

AS NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM UM CENÁRIO PÓS-MODERNO: reflexões sobre o ato de ler em novas plataformas

JOURNALISTIC NEWS IN A POSTMODERN SCENARIO: reflections on the act of reading on new platforms
NOTÍCIAS PERIODÍSTICAS EN UN ESCENARIO POSMODERNO: reflexiones sobre el acto de leer en nuevas plataformas

Rose Mara Pinheiro

Doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do curso de Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). rose.pinheiro@ufms.br.

 0000-0002-4362-4249

Caio Teruel

Mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). caioteruel05@gmail.com.

 0000-0002-7578-6752

Correspondência: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Bairro Universitário, CEP: 79070900 - Campo Grande, MS – Brasil.

Recebido em: 17.06.2020.

Aceito em: 26.08.2020.

Publicado em: 01.10.2020.

RESUMO:

O presente artigo busca situar a prática jornalística e a leitura de notícias em meio ao conceito de pós-modernidade e plataformas móveis. Com base em autores como Kumar (1997), Featherstone (1991), Freire (2000) e Citelli (2016), e o resultado de um questionário sobre o hábito de leitura entre estudantes do ensino superior, propõe reflexões acerca do sujeito-leitor e a sua relação com a leitura de notícias em meios digitais. A educomunicação e sua relação com o jornalismo surgem como uma proposta para resgatar o diálogo, a formação crítica e a alfabetização midiática numa sociedade cada vez mais mediada pelos dispositivos digitais.

PALAVRAS-CHAVES: Leitura; Jornalismo; Pós-modernidade; Educomunicação.

Introdução

O crescimento da Internet e o compartilhamento de notícias pelos dispositivos móveis colocaram em xeque a produção jornalística tradicional, gerando uma crise, inclusive econômica, nos veículos de comunicação. A facilidade para acessar notícias gratuitas, em apenas um clique, concomitantemente com a multiplicação das formas de comunicação no meio digital desequilibraram a balança econômica que resguardava a posição privilegiada dos conglomerados jornalísticos. Com isso, é cada vez mais comum e urgente repensar os modos de se fazer jornalismo, principalmente no meio on-line. Não apenas fazer jornalismo, mas torná-lo rentável. E se os modos de se fazer mudaram, nesta mesma direção caminharam os modos de recepção do produto jornalístico para com os leitores.

Assim, na primeira geração do jornalismo on-line, na segunda metade do século XX, pouco se usou das potencialidades da Internet e de seus *softwares*. Em busca de caminhos rentáveis financeiramente, a indústria da notícia invadiu a Internet repetindo a já velha estrutura da notícia impressa nos meios digitais. A segunda geração iniciou a

utilização das capacidades disponíveis, e-mail, hiperlinks, vídeos e comentários, o que inseriu o leitor de fato na notícia (SCHWINGEL, 2008).

Atualmente, a multiplicidade dos meios de comunicação tornou possível a todos participarem do processo de construção da notícia (ROST, 2014), seja com um vídeo, uma sugestão de pauta ou uma foto. Logo, acessar portais de notícias ou ler notícias é algo rotineiro que já está internalizado no cidadão médio.

Dentro desse contexto, o objetivo deste artigo é o de situar a prática jornalística em meio ao conceito de pós-modernidade, e a partir deste cenário propor reflexões acerca do ato de ler notícias em tempos de mudanças estruturais no tocante social e tecnológico. Como o indivíduo se sente ao ler uma notícia em um veículo on-line? A diversidade de fontes e canais prejudica ou facilita a compreensão dos assuntos? As redes sociais têm contribuído para o jornalismo? Essas são algumas das perguntas que movem este artigo e impulsionam a reflexão que aqui se propõe.

Partindo do pressuposto que o atual estágio da sociedade prevê a multiplicidade dos meios de comunicação e o deslocamento da produção de notícias, é de suma importância localizar o papel do sujeito-leitor e da leitura no movimento contemporâneo do ato de noticiar.

Parte-se também da premissa de que a pós-modernidade afeta setores da sociedade e que dissolve suas fronteiras. Transformando a sociedade, como aponta o professor inglês Krishan Kumar (1997, p.141), não em uma totalidade neoprimitivista, mas em uma condição de fragmentação.

Assim, em um primeiro momento discutiremos acerca dos conceitos base para o desenvolvimento de um panorama teórico, como a própria questão da pós-modernidade, a conceituação da notícia e as contribuições da educomunicação para um pensar contemporâneo frente à leitura. Após este primeiro momento, traremos para debate a parte empírica por meio de uma pesquisa que resgata a interação de universitários com o jornalismo on-line e a recepção dos indivíduos.

Pós-modernidade

É de certo modo impossível propor uma definição completa e fechada a respeito da pós-modernidade, pois toda a significação poderia remeter à modernidade, e iria automaticamente à contramão das características do conceito.

