de Consultas - O que os jovens querem saber



Enquanto **Sexualidade** responde por um terço das inserções deste gráfico, a soma de **Namoro** e **Beleza** concentra mais 38,1%. Por outro lado, em conjunto os temas **Aids**, **Família**, **Formação Profissional** e **Drogas** alcançam apenas 5,8%. Pior: as retrancas **Educação** e **Direitos & Justiça**, que ainda contavam com pequena presença no gráfico de nossa edição anterior, agora simplesmente não tiveram inserção alguma.

Comportamento de Risco

Pela primeira vez a mídia jovem encontra dificuldades em aprimorar a cobertura de duas temáticas centrais do universo adolescente: **Educação** e **Direitos & Justiça**. Ótimo trabalho de alguns veículos agora contrasta com baixa presença de reportagens em vários outros.

Educação

Um dado extremamente preocupante é colocado em evidência através dos gráficos da atual **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**: cinco dos veículos dirigidos ao público adolescente simplesmente ignoraram o assunto **Educação** em suas páginas. Outros três abriram espaço para uma única matéria. E mais dois tiveram apenas duas inserções nesta retranca. Em síntese, 40% das 25 publicações retratadas nesta **Pesquisa** não souberam reconhecer o papel crucial representado pelas temáticas relacionadas à **Educação** na preparação de seu jovem leitor para a vida.

48

Brigando com a realidade

Desde a edição Piloto da **Pesquisa ANDI** a retranca **Educação** se impõe como a de melhor cobertura entre aquelas socialmente relevantes. À primeira vista, parece lógico que a mídia jovem regularmente se disponha a discutir questões ligadas a uma área prioritária do dia-a-dia do adolescente. Mas uma análise mais detalhada dos gráficos da presente edição demonstra que este conceito não é mais uma unanimidade entre os editores dos suplementos e páginas de jornais e das revistas que falam diretamente ao público adolescente.

A constatação de que cinco entre os 25 veículos analisados passaram ao largo do tema significa exatos seis meses de alienação. Ou 26 semanas sem a publicação de uma única reportagem centrada na realidade da escola e do ensino. Nem mesmo a questão do vestibular, que durante muito tempo representou o principal foco das matérias da mídia jovem sobre a área da **Educação**, recebeu a merecida atenção.

Não por acaso, entre estes cinco veículos se encontram os quatro com pior desempenho em relação às temáticas de **Relevância Social**: **Todateen**, **Folha Jovem**, **Planeta Globo** e **Geração-PE**. O quinto deles é o **Zap!**, que durante muito tempo, ainda como suplemento **Standard**, foi referência nacional em relação à mídia jovem. Até hoje lutando com as limitações do formato **Página**, o **Zap!** merece a ressalva de que entre as muitas matérias que publicou sobre **Protagonismo Juvenil** algumas incluíam enfoques relacionados à **Educação**.

O mesmo não pode ser dito, contudo, de **Carícia** e **Capricho** (com duas inserções cada) e de **GerAção-SP**, **Atrevida** e **Fanzine** (uma matéria cada). No caso das **Revistas**, é histórica a dificuldade em trazerem para suas pautas questões associadas ao que é visto como o aspecto menos glamuroso do cotidiano de suas leitoras. E quanto às duas **Páginas**, novamente é uma linha editorial atrelada às novidades da indústria cultural a responsável por desempenho tão incoerente.

Perigo! Esta ausência de matérias sobre **Educação**, área tão fundamental para o jovem, faz pensar no quanto a intenção de definir uma linha editorial mais 'leve' ou descomprometida pode fazer com que as publicações para jovens se distanciem perigosamente de qualquer contato mais objetivo com a realidade cotidiana do adolescente. Mesmo que, por hipótese (burra hipótese), desprezássemos a importância básica do tema **Educação** no que diz respeito à preparação do jovem para a vida, seria impossível não considerar que é na escola que os leitores destes veículos passam boa parte de seu dia, encontram seus amigos, programam seus finais de semana, ensaiam seus namoros, etc.

Fora de rota

O desempenho da mídia jovem diante do tema **Educação**, ao longo dos seis meses analisados pela presente **Pesquisa**, é um intrigante desvio de percurso em relação ao que habitualmente observamos desde nossa edição Piloto. O período de maio a outubro de 98, focalizado na edição anterior, traz gráfico que exemplifica claramente o perfil mais homogêneo que caracterizava a cobertura destes veículos para as questões associadas ao ensino e à escola.

Um dado fundamental é que apenas duas, entre as 29 publicações então analisadas, ignoravam o tema. Outro é que apesar de oito veículos destacarem-se por uma cobertura intensa, mais 15 apresentavam performance bastantes consistentes: média de uma a duas matérias por mês sobre temáticas de **Educação**.

Como produzir uma geração perdida

Embora **Educação** permaneça em primeiro lugar entre os temas de **Relevância Social** mais abordados, o quadro revelado por esta **Pesquisa** - vários veículos deixaram de cobrir o assunto - é, no mínimo, preocupante. Não bastasse a baixa qualidade da educação oferecida aos jovens brasileiros, há uma séria deficiência na quantidade de informações veiculadas por parte significativa da chamada "mídia teen".

O que mais impressiona é o fato de que já está até se tornando chavão destacar a importância da educação na construção de uma sociedade mais justa e democrática.

Os argumentos são bem conhecidos: a humanidade vive, neste final de século, uma fase de grandes transformações - nos valores, nas formas de produção, no trabalho.

Não é à toa que se cunhou o termo "sociedade do conhecimento". Hoje, quanto mais as pessoas - de qualquer idade - estiverem envolvidas em proces-

sos educacionais, maior o seu preparo para a vida.

Educação não pode mais ser vista apenas como responsabilidade das escolas e das famílias. Todas as instituições da sociedade, governamentais ou não, têm que incluir a educação em seu fazer. Chega a ser óbvio destacar a importância dos meios de comunicação de massa nessa área.

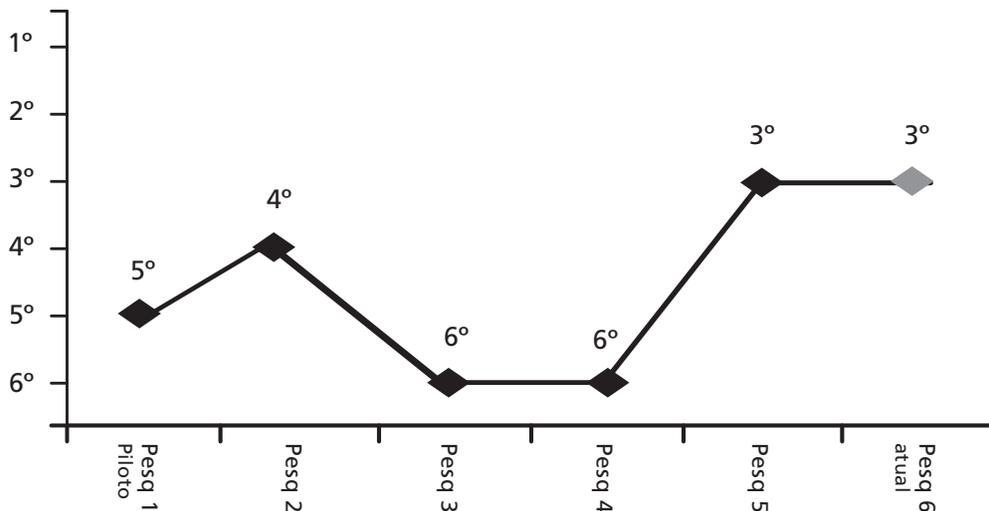
O Brasil tem quase dois milhões de adolescentes analfabetos; o desemprego já atinge um em cada dois jovens em São Paulo; a violência, que assusta a todos, tornou-se uma das características centrais dessa faixa etária, que atualmente abriga a maior parcela da população brasileira

Enquanto o conjunto da sociedade não encarar de frente esses problemas, o país seguirá gestando para o século 21 uma enorme geração perdida - e mais ignorância, pobreza e violência.

Fernando Rossetti

jornalista e consultor do Instituto Ayrton Senna e do Projeto Aprendiz

Educação - Evolução



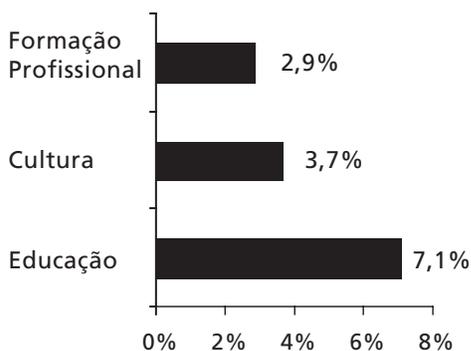
Única entre as retrancas de **Relevância Social** a marcar presença entre os seis primeiros no ranking dos temas mais abordados na atual **Pesquisa, Educação** - apesar da retração já descrita - consegue também reedi-

tar o excelente terceiro lugar de nossa edição anterior. Outra boa notícia é que a cobertura do tema se mantém diversificada, a exemplo do constatado na análise dos dados relativos ao período maio-outubro/08.

50

Educação e assuntos afins

Índices Percentuais Temáticos



Representam 13,7% das matérias veiculadas no período coberto pela atual edição da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** aquelas que se referem às temáticas diretamente ligadas à educação, à cultura e à preparação do jovem para o mercado de trabalho. As 566 inserções totalizadas pelas três retrancas correspondem também a generosos 37,7% de todas as reportagens classificadas como de **Relevância Social**.

A radiografia da mídia

Sob o título "**Educação & Mídia - perspectivas para a qualidade da informação**", seis entidades nacionais (MEC, Instituto Ayrton Senna, Fundescola, Revista Imprensa, NEMP/UnB e ANDI) e ainda o UNICEF uniram-se para promover a mais rigorosa análise qualitativa sobre como a imprensa brasileira comporta-se diante dos temas relacionados à **Educação**.

A análise, já em andamento, será posteriormente debatida por cerca de 50 profissionais (entre os quais aqueles ligados à 'mídia jovem' e que se destacam na cobertura de **Educação**) em evento a ser coordenado pela Revista Imprensa, em São Paulo, nos dias 23 a 25 de setembro próximo.

Educação é destaque na Pesquisa Infância

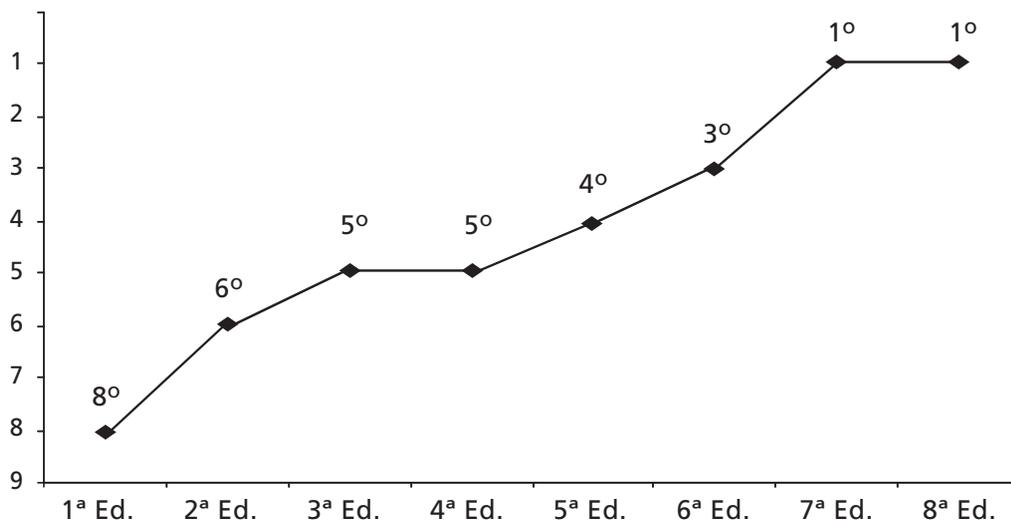
O comportamento destes dez veículos que agora decidiram relegar a segundo ou último plano as pautas ligadas à área educacional não contradiz, porém, apenas uma saudável tradição da própria mídia jovem. Está na contramão, também, de contínuo processo evolutivo observado na imprensa brasileira como um todo durante os últimos três anos. A melhor prova disto se encontra nas diversas edições da *Pesquisa ANDI - Infância na Mídia*, produzida em aliança estratégica com o Instituto Ayrton Senna e com apoio do Unicef e que cobre mais de 50 jornais diários de todo o país, além das principais revistas semanais e mensais. Computando reportagens sobre assuntos de interesse da infância e da

adolescência, a publicação registrou o gradual fortalecimento da área Educação nas redações brasileiras - dado corroborado pela multiplicação de repórteres e editorias especializados no tema. Sua edição correspondente ao período janeiro-junho/98 mostrou a retranca, pela primeira vez na história da *Pesquisa*, como aquela com maior número de inserções.

A mais recente edição da publicação (período julho-dezembro/98), aponta a manutenção deste posto privilegiado, confirmando que a mídia segue refletindo a grande mobilização da sociedade, do governo, das empresas e dos sindicatos em torno do tema (exemplares da *Pesquisa ANDI - Infância na Mídia* podem ser solicitados à ANDI).

Educação - Evolução da cobertura

Principais jornais e revistas do país



Fonte: Pesquisa ANDI - Infância na Mídia (período julho-dezembro /98)

A mídia brasileira desperta para a importância das temáticas relacionadas à Educação: do oitavo lugar registrado na primeira edição da

Pesquisa ANDI - Infância na Mídia até o primeiro posto alcançado em 98, o crescimento foi praticamente constante.

Internet, artes cênicas e bibliotecas

Estas são algumas reportagens que destacaram-se entre as muitas que os veículos dirigidos aos jovens publicaram sobre o tema **Educação** durante o período coberto pela presente **Pesquisa**:

- O uso da tecnologia, principalmente da Internet, como ferramenta de ensino nas escolas de todo o País, foi tema da reportagem do **For Teens** ('Praticando informática na escola', pg. 3, 25/02). Já o **Gabarito** ('Bússola para viagem de estudos', capa e pgs. 4 e 5, 19/02) alertou para importância dos estudantes que utilizam a Internet para pesquisar contarem com boa orientação. Caso contrário, há o perigo de perder-se o potencial pedagógico desse novo meio tecnológico.

- Na reportagem especial 'Escola, eis a questão!' (capa e pgs. 4 e 5, 27/03), o **Galera** perguntou a jovens das mais diversas camadas sociais o quanto realmente consideram importante a instituição de ensino.

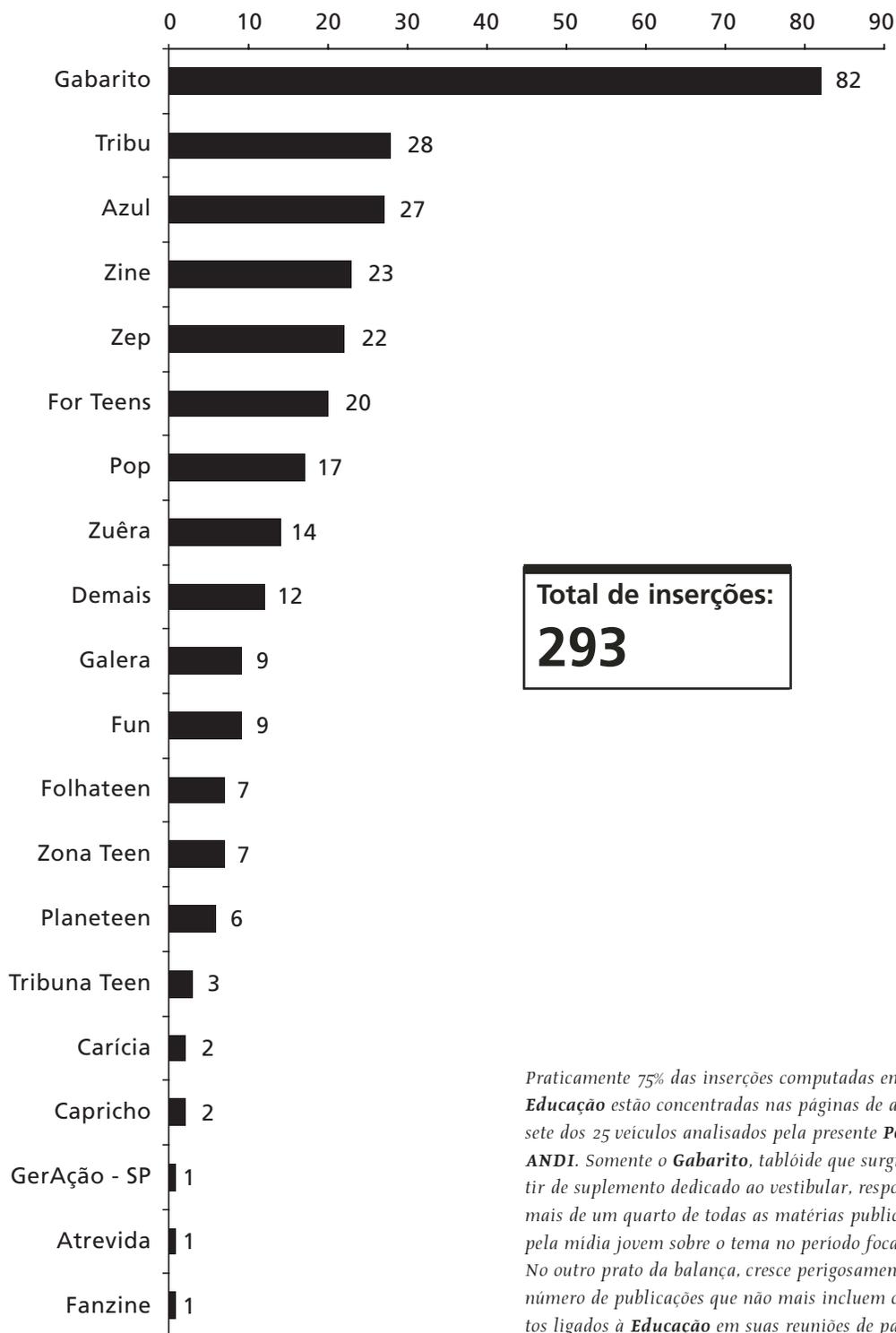
- As artes cênicas como fonte de aprendizado e como meio do jovem se expressar melhor foram tema de 'A sedução dos tablados', do **Planeteen** (pg. 4, 07/11).

