



8º Simposio de Ensino de Graduação

FOLHATEEN: INFORMAÇÃO PARA LEITORES EM FORMAÇÃO

Autor(es)

RAFAEL BACCAN PIEROBON

Co-Autor(es)

RENAN CESAR FAHL JOAQUIM

Orientador(es)

ANA MARIA CORDENOMSSI

1. Introdução

Na era da informação, potencializada pela internet desde os anos 90, cresce uma geração que mudou a escala de valores e a forma de se comunicar. O jornal impresso é um dos meios que mais sofreram com essas mudanças. Os jovens, acostumados à agilidade e à interatividade do mundo virtual, demonstram pouco ou nenhum interesse pelo veículo impresso. De acordo com a Associação Nacional de Jornais, em 2007 apenas 10% dos adolescentes entre 10 e 14 anos afirmam ler jornais. O número sobe para 24% entre os jovens dos 15 aos 24 anos.

Diante desse quadro pessimista, algumas publicações tentam reverter a situação anexando à edição principal, cadernos semanais voltados especificamente para essa faixa de leitores. Para isso, é fundamental saber o que esse público quer ler. Seria essa uma estratégia para atrair o jovem para o jornal tradicional? As informações oferecidas por esses cadernos ajudam a formar o senso crítico do leitor?

Para refletir e buscar respostas para estas questões decidimos fazer um documentário em vídeo como trabalho de conclusão do curso de graduação em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo, que pudesse mostrar, além da reflexão de estudiosos do assunto, também a opinião de profissionais atuantes nesta área.

2. Objetivos

A construção do documentário teve por objetivo mostrar como os jornais impressos olham para os jovens: se lhes dão importância apenas para garantir esses cidadãos como seus futuros leitores ou porque desejam, de fato, formá-los e informá-los.

Estudamos essa relação no veículo Folhateen - caderno para jovens da Folha de S. Paulo - que tem circulação nacional, mas foca seu conteúdo nos interesses da classe média paulistana. Ouvimos também editoras de cadernos voltados para adolescentes do interior de São Paulo e das responsáveis pela Viração, revista com sede na capital paulista que tem como público-alvo, jovens com menor poder aquisitivo.

A partir do testemunho dos próprios jornalistas desse segmento, da Secretaria de Redação da Folha de S. Paulo e das observações da psicanalista Kehl, o público poderá refletir e formar sua opinião sobre o papel dos suplementos para jovens encartados em jornais.

3. Desenvolvimento

O documentário foi estruturado para procurar responder alguns questionamentos, como o motivo pelo qual os jornais mantêm cadernos voltados aos jovens. Seria essa uma forma de conquistar esse público, de mantê-lo ao menos com alguma ligação com o jornal nessa época de inúmeros avanços tecnológicos? Segundo Noblat (2002), os adolescentes fogem da leitura dos jornais por preferirem obter informações por outros meios. “Ou simplesmente não se informam. Uma fatia crescente deles adere à internet” (NOBLAT, 2002, p.14). Ou ainda: esses suplementos contribuem para a formação do senso crítico do público? “Os jornais descobriram, por exemplo, que precisavam falar para os jovens – e trataram de criar suplementos específicos para esse tipo de público” (SCALZO, 2004, p.14).

Num primeiro momento, procuramos contextualizar esses suplementos e o público para o qual eles se dirigem. As primeiras sonoras, de repórteres e editores desses cadernos, explicam quais os principais assuntos tratados e como a estrutura dos textos diferem do jornalismo padrão. Após essa contextualização, aprofundamos numa análise mais individual do Folhateen, caderno com maior abrangência nacional. O editor do suplemento, Marco Aurélio Canônico, e a secretária de Redação da Folha de S. Paulo, Vera Guimarães Martins, explicam que o caderno foi criado para atender um público que não se via representado em nenhum caderno jornal e, portanto, não tinham interesse em lê-lo. A partir desse dado, desenvolvemos uma discussão: O fato do caderno ser criado para atender uma demanda seria uma iniciativa mercadológica? Esse ponto é criticado pela psicanalista e escritora Kehl. Ela afirma que os adolescentes e jovens devem buscar temas de seus interesses nos cadernos convencionais e contesta essa tática mercadológica de fazer matérias que agrade o leitor.