- Em 'Help, mudei de escola!' (20/03), o **Zuêra** alertou para os problemas gerados pela mudança de instituição de ensino, fato que para alguns adolescentes chega a causar sérias dificuldades de aprendizado.

- A importância de transformar a biblioteca da escola em local atraente para os alunos foi tema central de 'As duas faces da mesma moeda', que o **For Teens** publicou em 11/03 (pg. 3). E na reportagem 'Eles não gostam de 'viajar' !!!' (28/01, pg 6), o tablóide piauiense expõe a difícil relação dos jovens com a leitura, lembrando a responsabilidade da escola no processo: ao indicar livros complexos ou com temas distantes da realidade do adolescente, o professor dificulta ainda mais a formação do jovem leitor.



Educação - veículos mais atuantes



Praticamente 75% das inserções computadas em **Educação** estão concentradas nas páginas de apenas sete dos 25 veículos analisados pela presente **Pesquisa ANDI**. Somente o **Gabarito**, tablóide que surgiu a partir de suplemento dedicado ao vestibular, responde por mais de um quarto de todas as matérias publicadas pela mídia jovem sobre o tema no período focalizado. No outro prato da balança, cresce perigosamente o número de publicações que não mais incluem os assuntos ligados à **Educação** em suas reuniões de pauta.

Direitos & Justiça

A retranca **Direitos & Justiça** apresenta sensível queda no número de inserções na presente edição da **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia**.

A redução de seu **Índice Percentual Temático** é de 31,2%, em relação ao desempenho registrado no período anterior (maio-outubro/98).

Naquela época, com 4,8% do total de inserções, o tema ocupava a oitava posição entre os 30 utilizados para classificação das reportagens. Agora, desce para a nona colocação.

54

As eleições saem de cena

A principal razão deste cenário de refluxo está no fato de 1998 haver sido um ano eleitoral. Tanto a discussão do voto aos 16 anos (com inserções computadas na quarta edição da **Pesquisa ANDI**, relativa aos meses de novembro/97-abril/98) quanto as campanhas para governador e presidente contribuíram de forma explícita para o crescimento conseguido pela retranca em nossos gráficos.

É importante lembrar que aquela quarta edição da **Pesquisa** registrara um grande diferencial no tratamento dado pelos veículos da mídia jovem aos temas relacionados a **Direitos & Justiça**. Antes relegado a um pouco representativo 17º lugar entre as 26 retranscricas existentes (período agosto-outubro/97), o assunto era responsável por apenas 1,8% do total das inserções computadas.

Seis meses depois, a boa surpresa: crescimento de 100%, com **Índice Percentual Temático** de 3,6%. E o novo desempenho impulsionava a retranca para a nona posição entre um total de 28.

Assegurando direitos

Nessa virada de século e entrada de milênio, pela primeira vez na história do Brasil há um novo perfil demográfico. As crianças não são mais a maioria no país, a faixa etária mais numerosa é de adolescentes.

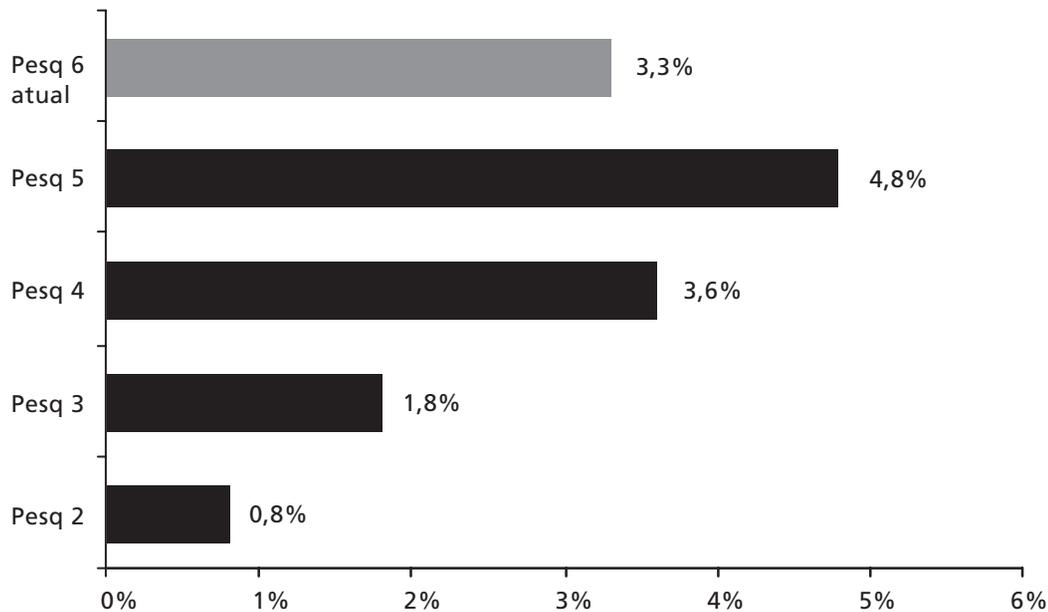
Os jovens representam uma imensa força, movida à criatividade, desejo e esperança. Podem gerar mudanças decisivas na realidade social, ambiental, cultural e política. Mas suas necessidades e seu imenso potencial de transformar têm sido praticamente ignorados por nós, os adultos. Em geral, nós costumamos olhá-los como problema e não como solução. A nova geração consegue fazer muito, quando oportunidade de participação e diálogo lhe são oferecidas. Cabe a nós colaborar para que seus direitos sejam assegurados.

Viviane Senna

presidente do Instituto Ayrton Senna



Direitos & Justiça - Índice Percentual Temático



A queda agora registrada basicamente elimina a expansão gerada em função das campanhas eleitorais, fazendo **Direitos & Justiça** voltar a praticamente o mesmo

patamar alcançado em nossa quarta edição: são 3,3% de todas as reportagens publicadas pela mídia jovem e a nona posição entre 30 temas.

Importante: O principal problema visualizado no gráfico de "Veículos mais atuantes" (pg. 57) da retranca **Direitos & Justiça** é o mesmo que afeta **Educação**: polarização da mídia jovem, com algumas publicações investindo forte na visibilidade de pautas que convidam o leitor ao exercício de uma consciência de cidadania e outras simplesmente eliminando estas temáticas de suas páginas.

A distorção aqui, entretanto, é ainda mais grave: são oito os veículos que não publicaram, ao longo dos seis meses cobertos pela presente **Pesquisa**, sequer uma matéria classificável como

Direitos & Justiça. É certo que três deles - **Planeteen, Zona Teen e Zap!** - trataram indiretamente de questões associadas ao tema, já que contam com bons índices de reportagens contabilizadas como sendo de **Relevância Social**.

Já os quatro veículos com pior índice de matérias socialmente relevantes e que também ignoraram o tema **Educação** em suas páginas - **Todateen, Folha Jovem, Planeta Globo e Geração-PE** - não contam sequer com tal atenuante. O mesmo acontece com o tablóide **Azul**.

Lixo, o Estatuto e o conflito com a lei

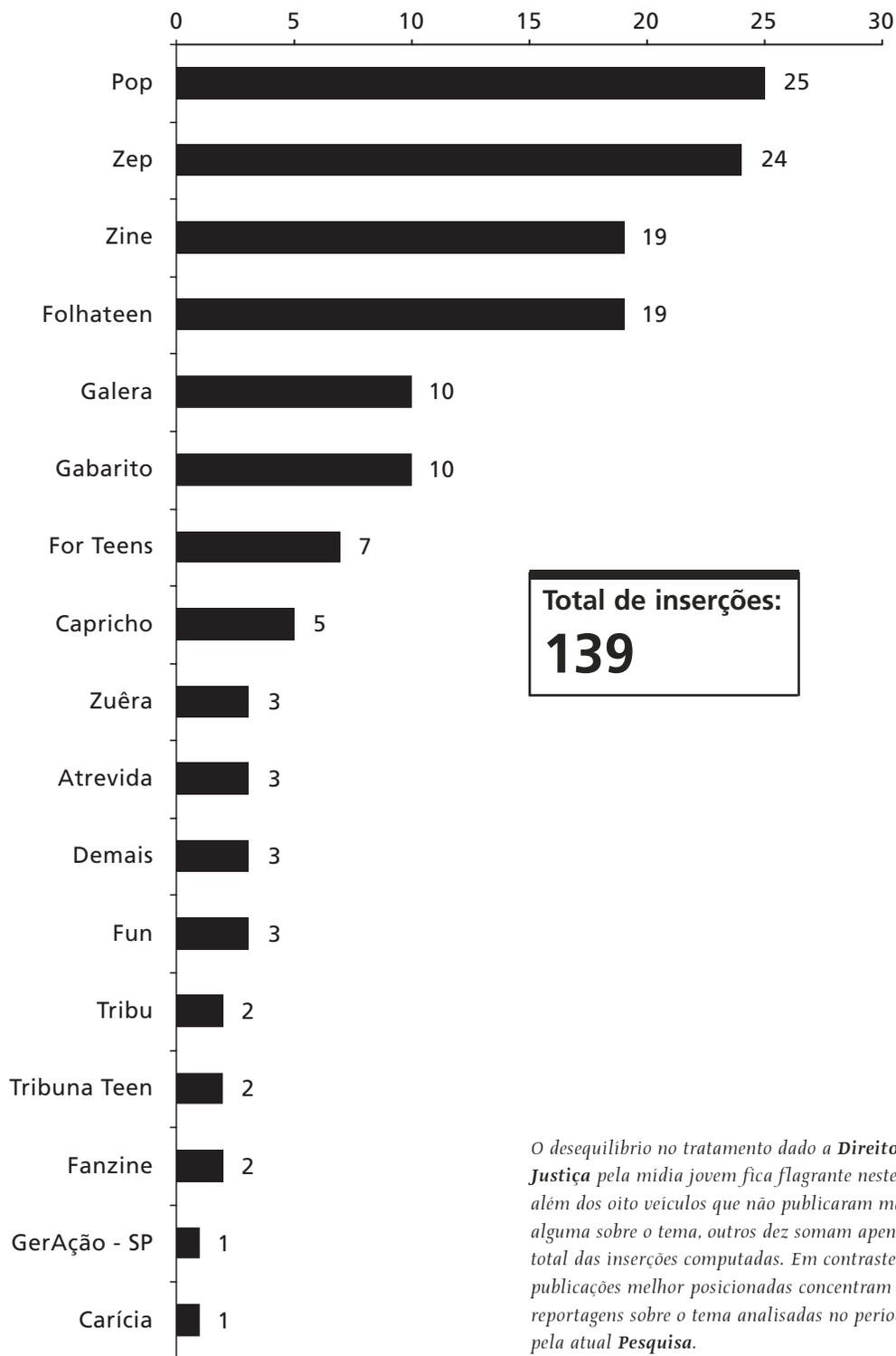
Entre o bom número de matérias centradas na temática **Direitos & Justiça** publicadas nestes seis meses, algumas merecem atenção especial:

- O total abandono vivido por parcela significativa das crianças e adolescentes brasileiros foi retratado na reportagem "Sobreviventes do lixo" (16/03), onde o **Tribuna Teen** entrevistou meninos e meninas que lutam pela sobrevivência trabalhando em lixão da periferia de Maceió.
- Em "Se liga no Estatuto" (14/03), o **Demais** mostrou o importante trabalho do Centro de Criação e Imagem Popular, ONG do estado do Rio de Janeiro que divulga em linguagem acessível a crianças e jovens o conteúdo do Estatuto da Criança e do Adolescente.
- O **Folhateen** dedicou sua edição do dia 14/12 (capa e pg. 3, "Tiras se infiltram em escolas"), para documentar estratégia policial que infiltra jovens investigadores em escolas e faculdades de São Paulo para combater o consumo e o tráfico de drogas. O suplemento procurou discutir a questão ética que envolve a ação, confrontando argumentos da delegada responsável com a opinião de um advogado especialista em tráfico de drogas, que mostrou-se totalmente contrário à estratégia.
- Em grande reportagem publicada no dia 14/01 ("Spray, piche e contravenção", capa e pg. 3), o **Pop** enfocou a questão da pichação, mania entre os adolescentes moradores de grandes cidades. Arriscando-se nessa atividade ilegal, os jovens enfrentam uma série de dificuldades, que vão desde rixas entre grupos rivais até embates com a polícia.

- O **Zep** ("ECA ampara adolescente infrator", pg. 4, 30/01) retratou a importância do Estatuto ao mostrar como as medidas sócio-educativas garantidas pelo documento são eficazes no processo ressocialização de jovens em conflito com a lei. No dia 06/02 ("Maus tratos geram delinqüência", pg. 4), o suplemento alertou para a conexão íntima entre desestruturação familiar e violência juvenil.
- A nova lei que eleva para 16 anos a idade mínima para o ingresso dos jovens no mercado de trabalho foi tema da reportagem "No pesado só depois dos 16", do **Zine** (pg. 3, 25/01).
- Na reportagem "Mais ação", (19/12), o **GerAção-SP** mostrou que os jovens se preocupam, e muito, com questões como criminalidade e más condições de vida da população em geral.



Direitos & Justiça - veículos mais atuantes



*O desequilíbrio no tratamento dado a **Direitos & Justiça** pela mídia jovem fica flagrante neste gráfico: além dos oito veículos que não publicaram matéria alguma sobre o tema, outros dez somam apenas 18% do total das inserções computadas. Em contraste, as sete publicações melhor posicionadas concentram 82% das reportagens sobre o tema analisadas no período coberto pela atual **Pesquisa**.*

Os excluídos

Uma visão global das tendências apresentadas pela mídia jovem na cobertura dos temas considerados de **Relevância Social** é oferecida pela comparação entre as duas últimas edições da **Pesquisa ANDI**.

Esta radiografia evidencia a existência de um grupo de temáticas que vem sendo continuamente ignorado pelas publicações dirigidas aos adolescentes.

A análise comparativa não se aplica à retranca **Kosovo**, criada especialmente para a atual edição.

Desafios para a mídia jovem

As três retrancas com pior colocação na atual *Pesquisa - Gravidez, Meio Ambiente e Portadores de Deficiência* - já ocupavam as mesmas posições em nossa edição anterior (maio-outubro/98). Agora apresentam um total de inserções ainda menor (ver pg. 13).

Outras três retrancas posicionadas logo acima - *Família, Drogas e Projetos Sociais* - não só sofreram redução similar, como pioraram sua classificação geral em relação aos seis meses anteriores.

Estes seis temas são os 'excluídos' da pauta, embora sejam facilmente reconhecíveis como de grande importância.

É precisamente sobre eles, portanto, que a mídia jovem deveria exercitar sua criatividade. Uma capacidade, por sinal, que já provou possuir - basta ver o bom número de temas anteriormente carentes de cobertura mais substancial e que hoje se encontram entre os mais abordados.

A deficiência da imprensa

Desigualdades sociais sempre seduziram jornalistas, que elegeram o tema como um de seus preferidos. Com as diferenças relacionadas ao corpo, aos sentidos e ao intelecto acontece o contrário. As chamadas *anormalidades* não são vistas pela imprensa como assunto de interesse público e, raramente, merecem destaque no dia-a-dia da mídia.

Entretanto, as deficiências e doenças crônicas (que podem levar a algum tipo de incapacidade) talvez sejam a característica mais intrínseca da humanidade. E, logo, da sociedade. Quando cruzamos os 10% da população mundial de pessoas com deficiência com os índices brasileiros de pobreza, temos um quadro terrível. Aproximadamente 80% desses 10% vivem em países em desenvolvimento e, segundo a OMS, 98% dos mesmos indivíduos devem estar totalmente negligenciados, sendo um terço de crianças. Gostaria que ninguém se emocionasse com esses dados. Desde 1992 me especializando, como jornalista, em temas que favoreçam a inclusão de pessoas com deficiência na sociedade, aprendi que as lágrimas sentidas e até o respeito por quem nasceu (ficou ou está) com algum tipo de comprometimento físico, motor, sensorial ou mental não têm nenhum efeito transformador. Os arrepios de emoção que muitas de nossas reportagens sugerem não têm sido suficientes para alavancar as mudanças de mentalidade necessárias para inserirmos a deficiência no rol das questões sociais brasileiras. Informação deve detonar demanda de reflexões capaz de alterar paradigmas anteriores. Um exemplo? Por que matérias sobre síndromes de Down são quase sempre publicadas na retranca de saúde? Síndrome de

Down não é doença e quem nasce com esta síndrome não é doente.

As crianças nascem aptas a lidar com qualquer tipo de diferença desde que os adultos não interfiram. Muito cedo, no entanto, pais e professores corrompem a garotada, insinuando sutilmente que a deficiência faz parte de uma quarta dimensão da vida. A escola, lugar no qual as gerações se encontram e iniciam parcerias fundamentais para o desenvolvimento da nação, vira uma deturpadora da realidade. Lá, com algumas exceções (apesar de ser esta a proposta do MEC), ainda não é possível aprender sobre deficiência nem conviver com ela. Educados em um sistema de ensino que está longe de ser para todos (todos mesmo, incluindo alunos com qualquer tipo de comprometimento) nossas crianças, não importa a profissão que escolherem, serão profissionais inábeis (como nós somos), pois a elas foi negado o direito de crescer vendo a vida como ela é e não como os adultos gostariam que fosse.

Serão dentistas que ao verem um paciente com paralisia cerebral logo optam pela anestesia geral; arquitetos que se esquecem da rampa para os cadeirantes; professores que se apavoram com a chegada de um aluno cego em sala de aula; empresários que não cumprem leis; cientistas que, apesar de estudarem síndromes genéticas e doenças como hemofilia em seus laboratórios, há anos não se interessam em saber o que pensam os grupos de ajuda mútua de pessoas que vivem tais situações; e, enfim, jornalistas para lá de desatualizados que vivem dando como notícia o que não é notícia.

A imprensa reproduz com eficácia uma sociedade pretensiosa e que se enxerga

saudável, vendo a deficiência como um lamentável deslize da natureza. Assim, nós jornalistas, violamos sistematicamente pequenos e grandes direitos das pessoas que não enxergam, não andam, não falam, não têm uma inteligência preservada, ou são ostomizadas, têm doença renal, artrite, diabetes etc.

Podemos morrer sem nos darmos conta do quanto somos experts em discriminar.

Volta e meia vejo alguns jornalistas que até sobem em cima do muro que separa o novo do velho, dão uma olhadinha lá de cima mas, na hora de descer, preferem o lado pelo qual subiram. É mesmo difícil desenvolver uma visão crítica sobre um tema em cima do qual construímos, desde a infância, tanto preconceito. São anos e anos de um acúmulo lento, silencioso, progressivo de informações inadequadas sobre deficiência e doenças crônicas.

O desafio está aí. Somos ou não somos educadores sociais? Na área da inclusão de pessoas com deficiência na sociedade, o jornalista precisa atuar cada vez mais como um mediador de saberes, ponte-de-mão-dupla entre indivíduos que detêm diferentes tipos de informação, do leigo ao cientista. Como ponte-de-mão-dupla, a mídia é instrumento da bioética. Só então, tendo os meios de comunicação como aliados, indivíduos com deficiência terão mais oportunidades de revelar ao mundo o quanto são capazes de contribuir com seus talentos para a construção do bem comum.

Claudia Werneck

jornalista Amiga da Criança, responsável pelo projeto “Muito prazer, eu existo” e diretora executiva da ONG Pró-Sociedade Inclusiva

Relevância Social

Evolução dos temas

Tema	Evolução do Índice Percentual Temático
1º - Educação	- 2,7%
2º - Protagonismo Juvenil	27,6%
3º - Cultura	- 24,8%
4º - Direitos & Justiça	- 31,2%
5º - Formação Profissional	- 27,5%
6º - Saúde	33,3%
7º - Sexualidade	19,1%
8º - Aids & DST	78,5%
9º - Violência	25%
10º - Mídia	55,6%
11º - Família	- 7,1%
12º - Drogas	- 23,5%
13º - Projetos Sociais	- 20%
14º - Gravidez	- 12,5%
15º - Meio Ambiente	- 25%
16º - Portadores de Deficiência	- 23%

60

Protagonismo Juvenil e Direitos & Justiça são ótimos exemplos de temáticas durante bom tempo relegadas a segundo plano pela maior parte dos veículos da mídia jovem e que, gradualmente, passaram a receber o merecido destaque em suas páginas. A mesma maturidade editorial se faz necessária agora para dar visibilidade às retrancas que se encontram em pior colocação nesta tabela.

Os leitores jovens simplesmente não podem ficar alheios a questões como a gravidez precoce - um dos problemas mais cruciais enfrentados pelo país atualmente - e a situação da mais absoluta exclusão vivida por pessoas portadoras de deficiência.

As Categorias de Veículos

Temas mais abordados e veículos mais atuantes segundo os quatro grupamentos de publicação focalizados pela ANDI: suplementos **Standard**, suplementos **Tablóide**, **Páginas** de jornal e **Revistas**. Os programas de **Televisão** para jovens também são analisados aqui.

A Evolução nas Categorias

Do momento em que a **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** deu início à classificação das temáticas de **Relevância Social** (edição maio-julho/97) até a presente edição, o comportamento editorial de alguns grupamentos de veículos evoluiu sensivelmente.

O caso mais expressivo é o das **Páginas**, que de meros 12,3% de reportagens focadas em questões socialmente relevantes, atinge agora a ótima marca de 38,7% - acima inclusive da própria média geral de **Relevância Social**.

62

Tablóides

Na primeira vez em que foi medido o índice de **Relevância Social** na **Pesquisa ANDI**, os **Tablóides** surgiam com bons 26,7%. Após crescimento constante a praticamente cada edição, atinge agora substanciais 44,9% - o melhor número registrado nos últimos em dois anos.

Além disso, a categoria se destaca na presente edição por comparecer com 54,6% das matérias relativas à retransca **Educação** publicadas nos últimos seis meses pela mídia jovem. As 160 inserções obtidas pelo tema, o colocam em segundo lugar entre os mais abordados pelos **Tablóides**, atrás apenas de **Artes**, que soma 176.

A cobertura de **Educação** dada pelos **Tablóides** representa hoje 13,9% de todas as 115 inserções acumuladas pela categoria na presente **Pesquisa**. Entre os principais responsáveis por este desempenho se destaca o **Gabarito**, que contribuiu com mais de metade das inserções. Mas **Zep** e **For Teens** também se dedicam à **Educação** com insistência e competência.

Relevância Social Índices por Categorias de Veículos

Categorias	Pesq. 2	Pesq. 3	Pesq. 4	Pesq. 5	Pesq. 6
Tablóides	26,7%	31,4%	31,1%	42,6%	44,9%
Standards	30,3%	29,7%	32,2%	38,7%	38,4%
Páginas	12,3%	23%	28,5%	43,5%	38,7%
Revistas	17,8%	17,1%	19,7%	23,6%	21,7%

A pequena redução no índice geral de Relevância Social acusada na presente edição (0,8%) é reflexo do comportamento de três das quatro categorias de veículos. Apenas os Tablóides melhoraram seu desempenho nos últimos seis meses.

Periferia, desemprego e o poder do professor

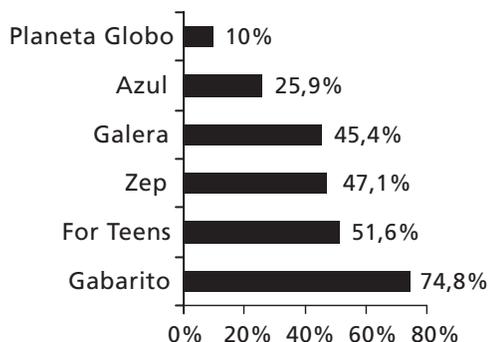
Destacamos a seguir algumas das matérias de qualidade publicadas pelos **Tablóides** entre novembro/98 e abril/99:

- O movimento hip hop, que tem se transformado em sinônimo de cidadania e contestação em todo o Brasil, com ampla cobertura dos suplementos jovens, foi focalizado pelo **Gabarito**: em 26/02 (capa e pgs. 4 e 5) reportagem mostrou como o grupo Concentração Organizada dos Jovens de Atitude, de Belo Horizonte, agita as ruas das cidades mineiras dando voz aos adolescentes da periferia.
- A angústia e ansiedade em que vivem os filhos de pais desempregados foram retratadas em 'Meu pai perdeu o emprego', do **Gabarito** (capa e pgs. 4 e 5, 22/01).
- Na edição do dia 08/11 (capa e pgs. 4 e 5), o **Planeta Globo** documentou a participação dos jovens na Gincana Planeta Globo Amigos de Escola, que arrecadou dinheiro para financiar a merenda de estudantes carentes no Nordeste.
- O **Zep** esclareceu sobre os diversos perigos à saúde decorrentes da exposição excessiva ao sol em 'No verão, não vire pimentão' (capa e pg. 5, 21/11).
- Em 'Sedução no ensino auxilia aprendizado' (pg. 9, 06/12), o **Azul** divulgou os interessantes resultados de estudo sobre a relação de poder entre professor e aluno dentro de sala de aula, realizado pelo Departamento de Lingüística Aplicada da Universidade de Campinas.
- Em 'Pensando no Futuro' (capa e pgs. 4 e 5, 06/03), o **Galera** divulgou o projeto Adolescente Cidadão, que ensina várias profissões para 150 jovens de São Luís.

- A depressão, uma doença grave e que atinge muitos jovens, foi destaque do **For Teens** em 'Depressão é um lado escuro da adolescência' (capa e pgs. 4 e 5, 24/12).



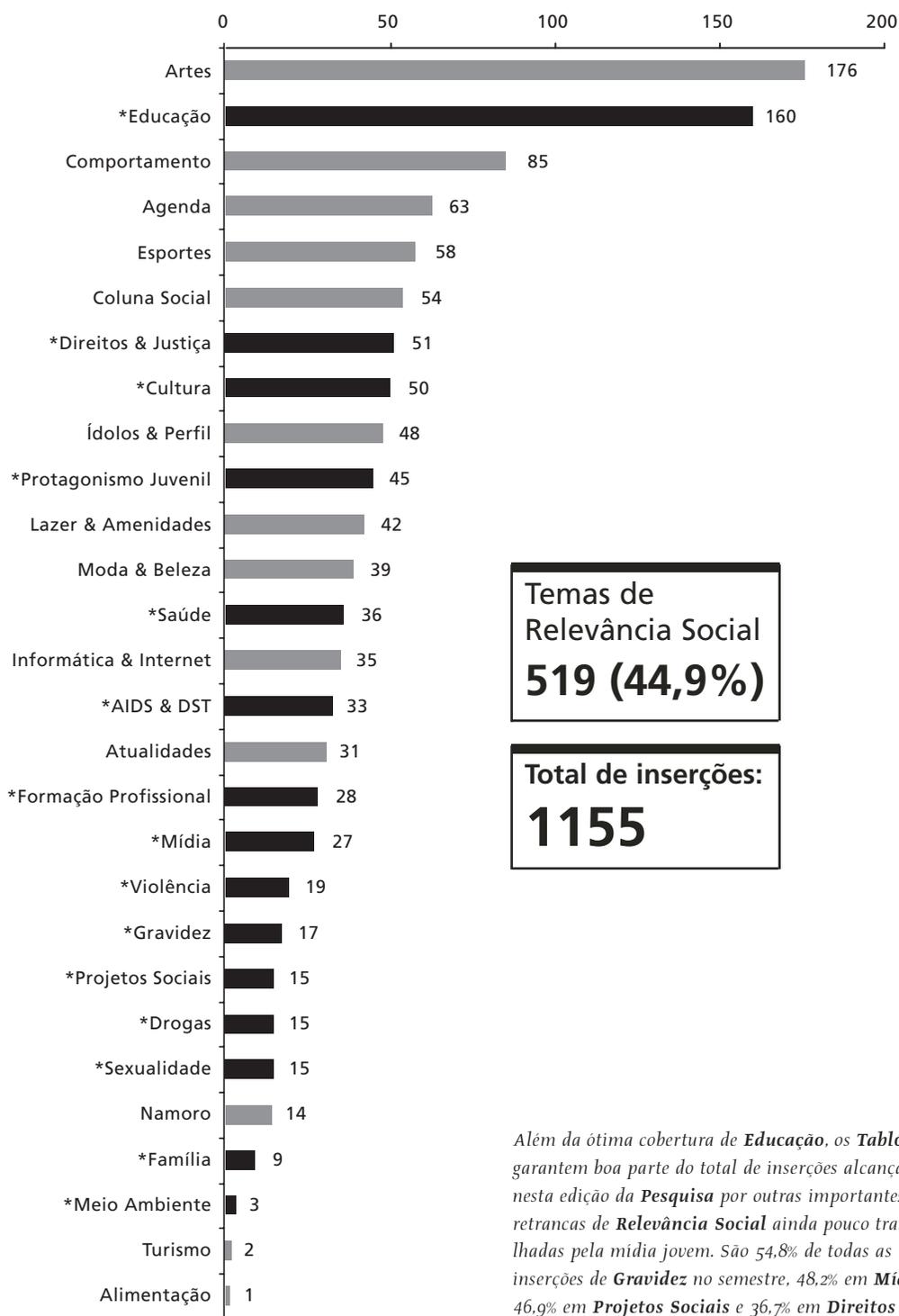
Tablóides - Relevância Social



Média da Categoria: 44,9%

Na quarta edição da **Pesquisa ANDI** (novembro/97 a abril/98) os **Tablóides** eram dez. Dos seis hoje em atividade, o compromisso com os temas de **Relevância Social** permanece como marca de quatro. O **Azul**, que costumava integrar este grupo, cai agora para um índice bem abaixo da média geral dos 25 veículos pesquisados, que é de 36,1%. Já o **Planeta Globo** segue sua trajetória centrada basicamente em temas de entretenimento, onde se impõem matérias sobre os lançamentos dos produtos da indústria cultural. O Rio de Janeiro continua lindo?

Tablóides - Temas



Além da ótima cobertura de **Educação**, os **Tablóides** garantem boa parte do total de inserções alcançado nesta edição da **Pesquisa** por outras importantes retransmissoras de **Relevância Social** ainda pouco trabalhadas pela mídia jovem. São 54,8% de todas as inserções de **Gravidez** no semestre, 48,2% em **Mídia**, 46,9% em **Projetos Sociais** e 36,7% em **Direitos & Justiça**.

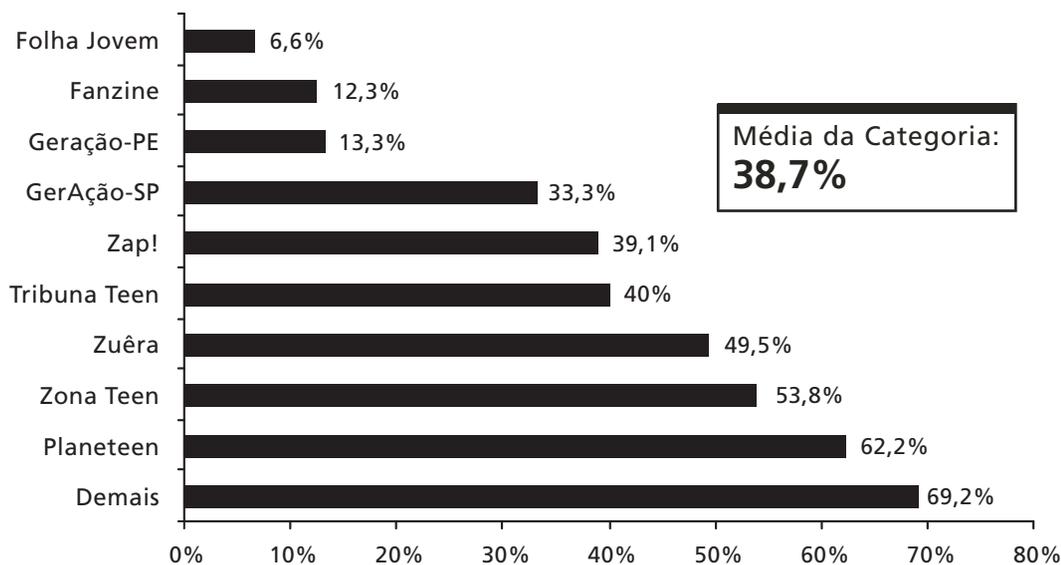
Páginas

As **Páginas** contribuem, na presente **Pesquisa**, com um total de seis dos 13 veículos acima da média em termos de **Relevância Social** (ver pg. 17).

No entanto, deve ser lembrado que as **Páginas** sofrem com a limitação de espaço. Editorialmente falando, quando privilegiam matérias consistentes em **Relevância Social**, automaticamente eliminam naquela edição as pautas de entretenimento - item de interesse de seu público. As **Páginas** são normalmente temáticas.

Vale assinalar, também, que na presente edição as **Páginas** contam com índice de 38,7%, contra 43,5% registrados no período anterior (maio-outubro/98), quando a categoria detinha a melhor marca em **Relevância Social**. Esta considerável redução é resultado de um processo coletivo: com excessão do **Demais**, todas as outras nove **Páginas** sofreram contração no volume de suas inserções socialmente relevantes.

Páginas - Relevância Social



A categoria **Páginas** é a única que teve aumento no número total de veículos ao longo dos últimos 12 meses pesquisados pela ANDI - isto apesar do **Megazine** (O Tempo-MG) haver deixado de circular e do **Circulando** (O Popular-GO) ter se transformado no suplemento **Pop**. O fenômeno é explicado pelo fato de diversas empresas haverem reagido à crise recessiva reduzindo seus suplementos ao formato página. Nesta

condição estão o **Demais**, o **Zap!** e o **Geração-PE**. Destes três, o **Geração-PE** optou também por uma linha editorial absolutamente comprometida com o entretenimento, trocando um excelente índice de 48,3% pelos atuais 13,3%. Com isso, desceu do sétimo lugar no gráfico das publicações mais atuantes em termos de **Relevância Social** de nossa edição anterior, para o 21º na atual.