O documentário segue com uma discussão a respeito das últimas modificações sofridas pelo Folhateen. Foram priorizadas as ferramentas que facilitam a interação do caderno com o leitor. O espaço destinado à seção de cartas foi ampliado e uma coluna que publica textos dos próprios leitores foi inaugurada. Com isso, a publicação continuou apostando na participação dos leitores na produção das edições, o que já fazia com a manutenção de dois grupos de apoio, formado por jovens leitores que opinam sobre as edições e sugerem pautas. Essa, aliás, essa é a constatação de Noblat (2002). “O jornal só atrairá mais leitores, principalmente mulheres e jovens, se oferecer o que lhes interessam todos os dias. No caso dos jovens, os jornais erram porque escrevem sobre eles. O Correio deve escrever para eles”. (NOBLAT, 2002, p.151)

Os personagens ouvidos, em sua maioria, são jornalistas que trabalham em suplementos voltados para o público jovem. O editor do Folhateen, Marco Aurélio Canônico, e os repórteres Diogo Bercito e Francisco Dias Felitti, falaram não só sobre a experiência deles nesse trabalho, como também expuseram suas opiniões sobre como deve ser o jornalismo voltado para jovens. Optamos por ouvir, ainda, uma adolescente que participa do grupo de apoio do caderno. A secretária de redação teve peso por ser do alto escalão do jornal e, conseqüentemente, passar a visão da empresa sobre o suplemento, bem como o mercado para adolescentes e jovens.

Apesar de o Folhateen ser o principal objeto de estudo, ouvimos também pessoas ligadas a outros veículos voltados para jovens, já que o suplemento da Folha dialoga principalmente com o jovem de classe média alta da capital paulista. Nos demais meios, entrevistamos Renata de Fátima Ribeiro e Juliana Furlan Pinheiro, respectivamente, a atual e a ex-editora do caderno Teen+, veiculado pelo jornal O Liberal de Americana; Eleni Destro, criadora do caderno Radical (atualmente chamado Tribos), do Jornal de Piracicaba; e Vivian Ragazzi, jornalista da Revista Viração. A partir daí, extrair as semelhanças e diferenças, ou seja, o que é característico de um “jornalismo para jovens” e o que é característico do “Folhateen”. A psicanalista e escritora, Maria Rital Kehl, estudiosa da mídia, também deu sua opinião sobre esses suplementos e serviu como um contraponto teórico.

Fizemos a opção de deixar o documentário em um ritmo mais dinâmico, característico da sociedade atual, sobretudo do público do Folhateen – pessoas com pouca idade inseridas em um ritmo acelerado de vida. A ideia de agilidade, potencializada pela internet, também se faz presente nas trilhas e na abertura. Além disso, para a abertura, foram selecionados alguns trechos de sonoras consideradas pela equipe como importantes para a discussão apresentada.

O título do projeto, “Informação para leitores em formação”, descreve a principal função desses cadernos. Eles precisam transmitir informações (relevantes ou não, mas que interessam ou possam interessar o público-alvo) para um grupo de leitores que ainda estão formando seu senso crítico.

4. Resultado e Discussão

Para atrair a atenção dos jovens, o Folhateen tem apostado na interação. O suplemento da Folha de S. Paulo ingressou em várias redes sociais na internet e aumentou o espaço destinado às cartas. Além disso, eles mantêm um grupo de apoio formado por jovens leitores do caderno e que além de sugerirem pautas, opinam sobre o que os agradou e o que não os agradou nas últimas edições.