Situação da infância, sexualidade e trote solidário

Boas reportagens marcaram o desempenho das **Páginas** de jornais entre novembro/98 e abril/99:

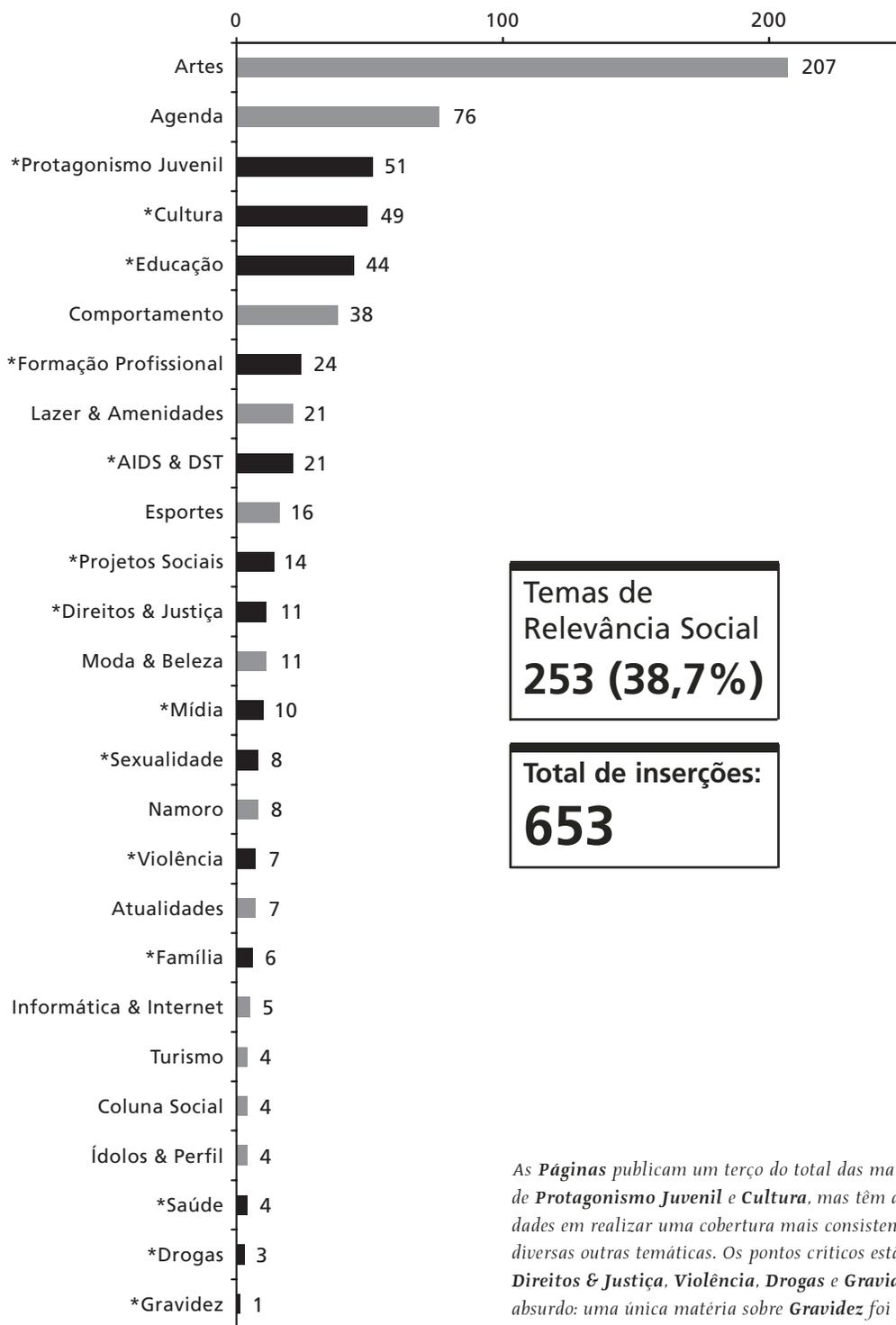
- No dia 16/04, o **Zap!** ('Expedição redescobre o Brasil') abriu espaço para retratar as atividades da Expedição Caiçara, grupo de 28 alunos de colégios de São Paulo decididos a documentar, a bordo de uma escuna, a cultura brasileira caiçara.
- O **Zona Teen** divulgou os dramáticos números do relatório 'Situação Mundial da Infância - 1999', preparado pelo Unicef, que alerta para o fato do Brasil ter mais de 1 milhão e 120 mil crianças fora da escola ('Educação já!', 15/12).
- Em 'Saúde Portátil' (03/04), o **Planeteen** documentou a importância do kit 'Saúde e cidadania', que busca auxiliar meninas entre dez e 14 anos a descobrir sua sexualidade de forma positiva.
- A I Bienal da Cultura, organizada pela União Nacional dos Estudantes, foi documentada pelo **Zuêra** ('Bienal mostra a cara do novo estudante', 23/01).
- O **Geração-PE** dedicou-se a uma análise do comportamento jovem dos últimos 30 anos em 'Cara a cara com os anos 90' (29/03).
- A opção que muitos 'calouros' fazem pelo trote solidário, com o incentivo de universidades e instituições assistenciais, foi destaque do **GerAção-SP** ('Menos violência, mais ação', 27/02).
- O medo e a vergonha que perseguem os jovens que se descobrem homossexuais foram retratados de forma direta em 'Convivendo com a diferença', do **Demais** (17/01).

- Em abril, o **Tribuna Teen** aprofundou-se no estudo da história da adolescência, com as reportagens 'A história dos jovens' (06/04), 'Os diversos mundos da juventude judaica' (13/04), 'A juventude da Itália Medieval' (20/04) e 'Os jovens nos primórdios da era moderna' (27/04).

- O preocupante aumento do consumo prematuro das drogas lícitas - especialmente das bebidas alcoólicas e do tabaco - por parte dos jovens foi abordado pelo **Fanzine** de 18/11. Foi analisado também o fato dos adolescentes estarem iniciando cada vez mais cedo o contato com essas drogas.



Páginas - Temas



Temas de Relevância Social
253 (38,7%)

Total de inserções:
653

As **Páginas** publicam um terço do total das matérias de **Protagonismo Juvenil** e **Cultura**, mas têm dificuldades em realizar uma cobertura mais consistente de diversas outras temáticas. Os pontos críticos estão em **Direitos & Justiça**, **Violência**, **Drogas** e **Gravidez**. O absurdo: uma única matéria sobre **Gravidez** foi publicada nos seis meses - ou em 245 edições.

Standards

O conjunto dos suplementos *Standards* vem mantendo boa média ao longo das várias edições da *Pesquisa ANDI* no que se refere à publicação de matérias de *Relevância Social*. Em nossa segunda edição (maio-julho/97), a categoria era a melhor colocada entre as quatro, com 30,3% - número bem acima da média geral dos veículos, de 24,2%. Agora, os *Standards* alcançam 38,4%, diante de uma média geral de 36,1%.

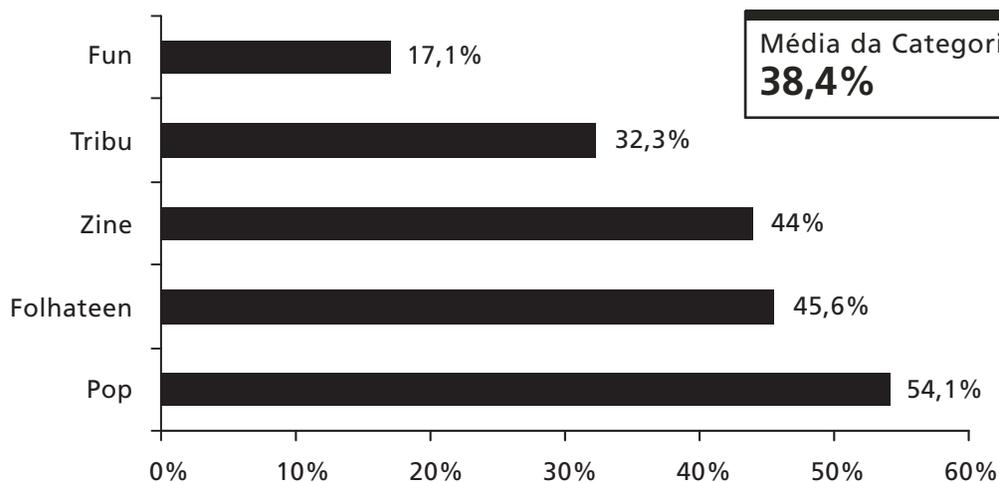
Por outro lado, individualmente os *Standards* nunca se destacaram por uma forte presença entre os veículos que mais abrem espaço para as temáticas socialmente relevante. Agora, apesar do universo da categoria haver sofrido redução de sete para cinco publicações, os *Standards* têm três representantes no gráfico de 'Veículos Acima da Média' (ver pg. 17), estando o *Pop* em ótima quarta posição.

Entorpecentes, fraudes de carteirinhas e intercâmbio

Entre os suplementos *Standards*, no período entre novembro de 98 e abril 99 foram publicadas diversas reportagens merecedoras de atenção:

- Em 'Jovens descobrem o Terceiro Setor' (15/03, capa e pg. 5), o *Folhateen* mostrou como o Terceiro Setor apresenta-se hoje como um novo e promissor nicho de trabalho, com ótimas opções para as centenas de jovens que se formam todos os anos. Em 'Bloco de drogas desfila no Carnaval' (capa e pg. 1, 15/02), denunciou como as drogas, além de causarem graves problemas de saúde, estão se tornando uma via de disseminação de vírus HIV. E isso mesmo para quem não usa substâncias injetáveis, pois pesquisas já provaram que qualquer droga estimula o comportamento de risco.

Standards - Relevância Social



O *Folhateen* - 2º em quantidade nos *Standards* - segue como melhor referência qualitativa na abordagem edi-

torial das temáticas mais relevantes, entre os 25 veículos pesquisados.

- A vida dos portadores de deficiência, pessoas que mais lutam para contar com os direitos elementares de todo o cidadão, foi amplamente documentada pelo **Zine** ('Deficiência Física', capa e pgs. 3 e 8, 02/11). A dificuldade enfrentada por jovens dependentes que buscam se livrar das drogas e encontram suporte na arte foi tema da reportagem 'Alívio através da arte' (capa e pg. 8, 15/03).

- As fraudes no sistema de concessão da carteirinha estudantil, que garante a meia-entrada para estudantes em espetáculos culturais em Goiânia, foi tema da reportagem 'A farra das carteirinhas', do **Pop** (capa e pg. 3, 19/11). Em edições posteriores, o suplemento continuou acompanhando o desenrolar das denúncias ('A fraude da carteirinha é investigada pelo MP', pg. 2, 26/11 e 'Mais rigidez nas carteirinhas de estudante', pg. 2, 29/04). O suplemento também se dedicou a buscar as razões da incrível cifra de 3 milhões de adolescentes brasileiros fumarem, em 'Tragadas de ilusão', (capa e pg. 3, pg. 21/01). Já em 'Onda Errada' (capa e pgs. 2 e 3, 08/04), retratou como as drogas em geral arrastam famílias inteiras para o inferno da dependência química e até para a morte por overdose.

- Em 'Chove Chuva' (pg. 2, 05/03), o **Fun** destacou a iniciativa de jovens que prestaram auxílio para as vítimas do excesso de chuvas que se abateu sobre Curitiba.

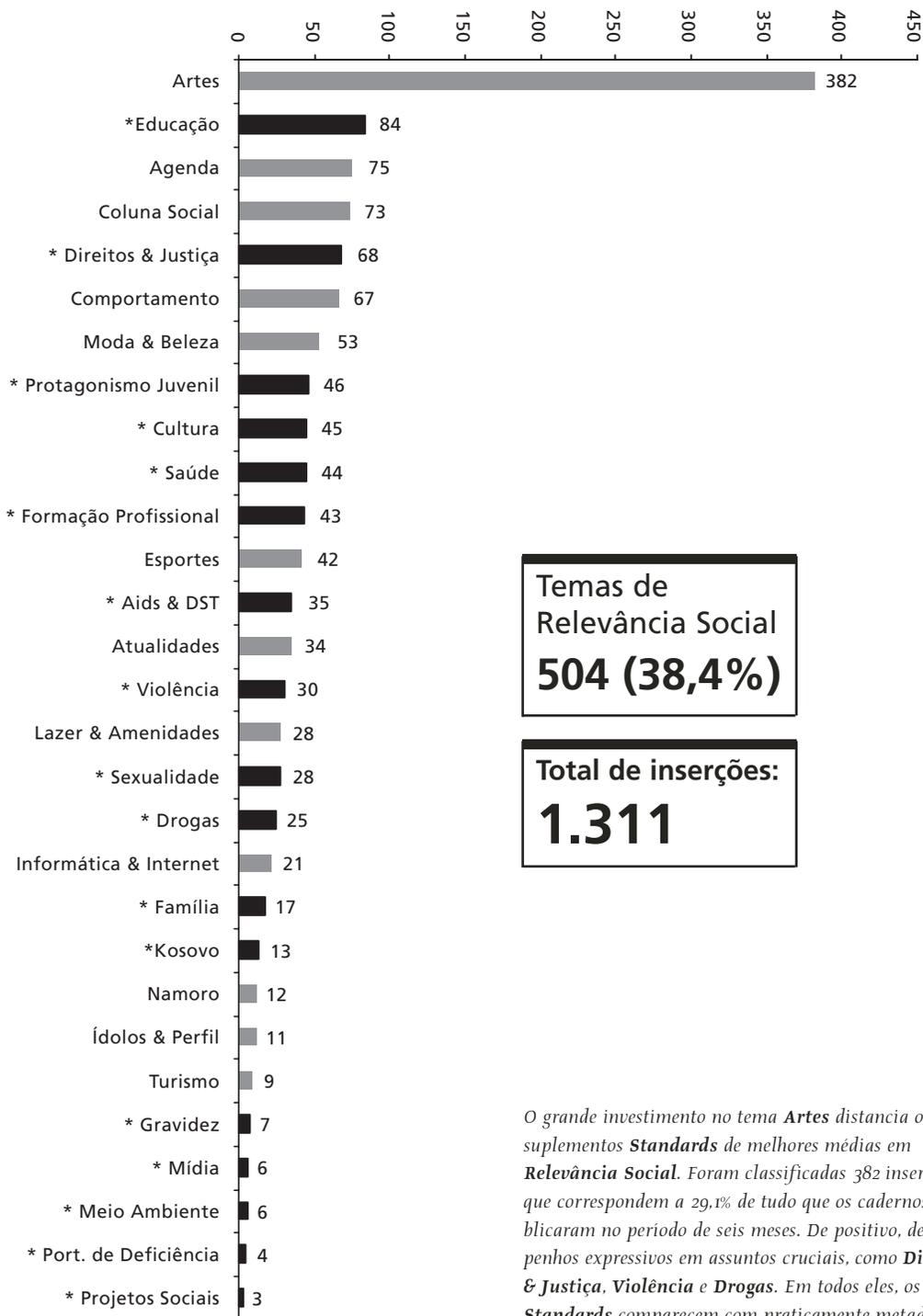
- Em 'Universidade Aberta: na batalha por um ideal' (pg. 2, 16/01), o **Tribu** documentou as ações do grupo Reviver - estudantes que realizam intercâmbio de informações e vivências entre universitários e recém-formados de toda a América Latina. A dramática situação de meninas carentes

em Santos, que apelam para as drogas como meio de sublimar a realidade em que vivem, foi tema da reportagem 'Olhem as nossas meninas ...' (capa e pg. 6, 20/02).

- Em 'A sua escola tem grêmios?' (capa e pg. 3, 22/04) o **Pop** denunciou o fato da maioria dos colégios de Goiânia não estimular a criação de entidades estudantis, apesar desse ser um direito garantido por lei federal.



Standards - Temas



O grande investimento no tema **Artes** distancia os suplementos **Standards** de melhores médias em **Relevância Social**. Foram classificadas 382 inserções, que correspondem a 29,1% de tudo que os cadernos publicaram no período de seis meses. De positivo, desempenhos expressivos em assuntos cruciais, como **Direitos & Justiça**, **Violência** e **Drogas**. Em todos eles, os cinco **Standards** comparecem com praticamente metade de todas as inserções geradas pelos 25 veículos pesquisados.

Revistas

Em edições anteriores da *Pesquisa ANDI* temos destacado que o perfil editorial das *Revistas* é absolutamente diverso daquele das páginas e suplementos de jornais.

Desde o início da classificação de temas

de *Relevância Social* pela ANDI (maio-julho/1997) o índice relativo às *Revistas* oscila sempre na faixa dos 20% - enquanto as três demais categorias já trabalham em torno dos 40%.

Revistas e suplementos/páginas de jornais Principais características

Características	Suplementos e Páginas	Revistas
Público alvo	Garotos e garotas	Basicamente as meninas
Comercial	Embora a maioria veicule publicidade, não dependem de faturamento: são considerados pelos jornais investimento para a formação de futuros leitores.	Dependem diretamente da venda em banca e da publicidade para assegurar sobrevivência. Profundamente comprometidas com os interesses da indústria de moda e beleza.
Concorrência	Praticamente não existe. São poucas as cidades com dois ou mais suplementos.	Cresce cada vez mais entre as que integram esta <i>Pesquisa</i> . Cresce também a disputa com outras publicações para jovens, onde informação não é propriamente o negócio.
Circulação	Atuam regionalmente	Têm o compromisso de dialogar com leitoras de todo o país.
Periodicidade	Periodicidade semanal.	Periodicidade quinzenal ou mensal e prazos de fechamento das edições antecipados, o que agrava sua dificuldade em trabalhar pautas factuais.

As acentuadas diferenças de contexto entre *Revistas* e suplemento/páginas de *Jornais* não eximem as primeiras da responsabilidade de dar maior visibilidade a temas que contribuam para o processo de formação de suas leitoras enquanto cidadãs conscientes e

participativas. Do tempo das fotonovelas para os dias de hoje, profundas transformações tiveram curso no universo das publicações dirigidas às garotas. E de se esperar, no mínimo, que este processo de ampliação de perspectivas editoriais tenha seguimento.

A orientadora educacional, os soropositivos e a anoxeria

A seguir, algumas das boas reportagens publicadas pelas **Revistas** ao longo do período trabalhado por esta edição da **Pesquisa**:

- Na edição de 31/01 ('Mãe aos 15 anos', pgs. 26 a 29), a **Capricho** discutiu dado alarmante apresentado no V Congresso de Ginecologia e Obstetrícia - as filhas de mães adolescentes têm vinte vezes mais chances de passar por uma gravidez prematura. Em 'Pra que orelhas tão grandes' (28/02, pgs. 24 a 26), a revista analisou de forma direta e objetiva o papel da orientadora educacional, que deve auxiliar o aluno em dificuldades. Mas, às vezes, essa mesma profissional pisa na bola e torna a vida do jovem um terror. E na edição de 11/04 (pgs.102 a 105), mostrou como o piercing e a tatuagem podem representar um risco à saúde.

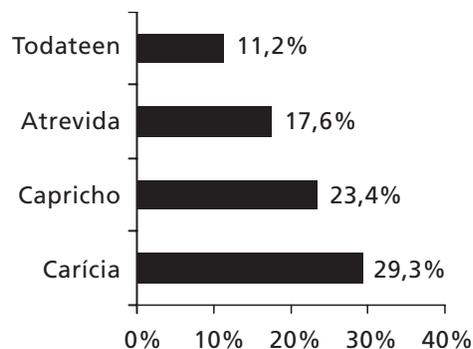
- Ao fazer extensas entrevistas com Astrid Fontenelle e Jairo Bauer, dois apresentadores de programas jovens da MTV brasileira, a **Carícia** (04/03, pgs. 6 a 11 e 18/03, pgs. 8 a 13) revelou como a emissora está se tornando uma referência na programação informativa para o público adolescente. A revista teve outro ponto alto ao desmistificar a idéia de que o portador do vírus HIV não pode manter uma vida sexual normal, mostrando como jovens soropositivos que buscam por apoio conseguem dar a volta por cima e passam a viver plenamente sua sexualidade (18/03, pgs. 24 a 29). E em 'As doenças da década'(pgs. 34 a 39, 10/12), a publicação radiografou os perigos da anorexia e da bulimia, doenças que atingem um número cada vez maior de meninas dispostas a tudo para alcançar o padrão de beleza exigido pelo mercado.

- A timidez, que não é um defeito de caráter, mas sim um comportamento que tem seus pontos positivos e pode ser facil-

mente atenuado, foi assunto da matéria '20 dicas para vencer a timidez', da **Atrevida** (abril, pgs. 64 a 67). Na edição de novembro ('Na mira do preconceito', pgs. 52 a 58), a revista reuniu adolescentes para debate sobre comportamentos preconceituosos.

- A **Todateen** ('Tira essa mão boba daí', pgs. 76 a 78, abril) deu dicas de como a jovem pode mostrar ao seu namorado se está ou não preparada para transar. Em 'Será que eu sou?' (encarte 'SuperLigada!', março, pgs. 4 e 5), a revista falou de forma direta e esclarecedora sobre a homossexualidade. E na edição de fevereiro ('Maria Fumaça', pgs. 64 a 66) apontou os males causados pelo cigarro e os caminhos que levam ao vício.

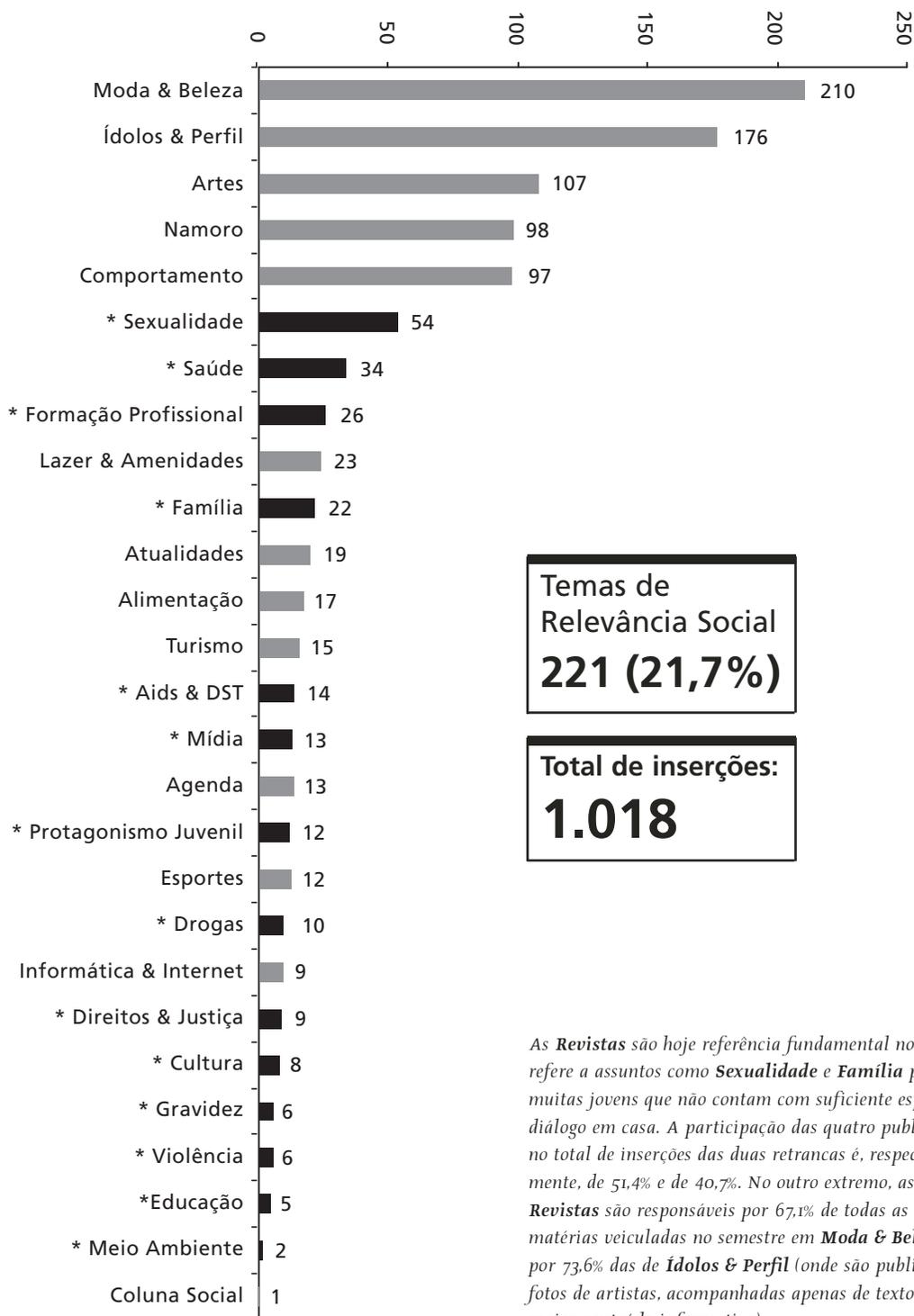
Revistas - Relevância Social



Média da Categoria: 21,7%

Em todas as edições da **Pesquisa ANDI** a **Carícia** se destaca entre as **Revistas** como a de melhor desempenho diante de temáticas de **Relevância Social**, quase sempre com índices em torno de 30%. Invariavelmente, também, a **Capricho** ocupa o segundo lugar, mantendo uma linha de evolução constante: de 12,7% em maio-julho/97 até os 23,4% da presente edição. Ambas são editadas pelo grupo Abril. **Atrevida** (Ed. Símbolo), com uma média de 15% na maioria das edições e **Todateen** (Ed. Alto Astral, sempre na faixa de 10%), também não alternam posição neste gráfico. Deve-se observar ainda que **Atrevida** e **Todateen** são publicações mensais. As outras duas são quinzenais, o que facilita melhor relação com vários temas de interesse de seu público.

Revistas - Temas



As **Revistas** são hoje referência fundamental no que se refere a assuntos como **Sexualidade** e **Família** para muitas jovens que não contam com suficiente espaço de diálogo em casa. A participação das quatro publicações no total de inserções das duas retrancas é, respectivamente, de 51,4% e de 40,7%. No outro extremo, as **Revistas** são responsáveis por 67,1% de todas as matérias veiculadas no semestre em **Moda & Beleza** e por 73,6% das de **Ídolos & Perfil** (onde são publicadas fotos de artistas, acompanhadas apenas de textos sem maior conteúdo informativo).

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>

O barraco nobre

Os programas de televisão para adolescentes estão na ordem do dia. Durante muito tempo tratados pelas emissoras comerciais como segmento não prioritário, nos últimos meses registraram intensa movimentação nos bastidores, com vários apresentadores e diretores trocando de casa. Mas a melhor prova de que os programas para jovens realmente cresceram e apareceram está no fato de que ultimamente não faltam fofocas e boatos em torno de prováveis transferências de seus apresentadores mais famosos - tudo do jeito que a grande TV gosta.

Reconhecendo o potencial do filão jovem, a Bandeirantes contratou Astrid Fontenelle, expoente da boa qualidade da programação socialmente relevante da MTV, da qual o **Barraco** é o melhor exemplo. Seu novo programa deverá estreiar no segundo semestre. A VJ Soninha foi escolhida para substituí-la no **Barraco**.

Mais recentemente, o pioneiro Serginho Groisman voltou a ser centro das atenções: fala-se em seu nome tanto para comandar programa na Rede Globo, quanto para substituir o vácuo que Jô Soares deixará na programação noturna do SBT.

É possível que impulso adicional a esta maré positiva para a programação jovem de televisão tenha vindo do sucesso repentino alcançado pelo até então obscuro **H**, capi-

taneado por Luciano Huck na Rede Bandeirantes. O carisma do personagem Tiazinha junto aos adolescentes levou o **H** para o horário nobre - e a própria para o estrelato, com direito à programa individual que deve estreiar nos próximos meses. Não é propriamente o tipo de "liderança juvenil" de que o país precisa, mas é um acontecimento comercial.

Em meio a toda esta agitação, mais avanços do que retrocessos podem ser constatados na qualidade da programação gerada para o público adolescente.

Outras novidades do segmento ficam por conta da MTV, que garantiu público cativo e muito espaço na mídia com a criação do **Erótica**, programa onde a apresentadora Babi e o psiquiatra Jairo Bouer respondem às mais diferentes questões dos adolescentes sobre sexualidade. A emissora estreou também novo programa mensal, **Futuro**, para debater em profundidade questões que contribuem para a preparação do adolescente para a vida.

A nota triste fica por conta do desaparecimento do excelente **Cor da Cidade**, programa gerado regionalmente pela TV Brasília, filiada à Rede Manchete.

Perfis diferenciados

É importante analisar a programação jovem de televisão segundo três categorias diferentes de programas.

Aqueles mantidos pelas emissoras estatais - **Turma da Cultura**, **Caderno Teen**, **Na Arquibancada** - tendem cada vez mais a assumir um perfil educativo, destacando a presença de temáticas de **Relevância Social**, sempre sem prejuízo do fator entretenimento.

Em função das características bastante diferenciadas da MTV - canal fechado na maioria das cidades - seus três ótimos programas focalizados pela presente **Pesquisa** podem ser considerados como um grupo à parte. Eles representam a intenção da emis-

sora de estabelecer - em meio a doses abusivas de entretenimento - um espaço privilegiado para a discussão das questões mais importantes do universo jovem.

Já os programas das redes comerciais centram suas baterias essencialmente em atrações do showbiz, abrindo espaços - que podem variar muito em frequência, forma e conteúdo - para os assuntos que contribuem para uma formação mais cidadã de seu público. A exceção neste formato é o **Altos Papos**, até agora mantendo-se como quadro fixo do **Fantástico**.

Os Programas Jornalísticos/Educativos

Turma da Cultura - Levado ao ar de segunda a sexta e mantendo o formato original - é apresentado por um grupo de três adolescentes e enriquecido pela presença obrigatória de especialistas - o **Turma da Cultura** continua na linha de frente da programação juvenil de TV sensível às temáticas de **Relevância Social**.

Ao longo do semestre pesquisado, o programa valorizou questões como sexualidade, protagonismo e drogas.

O jovem acredita na mídia

Bonito e saudável. Problemático. Violento. Trabalhador e estudioso. Nessa ordem. Assim os programas de TV querem mostrar os jovens, segundo a opinião deles próprios quando ouvidos na recente pesquisa **Fala, Galera - Juventude, Violência e Cidadania na Cidade do Rio de Janeiro**, realizada por Unesco e Fiocruz, com apoio do Instituto Ayrton Senna e da Fundação Ford. Em relação à imagem da juventude construída pela mídia, os jovens dos diferentes estratos sociais têm opiniões variadas, embora, no conjunto, acusem a televisão de retratar a juventude associando-a às drogas, ao sexo e à baderna, ou, em outro extremo, de transmitir a idéia de 'geração saúde'. Quanto à influência da TV sobre a juventude, mais de 30% dos entrevistados atribuiu à televisão uma influência positiva.

Portanto, há espaço a ser explorado pela mídia junto ao jovem e há que se

pensar melhor o aproveitamento desse espaço. O Rio de Janeiro espelha uma realidade que provavelmente é a da maioria dos jovens dos centros urbanos do país. A pesquisa merece ser observada com atenção. O jovem ainda acredita nos meios de comunicação. Portanto, a mídia tem na juventude um potencial a ser explorado mais e melhor. Por outro lado, o jovem merece ser ouvido a fim de que a programação seja adequada à sua realidade.

Isso vale tanto para a TV quanto para os demais meios. A um espaço cada vez maior sobre e para o jovem deve corresponder uma preocupação com o conteúdo do que se veicula, sob pena de termos um bombardeio de informações, mas nenhuma realmente comprometida com os interesses e as necessidades da juventude brasileira.

Jorge Werthein

representante da Unesco no Brasil

A primeira transa foi focalizada em 19/01 e a camisinha em 05/02. Jovens que de alguma forma contribuem para melhorar o País visitaram o programa em 20/04. O alcoolismo foi tema no dia 27/01 e a maconha em 30/03. Outro ótimo momento teve lugar no dia 31/03, quando o programa mostrou como vivem os jovens portadores de deficiência auditiva.

Caderno Teen - Desde que entrou no ar, em novembro/98, o **Caderno Teen** vem se mostrando um excelente espaço para o público adolescente refletir sobre a realidade que o circunda. O programa destaca-se por ser apresentado por um jovem (Leonardo Almeida) e por eleger, com saudável frequência, pautas sobre assuntos de **Relevância Social**. Um dos melhores exemplos está nas edições dos dias 13/01 e 27/02, quando mereceram tratamento coerente diversas iniciativas que buscam aplicar as medidas sócio-educativas previstas no Estatuto da Criança e do Adolescente para a reabilitação de jovens infratores. Outra iniciativa de vulto foi a excelente cobertura da equipe do **Caderno Teen** para o seminário "Vem Ser Cidadão", sobre protagonismo juvenil, realizado em novembro no Paraná.

Na Arquibancada - Produzido pela MultiRio (empresa ligada à prefeitura carioca) e apresentado em canal aberto aos domingos na TVE, o **Na Arquibancada** apresenta-se como um real espaço de discussão de temas relevantes ao universo jovem. O programa caracteriza-se pela criatividade no enfoque das questões abordadas e, principalmente, pela profundidade das discussões.

O **Na Arquibancada** passou a ser acompanhado pela ANDI, por meio da publicação semanal **Radicais Livres**, em fevereiro. Até abril, havia levado ao ar diversos assuntos capazes de despertar a

reflexão de seu público. Um bom exemplo foi o programa veiculado em 28/02, que questionou a qualidade de vida em uma sociedade competitiva, lembrando da necessidade de desenvolver-se o espírito de solidariedade. Outro ponto alto foi ao ar em 18/04, quando a deficiência física e os desafios enfrentados por aqueles que sofrem com doenças, distúrbios ou síndromes que geram algum tipo de limitação mereceram destaque.

Este, por sinal, foi um dos raros e melhores momentos em que a mídia jovem abriu espaço para lidar com a realidade dos portadores de deficiência, durante todo o semestre pesquisado.