A partir desses encontros, os repórteres têm idéia dos assuntos que interessam a esse público e que podem atrair a atenção deles. Mesmo com essa preocupação em conviver com o leitor e buscar conhecer o que ele deseja ler, não existem garantias de que essa estratégia irá funcionar. Para esse tipo de jornalismo, não há uma fórmula bem-sucedida e eficaz para conquistar os jovens. Essas incertezas obrigam os editores e repórteres a apostarem em técnicas diferentes que ajudam a desenvolver a maneira de se escrever para adolescentes.

É muito difícil fazer um texto simples que não seja simplório, que escolher palavras mais precisas e aos mesmo tempo mais fáceis de

entender não quer dizer escrever numa linguagem “tatibitate” e que, principalmente, falar com adolescentes não significa apenas recheiar o texto de gírias.” (SCALZO, 2004, p.95)

As fontes diferem quanto às causas dessa realidade. Para algumas, o jovem brasileiro (ou a população brasileira em geral) não tem o hábito de ler. Para outros, a internet é o que afasta o leitor do jornal impresso. Mas isso não impede que esses editores experimentem novas técnicas.

Algo que parece dar resultados é transformar o jovem em personagem da matéria. Cria-se assim, uma identificação do leitor com o produto. No entanto, toda essa preocupação em dar ao leitor o que ele quer ler, retoma a discussão se isso ajuda a formar o senso crítico do leitor, bem como se esses suplementos são apenas produtos que precisam se adaptar ao “gosto do consumidor”.

5. Considerações Finais

O trabalho nos permitiu concluir que os cadernos para jovens atingem fundamentalmente filhos e netos de leitores e assinantes do jornal. É raro quem compre a publicação porque queira ler especialmente esse suplemento.

Mesmo com o avanço da rede de computadores, os editores desses cadernos não veem a internet como rival, mas como aliada, como um instrumento que possa difundir ainda mais entre o público os assuntos tratados no impresso a cada semana. É por ela, por exemplo, que a equipe do Folhateen encontra muitas fontes para suas reportagens, principalmente por meio de redes sociais, como twitter e Orkut.

A estratégia mais importante, então, é aproximar jovem e jornal. Não só as fontes para as reportagens costumam ser, em sua maioria, jovens, como também eles participam da produção e da edição, por meio de grupos de apoio.

Por fim, destacamos que esses suplementos, por si só, não conseguiriam reverter a situação em que o jornal impresso se encontra hoje. É possível que, no futuro, exista uma integração entre esse meio e a internet e surja uma nova pergunta para ser respondida em futuros trabalhos: a rede de computadores “engolirá” o meio impresso, especialmente cadernos segmentados, como o dos jovens? É possível que a internet não seja responsável pelo fim desse meio, mas a rede certamente obrigará a plataforma a passar por uma reformulação. Talvez, tornando-se uma mídia complementar.

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Cláudio. A Regra do Jogo, São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ALLIENDE, Felipe; CONDEMARÍN, Mabel. Da preparação para a leitura à leitura emergente. In: _____. A leitura: teoria, avaliação e desenvolvimento. Trad. de Ernani Rosa. 8.ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

ARBEX JR, José. Showrnlismo: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2000.

CARVALHO, C. Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado. In: INTERCOM, 2007, São Paulo.

DA SILVA, Carlos Eduardo Lins. Mil dias os bastidores da revolução em um grande jornal. 1.ed. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

DINES, Alberto. O Papel do Jornal: uma releitura. 6 ed. São Paulo: Summus, 1996.

FOLHA DE S. PAULO. Folhateen, 15/06/2009. Ano 89, Nº 29.293.

FOLHA DE S. PAULO. Folhateen, edição especial de 18 anos, de 1º de junho de 2009.

GUMES. Nadja Vladi Cardoso. Representações de juventudes urbanas no Folhateen. ECO/PÓS, v. 8, nº1.janeiro/julho/2005, disponível em:< <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/viewFile/178/166>>, acesso em 16/nov./2009.

NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto, 2004.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. 2. Ed., Florianópolis: Insular, 2005.

ZILBERMAN, Regina e BORDINI, Maria da Glória. Guia de leitura: para alunos 1º e 2º graus. São Paulo: Cortez, 1989.