Os Programas da MTV

Barraco - O programa continua, semanalmente, instigando o debate de questões que afetam diretamente a vida e o comportamento dos adolescentes. A violência, por exemplo, foi assunto para diversos programas. No dia 23/03, foi discutida a violência policial. E na semana seguinte, foi a vez dos cães treinados por seus donos para serem extremamente ferozes.

É bem possível que a saída de Astrid Fontenelle venha a afetar a qualidade do **Barraco**. Muito vai depender do fôlego jornalístico da nova titular, a VJ Soninha, que já assistia a antiga apresentadora na produção do programa e vem se impondo como uma das boas revelações da MTV.

Erótica - Mesmo com pouco tempo de vida, o programa tornou-se importante meio dos adolescentes informarem-se sobre questões relacionadas à sua sexualidade. Os espectadores do **Erótica** integram a legião dos jovens que, segundo recente pesquisa realizada pela CPM Market Research, têm nos programas de televisão a segunda maior fonte de informações à respeito do tema, logo atrás das conversas

com os amigos.

Embora alguns especialistas considerem excessivamente superficial e banalizadora a maneira como o **Erótica** trata as temáticas ligadas ao sexo - expondo, por exemplo, detalhes da intimidade dos artistas e personalidades convidados - merece reconhecimento o amplo espectro de informações veiculadas pelo programa e o fato da MTV ter buscado um profissional competente - Jairo Bouer - para dar sustentação técnica à apresentadora Babi.

Futuro - O programa vai ao ar no primeiro domingo do mês (com diversas reapresentações) e conta sempre com entrevistas com especialistas e a participação de jovens envolvidos na questão em pauta - geralmente relevante para a formação de seu público. Um bom exemplo foi a edição de 30/04 dedicada ao trabalho e às perspectivas de mercado para o próximo milênio, enfocando também as fontes de renda alternativa. Outro destaque está na edição de 28/03, que discutiu - homossexualidade, sexo virtual e sexo por dinheiro.

Globo, SBT e Band

Programa Livre - Serginho Groisman continua realizando um ótimo trabalho. Em março do ano passado, o programa consolidou em definitivo seu viés jornalístico ao apresentar entrevista ao vivo com o presidente Fernando Henrique, fortemente questionado pelos adolescentes presentes ao auditório do SBT. Na recente pesquisa da CPM, o **Programa Livre** já havia sido assistido por 97% dos jovens entrevistados. Apesar de boa parte das férias escolares haverem contado apenas com reprises do programa, no período coberto pela atual **Pesquisa** foi constante a cobertura de temas relevantes pelo apresentador.

H - O programa continua usando e abusando da hiper-sensualidade para manter os jovens presos à telinha. Após o fenômeno Tiazinha, Luciano Huck investe na mesma fórmula e tenta substituir um mito criando outro. É bem provável que a loura Feiticeira não vá muito longe. Mas por sua vez a Bandeirantes também mostra-se consciente de que o programa não se sustenta por longo tempo se insistir apenas no apelo erótico e tratou de comprar o passe do competente Jorge Espírito Santo - oriundo da MTV - para dirigir o programa.

O espaço para assuntos socialmente relevantes continua sendo, prioritariamente, o quadro 'H na Lavanderia', veiculado sem data fixa. Durante o semestre pesquisado, excelentes debates foram gerados pelo quadro. Vale destacar a edição do dia 23/03, que focalizou os programas de saúde voltados para adolescentes, com a participação do Ministro da Saúde, José Serra. E também a de 30/04, que mergulhou na dramática questão do consumo e do tráfico de drogas entre os jovens.

Altos Papos - A inclusão de um quadro para adolescentes no **Fantástico** foi a maneira que a Rede Globo encontrou de iniciar seus esforços de recuperação junto a um segmento que até então merecera apenas a estereotipada trama de **Malhação**. O debate semanal entre os jovens, sempre precedido de uma reportagem sobre o tema a ser discutido, firmou seu espaço ao concentrar-se na abordagem de conflitos comuns a esta faixa da população. Em 10/01, foram focalizados os embaraços causados pela perda de ereção durante o ato sexual. Em 18/01, os adolescentes discutiram se vale ou não a pena de sair de casa e enfrentar as dificuldades de morar sozinho. E em 14/03 o tema foi a crise recessiva e a forma como afeta a vida dentro de casa.

As Regiões

Temas mais abordados e veículos mais atuantes em cada região do Brasil

A Evolução nas Regiões

O desempenho dos veículos do **Nordeste** ao longo de dois anos de **Pesquisa ANDI - Os Jovens na Mídia** é o melhor exemplo da abertura de espaço para pautas de cunho social que hoje permeia grande parte das redações da mídia jovem. Podemos atribuir à difícil realidade vivida pela região parcela considerável do estímulo para que suas publicações abracem o desafio de crescer enquanto instrumentos de formação e educação de seus leitores.

Penúltimo lugar entre as cinco regiões focalizadas no período maio-julho/97, quando iniciamos a classificação dos temas socialmente relevantes (índice de 20,4%), o **Nordeste** hoje apresenta desempenho exemplar, com praticamente metade de suas reportagens incluídas entre as de **Relevância Social**.

80

Relevância Social Índices por Regiões

Região	Pesq. 2	Pesq. 3	Pesq. 4	Pesq. 5	Pesq. 6
Nordeste	20,4%	32,6%	34,9%	45,1%	49,1%
Centro-Oeste	34,9%	29,1%	34,2%	43,8%	43,4%
Sudeste	27,1%	32,1%	32,8%	42,1%	40,6%
Norte	34,4%	31,2%	18,9%	31,5%	-
Sul	13,9%	10,4%	14,3%	25,4%	20,2%

*Inicialmente contando com dois veículos - o excelente **Caderno Jovem** (A Província do Pará) e o **Jovem** (O Estadão-RO) - hoje a região **Norte** se encontra descoberta quanto à mídia impressa dirigida ao público adolescente. Em relação às demais regiões, merece atenção o fato da*

*crise recessiva que afetou as empresas de comunicação não haver impedido o **Nordeste** de continuar crescendo em seu compromisso de veicular temas socialmente importantes. Todas as outras três regiões sofreram redução em seus índices de **Relevância Social**.*

Região Nordeste

Desde a terceira edição da **Pesquisa ANDI** (agosto-outubro/97), o **Nordeste** vem ocupando o primeiro lugar entre as regiões no que se refere à publicação de reportagens sobre temáticas de **Relevância Social**. O índice correspondente à presente edição é inédito (49,1%) e indica um caminho que merece ser adotado pelo universo da mídia jovem como um todo: o do equilíbrio no espaço dedicado ao tratamento dos temas de entretenimento e daqueles socialmente relevantes.

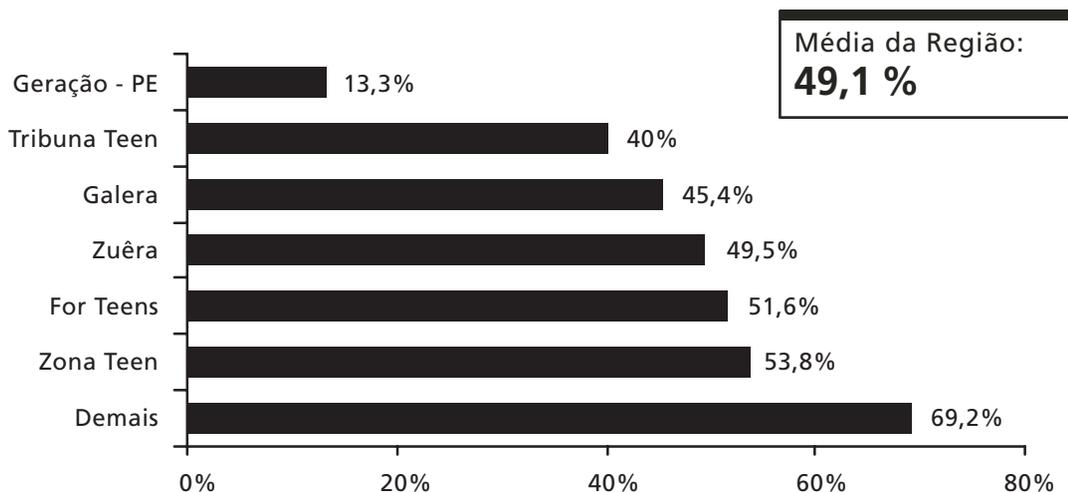
O **Nordeste** é responsável também por quase metade das 13 publicações focalizadas no gráfico de 'Veículos Acima da Média' em **Relevância Social** (pg. 17). A região conta com seis representantes neste gráfico, seguida do **Sudeste** (com quatro), **Centro-Oeste** (dois) e **Sul** (apenas um veículo).

Serviço militar, trabalho infantil e rádios escolares

Os veículos do **Nordeste** ofereceram ao público jovem uma série de boas reportagens no período de novembro/98 a abril/97:

- O crescente número de jovens que buscam o serviço militar como voluntários, principalmente por enfrentarem dificuldades econômicas, foi tema de reportagem do **Zuêra** (26/12). Na edição do dia 09/01 ('Na estrada da solidariedade'), o suplemento baiano documentou a experiência de jovens que participam do projeto Universidade Solidária.
- Em 'Terra de Gigantes', o **Zona Teen** (30/03) mostrou a importância do Programa de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil, implantado em cidades do sertão baiano.

Nordeste - Relevância Social



O desempenho dos veículos nordestinos segue como o mais consistente de todas as regiões quanto à cobertura de temáticas socialmente relevantes. Das cinco páginas

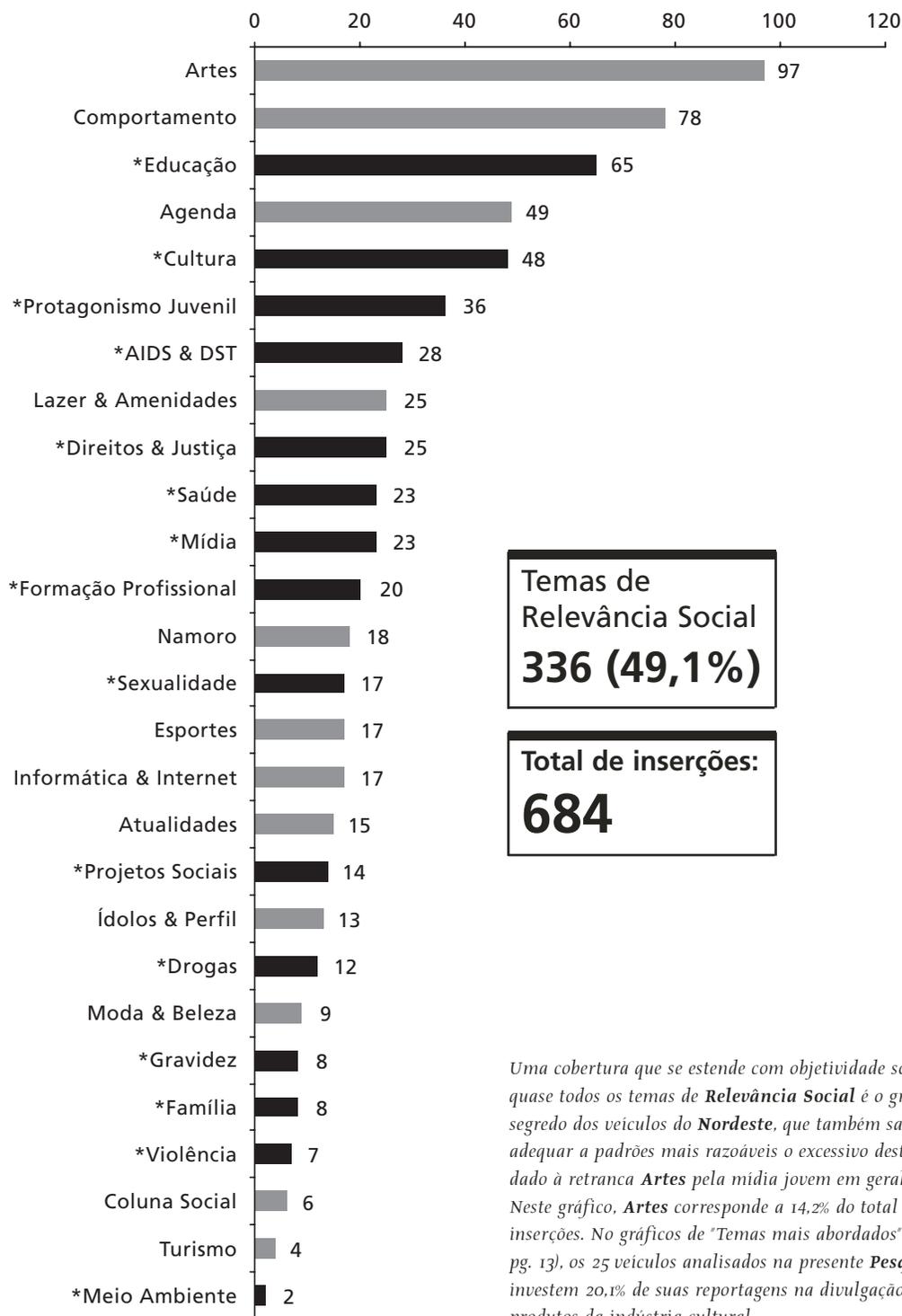
e dois tablóides aqui retratados, apenas o **Geração-PE** está abaixo da média geral de 36,1% obtida pelas 25 publicações focalizadas na atual **Pesquisa**.

- O *Demais* ('Com a boca no mundo', 13/12) deu destaque ao criativo projeto Rádios Comunitárias Escolares, implantado no Ceará com o apoio do Unicef e das coordenadorias de educação do estado e de diversos municípios. O suplemento cearense também focalizou o movimento estudantil, que hoje passa por um momento de crise ('Espírito de Rebeldia', 28/03).
- A inquietação, que faz com que muitos jovens tenham dificuldades em dedicar-se a um só hobby, foi tema da matéria 'Quero tudo!', do *Geração-PE* (16/11). E em 'Amadurecimento forçado' (25/01) a página documenta a difícil mas enriquecedora vida dos jovens que, para frequentar a universidade, são levados a morar longe de casa,
- Em 'Mãe, eu vou usar camisinha', o *Tribuna Teen* (09/02) explorou a questão do comportamento sexual de risco por parte dos adolescentes, colocando em foco o carnaval e a Aids. A vida das crianças e jovens portadores de hemofilia foi tema da reportagem 'A arte de viver a vida' (23/02).
- Os perigos que envolvem as jovens que buscam as clínicas de aborto de São Luis foram amplamente discutidos pelo *Galera*, em duas diferentes edições ('Clínicas fazem aborto à luz do dia', capa e pgs. 4 e 5, 01/01; 'De cara a cara com a prática do aborto', capa e pgs, 4, 5 e 8, 09/01).

- No dia 31/12, o *For Teens* documentou o trabalho dos adolescentes curitibanos que, ao aceitaram o desafio de reescrever o livro '*Cidadão de Papel*', do jornalista Gilberto Dimenstein, embarcaram em uma profunda viagem de reconhecimento das diversas realidades do Brasil ('Um olhar sobre os fantasmas de Curitiba', pg. 2). O trabalho da Fundação da Paz, entidade sediada em Teresina que vem conseguindo recuperar para uma vida digna diversos jovens dependentes de drogas, foi retratado em 25/03 (capa e pgs. 4 e 5).



Região Nordeste - Temas



*Uma cobertura que se estende com objetividade sobre quase todos os temas de **Relevância Social** é o grande segredo dos veículos do **Nordeste**, que também sabem adequar a padrões mais razoáveis o excessivo destaque dado à retranca **Artes** pela mídia jovem em geral. Neste gráfico, **Artes** corresponde a 14,2% do total de inserções. No gráfico de "Temas mais abordados" (ver pg. 13), os 25 veículos analisados na presente **Pesquisa** investem 20,1% de suas reportagens na divulgação dos produtos da indústria cultural.*

Região Centro-Oeste

A região **Centro-Oeste** vem destacando-se pela regularidade ao longo destes dois anos. De maneira geral, seus veículos conseguem bons índices de matérias de **Relevância Social**, não muito inferiores àqueles do **Nordeste**. Este dado é especialmente significativo no que diz respeito à atual edição da **Pesquisa**, pois nos últimos doze meses o **Centro-Oeste** sofreu sérios desfalques, com o desaparecimento do **Diário Jovem** (Diário da Serra-MS) e do **X-Tudo** (Correio Braziliense).

A região conta também com a marcante evolução do **Pop**, que melhora em quase dez por cento o bom desempenho do período anterior da **Pesquisa ANDI** (maio-outubro/98). O nítido compromisso do suplemento com os temas de **Relevância Social** foi reconhecido pelo Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo, que em abril último apontou O Popular como jornal destaque da região **Centro-Oeste** precisamente em função da maturidade editorial apresentada pelo **Pop**.

Garotos de programa, armas de fogo e educação

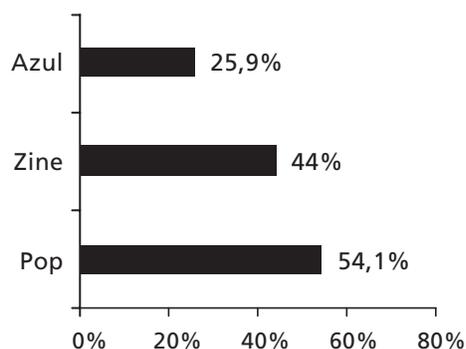
Entre os bons trabalhos publicados pelos veículos da **Região Centro-Oeste** durante o período novembro/98 a abril/99, destacamos:

- Em extensa reportagem, o **Pop** de 28/01 (capa e pg. 3) documentou a realidade dos garotos de programa em Goiânia, jovens que iniciam-se na prostituição por influência de amigos, parentes ou por problemas econômicos. No dia 04/03, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, ('Bandeira branca na guerra dos sexos', capa e pgs. 2 e 3) o suplemento mergulhou na questão das diferenças de gênero e discutiu entre um

grupo de adolescentes as temáticas relativas à emancipação feminina.

- Na reportagem 'Armas são para quem sabe, não para quem quer' (pg.3, 25/01), o **Zine** analisou o perigo que armas de fogo representam quando em mãos de crianças e adolescentes. Não só por intensificarem a violência urbana, mas também porque que causam acidentes quase sempre fatais. No dia 11/01 ('Quem disse que uma vez basta?', capa e pg. 8), o suplemento desmistificou o interesse que muitos jovens sentem por alguém do mesmo sexo, esclarecendo que nem sempre essa curiosidade atesta uma opção pela homossexualidade.
- As mudanças que a prefeitura de Cuiabá está promovendo no ensino, tendo como orientação a nova Lei de Diretrizes e Bases, foi tema da reportagem do **Azul** de 07/03 (pg. 2).

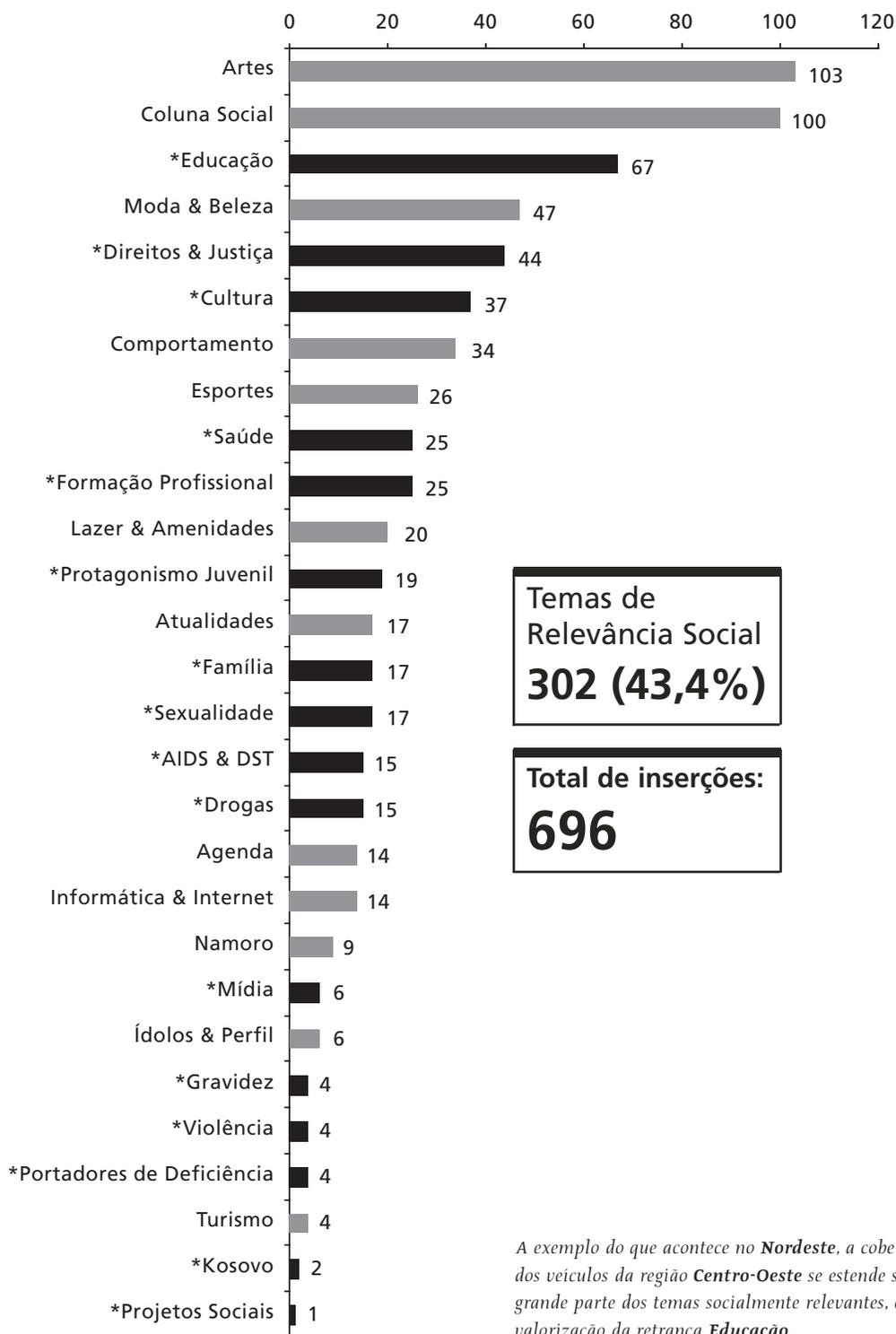
Centro-Oeste - Relevância Social



Média da região: 43,4%

É importante levar em consideração que o desempenho dos veículos do **Centro-Oeste** tem como principal problema o fato do **Azul** haver, nestes seis meses, reduzido muito o espaço para temáticas socialmente relevantes. O tablóide perdeu perfil editorial definido, tendo passado a concentrar em suas páginas grande quantidade de matérias pagas por cursinhos e universidades de Cuiabá.

Região Centro-Oeste - Temas



A exemplo do que acontece no Nordeste, a cobertura dos veículos da região Centro-Oeste se estende sobre grande parte dos temas socialmente relevantes, com valorização da retranca Educação.

Região Sudeste

Apesar de pequena redução no índice de temáticas de **Relevância Social** - 40,6% contra os prévios 42,1% - o panorama radiografado na edição anterior da **Pesquisa ANDI** mantém-se praticamente inalterado: seguem em destaque os desempenhos do tablóide **Gabarito** (publicação com maior índice de **Relevância Social** entre as 25 analisadas) e do **Folhateen**, pela inatacável qualidade editorial de suas matérias. O tablóide **Zep**, de Ourinhos-SP, usa da criatividade para driblar limitações de infra-estrutura e equipe, com bons resultados. E o **Zap!** busca administrar - com evidentes dificuldades - a redução de seu espaço editorial para o formato **Página**.

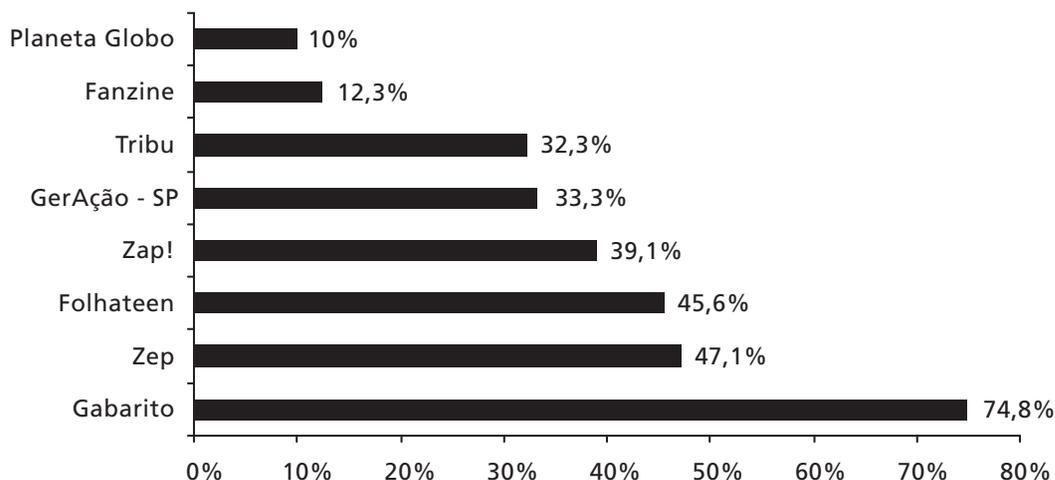
O mundo do crack, a literatura e o Terceiro Setor

De outubro de 98 a abril de 99, os veículos da **Região Sudeste** publicaram diversas reportagens que merecem atenção especial:

- No dia 19/04, o **Folhateen** ('De cara com o crack', capa e pg. 3) deu ampla cobertura à iniciativa da jovem protagonista Paloma Klisys, que escreveu livro sobre o mundo do crack e as formas de evitar-se que jovens sejam atraídos por essa droga.
- A programação completa dos vários encontros jovens que buscam incitar o protagonismo juvenil foi destaque da reportagem 'Muito a dizer em 99' do **Gabarito** (pg. 8, 08/01). No dia 02/04, o tablóide mineiro deu destaque à questão

86

Sudeste - Relevância Social

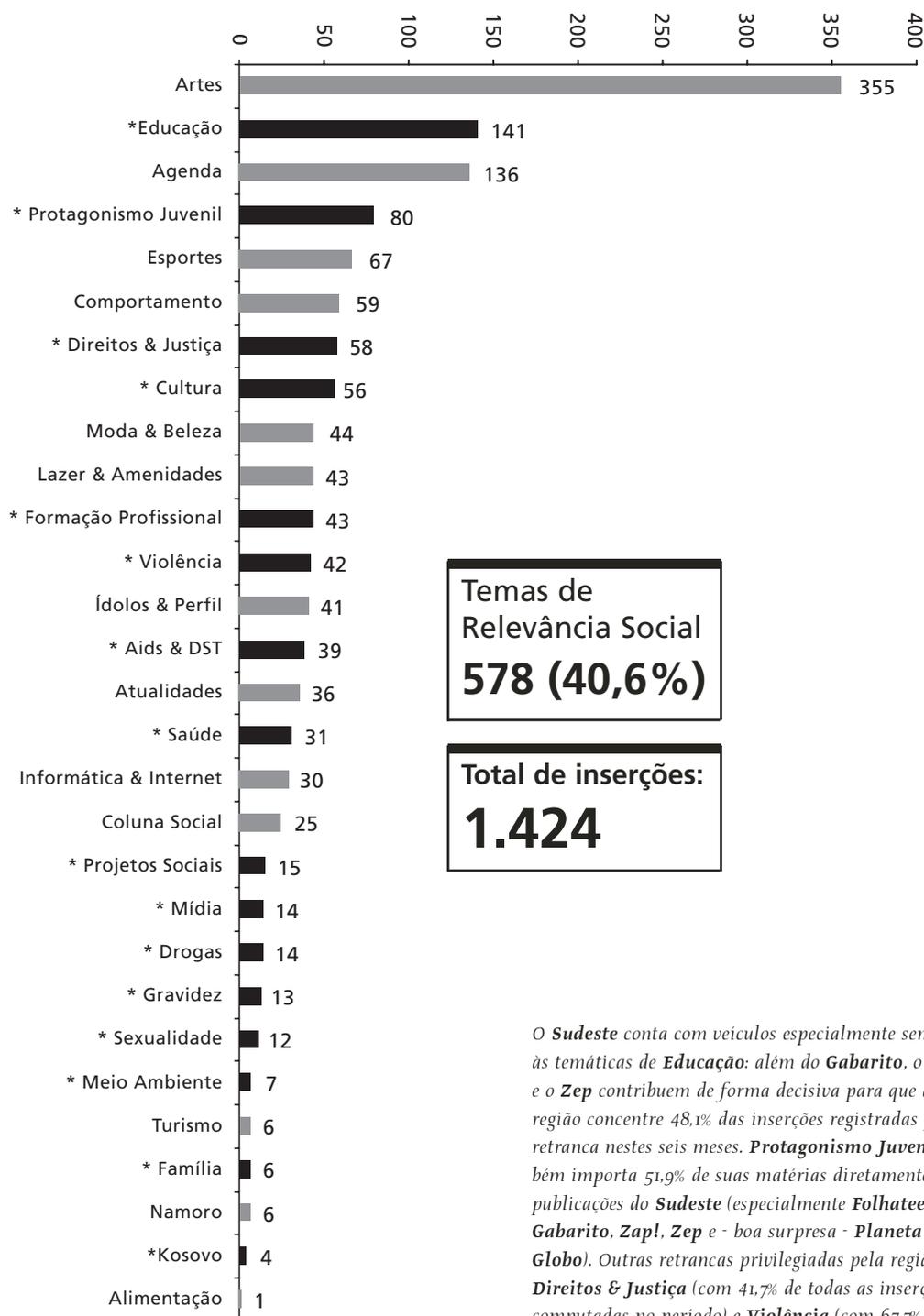


Média da região: 40,6%

Os quatro veículos do **Sudeste** com índice de **Relevância Social** acima da média geral desta **Pesquisa** (36,1%) vem mantendo regularidade em seu desempenho. Entre os quatro abaixo da média, este comportamento é reflexo de poucas iniciativas no sen-

tido de ampliar-se o leque editorial dos veículos. Entre as exceções registradas nestes seis meses, se destaca a campanha contra a violência implementada pelo **Tribu**.

Região Sudeste - Temas



O **Sudeste** conta com veículos especialmente sensíveis às temáticas de **Educação**: além do **Gabarito**, o **Tribu** e o **Zep** contribuem de forma decisiva para que a região concentre 48,1% das inserções registradas pela retranca nestes seis meses. **Protagonismo Juvenil** também importa 51,9% de suas matérias diretamente das publicações do **Sudeste** (especialmente **Folhateen**, **Gabarito**, **Zap!**, **Zep** e - boa surpresa - **Planeta Globo**). Outras retrancas privilegiadas pela região são **Direitos & Justiça** (com 41,7% de todas as inserções computadas no período) e **Violência** (com 67,7%, a partir da campanha implementada pelo **Tribu**).

dos direitos dos filhos em meio à separação judicial dos pais ('Direito de filho', capa e pgs. 4 e 5).

- A responsabilidade dos jovens que trabalham de salva-vidas em um parque aquático de Campinas foi documentada pelo **GerAção-SP** ('A arte de salvar vidas', 16/01).

- Em 'Eles vivem do lixo', o **Zap!** (18/12) abriu espaço para os alarmantes resultados de pesquisa do Unicef que constatou que mais de cem mil crianças e adolescentes brasileiros sobrevivem catando lixo. Na edição do dia 11/12, a página paulista alertou para os baixos índices de leitura entre os jovens brasileiros. Os números estão registrados em pesquisa realizada pelo Centro de Pesquisa Motivacional (CPM).

- Na edição do dia 17/01 ('Botando no papel o que vem à cabeça', pg. 4 e 5), o **Planeta Globo** mostrou a perseverança de jovens que encontram na escrita o passatempo ideal e se preparam para um dia publicar seu próprio livro.

- Em 'Tudo, menos sair de casa', o **Fanzine** (31/03) comenta livro que faz estudo sobre o fato dos jovens brasileiros adiarem cada vez mais o momento de sua independência econômica. E em 'Administrando a própria mesada' (25/11) esclareceu seus leitores sobre serviços oferecidos pelos bancos, que permitem que jovens abram suas contas correntes, possibilitando o aprendizado da administração da mesada.

- No dia 05/12 ('Você tem fome de quê?', pg. 6), o **Tribu** focalizou o trabalho dos jovens que integram o programa *Food for Life*. Eles fazem parte da comunidade Hare Krishna e ajudam a combater a

fome de pessoas carentes distribuindo comida vegetariana todo o sábado em Santos.

- A constatação de que a maior parte das jovens não está satisfeita com o corpo que têm - o que as leva a recorrer cada vez mais à cirurgia plástica - é discutida pelo **Zep** em 'Seus defeitos estão no corpo ou na cabeça?' (capa e pg. 5, 10/04). A ressocialização de dependentes de drogas a partir da realização de trabalhos comunitários foi destaque do suplemento em 'Trabalho reeduca jovens dependentes' (capa e pg. 4, 27/02).



Região Sul

No período coberto por nossa edição anterior (maio-outubro/98), a página **Planeteen** deu o primeiro sinal de que novos ventos sopram no **Sul**, saltando de 19,3% para marcantes 63% em seu índice de **Relevância Social**. Na presente **Pesquisa**, reedita o excelente desempenho (índice de 62,2%). Os demais veículos, entretanto, fazem com que a média da região **Sul** se limite a 20,2%.

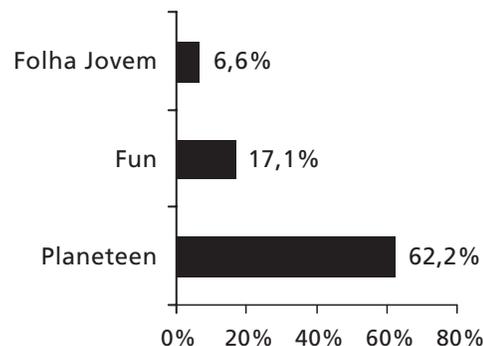
Esta pontuação - a pior entre todas as regiões - é marca dos veículos do **Sul**, que desde que a ANDI iniciou suas ações de análise quantitativa vêm demonstrando dificuldades em desligar-se do estereótipo antigamente imposto sobre a mídia jovem (cobertura centrada em temas de lazer e entretenimento).

Solidariedade, repetência e menstruação

Entre as melhores reportagens publicadas nestes seis meses pelos veículos da **Região Sul**, destacamos:

- Em 'Com que material eu vou', do dia 30/01, o **Planeteen** revelou que os filhos estão se solidarizando com as dificuldades financeiras dos pais e entendendo a importância de economizar no momento da compra do material escolar. No dia 27/02, em 'Tudo outra vez', a página abordou de forma esclarecedora a questão da repetência escolar - uma grande frustração para os adolescentes.
- No dia 27/03 ('Com a mão na massa'), o **Planeteen** deu destaque ao trabalho realizado pela *Escola Oficina*, projeto que busca resolver dois problemas graves de Salvador - a preservação do patrimônio

Sul - Relevância Social



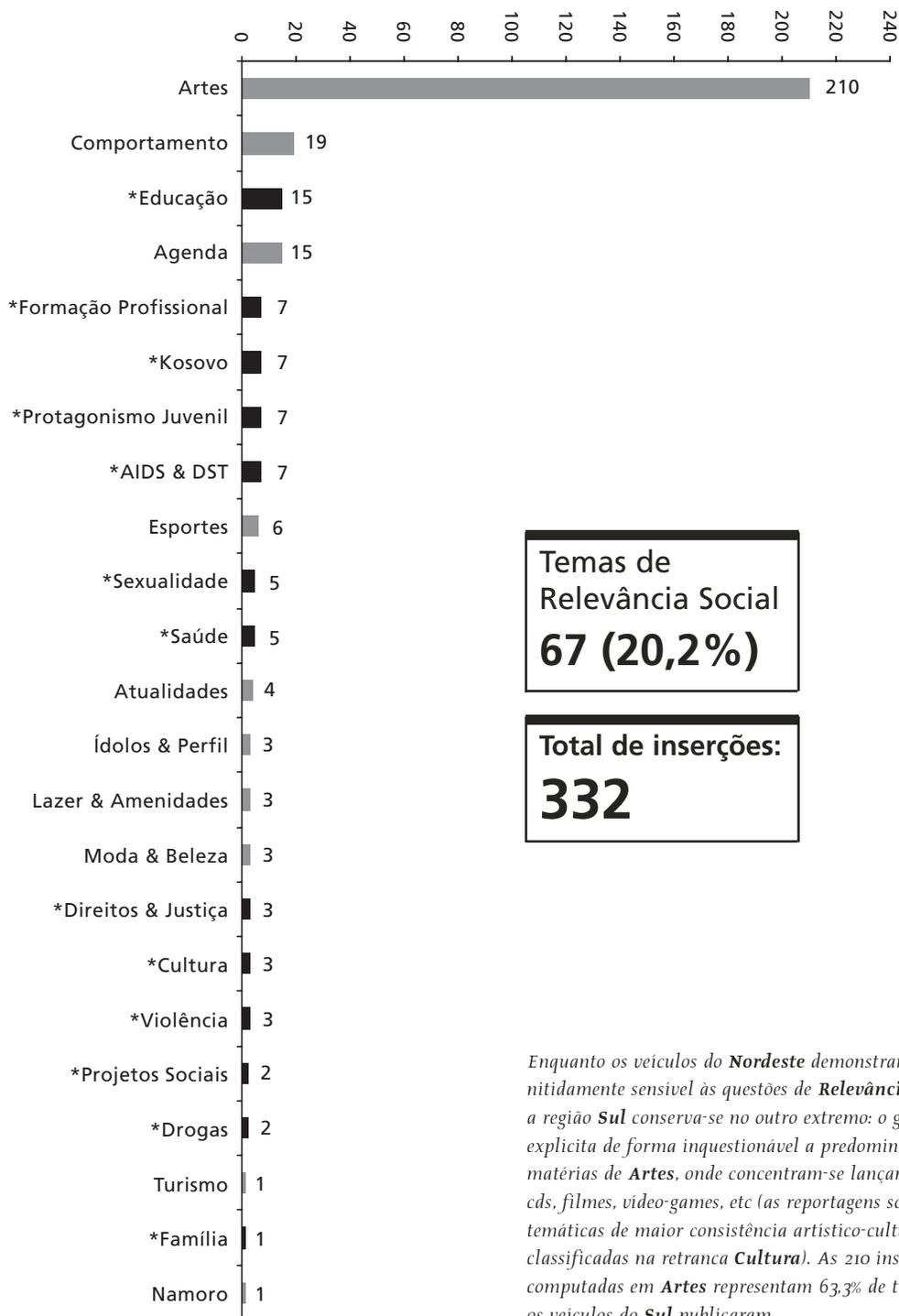
Média da região: 20,2%

*O aproveitamento exemplar que o **Planeteen** vem fazendo de sua única página semanal impulsionou-o para as primeiras posições nos gráficos de "Veículos Acima da Média": segundo lugar no período relativo a maio-outubro/98 e terceiro na atual edição (ver pg. 17). O **Fun**, apesar de boas incursões em temáticas socialmente relevantes - entre elas uma edição especial sobre o conflito em Kosovo - é essencialmente um suplemento sobre rock. Perfil similar é assumido pela **Folha Jovem**.*

histórico e os jovens em situação de risco social - ensinando aos adolescentes a profissão de restaurador.

- O trabalho temporário no verão, forma dos jovens incrementarem seu próprio orçamento e garantir alguma independência durante o resto do ano, foi destaque do **Fun** na reportagem 'Férias Frustradas' (pg. 12, 15/01). Em sua edição de 19/03 (pg. 3), o foco foi dirigido para a controversa idéia de utilizar-se tratamento para suspender a menstruação, que ainda é vista como transtorno por muitas meninas ('Alerta vermelho').
- Em 25/12 ('Natal Solidário', pg. 4), o **Fun** documentou as ações solidárias de jovens de Curitiba que se preparam durante todo o ano para oferecer um Natal melhor para pessoas carentes da cidade.

Região Sul - Temas



Temas de Relevância Social
67 (20,2%)

Total de inserções:
332

Enquanto os veículos do **Nordeste** demonstram postura nitidamente sensível às questões de **Relevância Social**, a região **Sul** conserva-se no outro extremo: o gráfico explicita de forma inquestionável a predominância de matérias de **Artes**, onde concentram-se lançamentos de cds, filmes, video-games, etc (as reportagens sobre temáticas de maior consistência artístico-cultural são classificadas na retransca **Cultura**). As 210 inserções computadas em **Artes** representam 63,3% de tudo que os veículos do **Sul** publicaram.

O Mercado

Uma avaliação do perfil da mídia jovem após o impacto causado pela crise recessiva e o comportamento da **Publicidade** nos veículos para adolescentes.

O mapa da crise

Esta sexta edição da **Pesquisa ANDI - Os**

Jovens na Mídia demonstra claramente os efeitos da recessão que ao longo dos últimos meses se abateu sobre o país. Desde o início, o impacto refletiu-se também sobre as empresas de comunicação. Políticas de contenção de despesas feriram fundo a mídia jovem.

A boa notícia é que o pior momento da tormenta foi provavelmente contornado: os cortes mais sérios ocorreram até os últimos meses de 1998.

A contradição das empresas

É evidente que as editorias de mídia jovem não foram as únicas a sofrerem com o cenário recessivo. Mas infelizmente o retrato do último ano revela que, na maioria dos casos, foram as primeiras e/ou as mais duramente atingidas. Foi grande o volume de publicações extintas e também o das que sofreram significativa redução do número de páginas. Muitas enfrentam hoje sérias seqüelas derivadas das demissões em suas equipes (que por sinal nunca foram muito numerosas).

É flagrante a dicotomia entre as manchetes e editoriais que os grandes jornais do país regularmente publicam a respeito da juventude e o descaso demonstrado em relação às editorias dedicadas ao público jovem. As direções das empresas reconhecem a existência de uma onda jovem que domina o perfil demográfico do país (mais de 30 milhões de pessoas na vira-da do milênio). Reconhecem também a necessidade de medidas concretas para apoiar esta faixa da população e cobram atitudes mais concretas por parte das autoridades. Mas em seu próprio campo de ação, terminam gravemente subestimando o papel estratégico destes suplementos que foram criados visando a juventude.

Que este papel é estratégico para seus leitores não resta dúvida: a **Pesquisa ANDI** vem seguidamente apontando crescimento na qualidade e diversidade da informação veiculada. Mas certamente estes suplementos são estratégicos também para as próprias empresas de comunicação, impondo-se como eficazes instrumentos de consolidação do futuro leitor. Uma questão de mercado.

Experiência frustrante

Um exemplo muito ilustrativo da importância de dedicar-se um espaço específico para os jovens foi oferecido pelo Correio Braziliense, que em novembro do ano passado decidiu extinguir o suplemento **X-Tudo**. Desde as primeiras edições de nossa **Pesquisa**, o **X-Tudo** vinha se destacando pelas inovadoras soluções gráficas e por marcar presença entre os mais atuantes quanto à veiculação de reportagens sobre temas de **Relevância Social**. Na intenção de minimizar a perda - e acreditando que o público jovem detinha o hábito de ler matérias das demais editoriais ou deveriam ser estimulados a isso - o jornal decidiu manter parte da equipe do suplemento e criar a retranca "**X-Tudo**". Assim, identificaria as matérias de interesse da juventude, que passariam a ser publicadas nas editorias correspondentes aos temas em foco, no corpo regular do jornal.

O resultado foi muito diverso do esperado. Primeiro em função dos adolescentes, que simplesmente não demonstraram reação perceptível à existência da retranca "**X-Tudo**". Segundo, pelo comportamento cristalizado de boa parte dos editores convidados a abrir espaço para as matérias dirigidas aos jovens, com a nova retranca: como não estavam necessariamente atreladas a um 'gancho' factual, estas matérias quase sempre terminaram na gaveta.

Detectado desde o início da experiência, o problema agravou-se muito ao longo dos últimos meses cobertos pela presente **Pesquisa**: muito raramente foram publicadas reporta-

gens associadas à retranca 'X-Tudo'. Consciente dos resultados negativos, o Correio Braziliense está agora avaliando a possibilidade de retomar a publicação do **X-Tudo** no antigo formato.

Perdas e danos

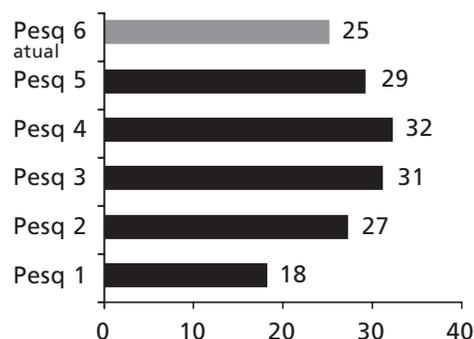
No período coberto pela atual **Pesquisa** (novembro/98 a abril/99) ocorreram perdas importantes no universo da mídia jovem. Além do Standard **X-Tudo** (Correio Braziliense), foram eliminados os Tablóides **Gazeta In** (Gazeta de Alagoas) e **Jovem** (O Estadão-RO).

Um outro suplemento de excelente perfil, o tablóide **Demais** (O Povo-CE), foi reduzido ao formato página. E também não integra a presente **Pesquisa** a revista **Querida**, que deixou de circular vários meses, após ter sido vendida pela Globo à Editora Camelot (em nossa próxima edição voltaremos a focalizar a publicação). Merece registro também o fato de que a única publicação dedicada ao público jovem a nascer

no período coberto por esta edição - a página **Teen** (O Norte-PB) - não sobreviveu mais do que três meses.

Em relação à televisão, foram tirados do ar o **Galera** (Rede Record) e um dos melhores programas gerados regionalmente para o público jovem, o **Cor da Cidade** (TV Brasília).

Universo pesquisado



Com exceção de nossa edição Piloto (março-abril/1997), a presente **Pesquisa** é aquela que analisa o menor número de veículos impressos dirigidos ao público jovem.

Os cortes da crise

Período	Veículos extintos	Suplementos transformados em páginas	Suplementos com redução no número de páginas
Maio-Outubro/98	Diário Jovem (Diário da Serra-MS), Tribuna Teen (Tribuna do Norte-RN), Megazine (O Tempo-MG) e Pais & Teens.	Geração (Diário de Pernambuco) e Zap! (O Estado de S. Paulo)	
Nov/98 - Abril/99	Gazeta In (Gazeta de Alagoas), Jovem (Estadão-RO) e X-Tudo (Correio Braziliense)	Demais (O Povo-CE)	Azul (Diário de Cuiabá), Folhateen (Folha de S. Paulo), Gabarito (Estado de Minas), Tribu (Tribuna de Santos) e Zep (Jornal da Divisa-SP).

Um grupo de 15 entre os 32 veículos analisados pela ANDI no momento de maior expansão da mídia jovem (quarta edição da **Pesquisa**, relativa ao período de novembro/97 a abril/98) sofreu alguma ou total perda de espaço entre maio de 1997 e abril de 1998.

No novo panorama, a **Região Norte** surge sem nenhum representante, o mesmo acontecendo com Brasília. A

situação da Capital Federal, por sua importância política, mostra-se especialmente grave: o Correio Braziliense - veículo líder da **Pesquisa ANDI - Infância na Mídia** - decidiu extinguir o consistente **X-Tudo**. Já o Jornal de Brasília, apesar de manter um caderno cultural de alta qualidade, ainda não reconheceu a importância de falar diretamente aos jovens.

Publicidade

A presente edição da **Pesquisa ANDI** implementa uma nova metodologia para medir o espaço que a mídia jovem dedica à **Publicidade**. A grande variação no formato dos anúncios veiculados pelos suplementos de **Jornais** e pelas **Revistas** tornou imperioso que o cálculo por centimetragem fosse adotado.

Em nossa edição anterior (período maio-outubro/99), já havia sido realizado aprimoramento no sistema de contagem aplicado à **Publicidade**. O gráfico atual confirma, em linhas gerais, os resultados então conseguidos.

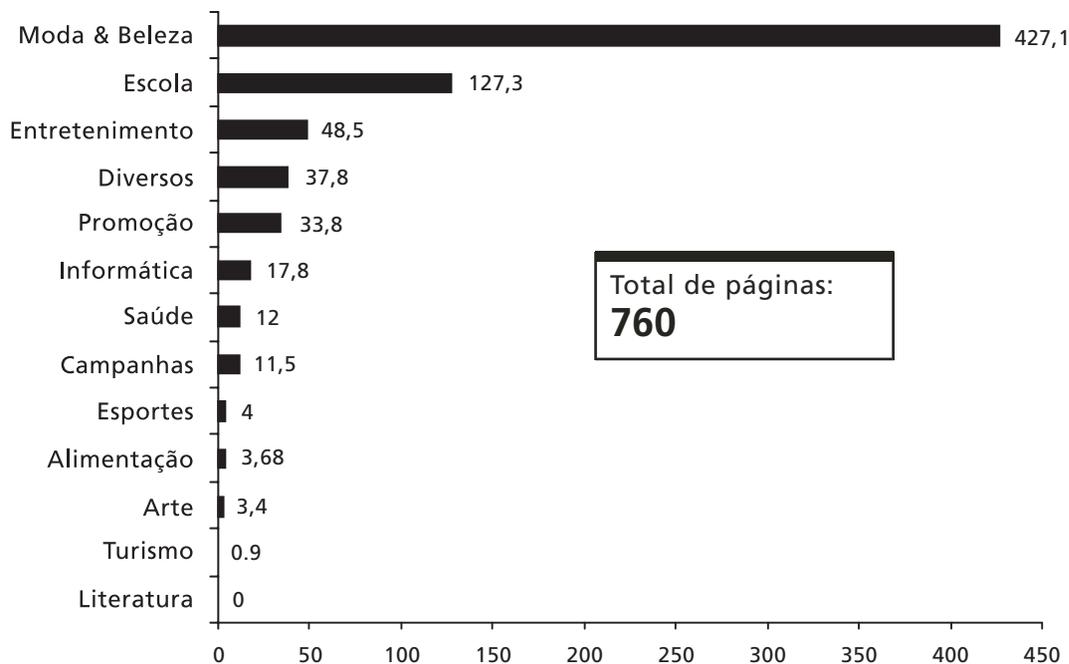
No mundo da Moda & Beleza

As **Revistas** continuam sendo responsáveis por aproximadamente três quartos de toda a **Publicidade** veiculada nas publicações para jovens. Por isso os anúncios de **Moda & Beleza** dominam amplamente o gráfico da presente edição, com 56,2% de todas as inserções computadas.

Em segundo lugar, mas muito atrás dos 427,1 páginas de **Moda & Beleza**, surge a retranca **Escolas**, alavancada pelos cursinhos pré-vestibulares, universidades, cursos de línguas, etc. Neste caso, a maior parte dos anúncios pode ser creditada aos **Jornais**.

A terceira retranca de **Publicidade** reúne só 11,4% do total de inserções classificado em **Moda & Beleza**: é **Entretenimento**, que também se apóia nas páginas e suplementos de **Jornais**.

O que vendem aos jovens



A mesma queda registrada no total de inserções das reportagens publicadas na presente **Pesquisa** em relação à edição anterior - na faixa de 25% - ocorre no universo da **Publicidade**. Este processo, resultado dire-

to da contração do número de páginas nas publicações e também na quantidade de veículos pesquisados, no entanto pouco alterou a colocação das retranscas com maior número de anúncios veiculados.