Para o sociólogo britânico Mike Featherstone “falar em pós-modernidade é sugerir a mudança de uma época para outra ou a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios

organizadores próprios e distintos” (1991, p.20). Assim, muitas são as variáveis que definem e configuram a pós-modernidade, como a subjetividade do indivíduo frente aos acontecimentos cotidianos, as trocas econômicas contemporâneas, a cultura mundializada, as tecnologias da informação, os novos modelos comunicacionais, assim como a qualidade da vida e uma sensação de descontinuidade do tempo.

Todavia, pensar em pós-modernidade não é falar de uma ruptura instantânea com a modernidade, e sim de um processo que ainda se desenvolve. Fredric Jameson (2000) apresenta o conceito de forma transitória e o pontua como a terceira fase do capitalismo industrial, o capitalismo tardio.

Nesta perspectiva, autores clássicos como Lyotard (1984 apud Featherstone 1991) apontam para uma sociedade pós-moderna cujo pressuposto reside em uma era pós-industrial. O foco principal do conceito para o autor está nos efeitos da computadorização sobre o conhecimento humano. Para ele, a perda de sentido que a condição pós-moderna proporciona deve ser vista como uma nova forma de conhecimento, e uma possibilidade de substituição das narrativas convencionais pela pluralidade dos jogos de linguagem e a troca do universalismo pelo localismo.

As variantes da pós-modernidade, neste cenário, influenciam diretamente no comportamento social e subjetivo do indivíduo, o que por sua vez deságua em sua relação com a comunicação e no modo como ele a percebe. O estadunidense Marshal Berman descreve a vida moderna na segunda parte do século XX, etapa anterior da pós-modernidade e conceito essencial para se entender a pós-modernidade.

ser moderno é viver uma vida de paradoxos e contradições. [...] É ser ao mesmo tempo revolucionário e conservador: aberto a novas possibilidades de experiências e aventura, aterrorizado pelo abismo niilista ao qual tantas das aventuras modernas conduzem, na expectativa de criar e conservar algo real, ainda quando tudo em volta se desfaz” (BERMAN, 2007, p.13, 14)

David Harvey assinala que a sociedade atual está passando por “um processo de mudança abissal nas práticas culturais, bem como político-econômicas, desde mais ou menos 1972” (1989, p.7) e que na pós-modernidade – embora acredite mais na aparência pós-moderna do que o surgimento real de uma nova sociedade – um novo sujeito surge: mais sensível, contraditório, efêmero. Como Berman expõe, “um sujeito de agitação e turbulência, aturdimento psíquico e embriaguez, expansão das possibilidades de experiência e destruição das barreiras morais e dos compromissos

personais, auto expansão e auto desordem, fantasmas na rua e na alma” (BERMAN, 2007, p.18).

A comunicação social, especificamente o jornalismo, coexiste num cenário de rápida transformação social e tecnológica. Momento em que a experimentação do tempo e espaço se dá de forma dissonante e atinge em cheio a produção de notícias. Consequência direta da pós-modernidade, a aceleração social do tempo diz respeito em seu cerne à subjetividade do indivíduo, a maneira única pela qual as pessoas passam pelas mesmas situações.

O rápido desenvolvimento tecnológico e comunicacional ocorrido no século XX trouxe novas maneiras perceptivas de ser e estar no mundo, e concomitantemente reestruturou os modos de sociabilidade. Com esse panorama, o século XXI enfrenta novos arranjos entre sociedade, tecnologias e subjetividade. (CITELLI, 2016, p. 13)

Efeitos de um jornalismo pós-moderno

Neste panorama social, cultural e econômico se insere a questão da recepção de notícias para o sujeito-leitor de veículos on-line, redes sociais e dispositivos móveis. Como o indivíduo contemporâneo se sente ao ler uma notícia em aparelhos digitais? Quais fatores podem contribuir ou atrapalhar para o entendimento do fato noticioso? A proposta deste artigo não é a de trazer respostas conclusas e sim a de propor reflexões acerca do ato da leitura em um determinado momento histórico, no caso, a pós-modernidade, e assim buscar saídas educacionais.

Em uma sociedade pós-moderna, a consciência da incerteza e da ambivalência é inerente a todos nós. Notícias e respostas em suspenso. A partir deste cenário, a comunicação contemporânea é cruzada por inúmeras variáveis que podem fazer com que ela, a comunicação, seja eficiente ou não, que mude de formas, opiniões e desejos.

É demasiadamente importante demarcar que a questão econômica marca a comunicação contemporânea, diferindo de todas as fases anteriores, da era pré-cristã, passando pelo iluminismo, ou até mesmo a era da publicidade. Os conglomerados comunicacionais detêm o grande poder das mídias tradicionais e possuem o poder simbólico para a legitimação da informação. Bourdieu critica a questão da economia neoliberal frente ao mercado comunicacional:

(...) esse poder simbólico que, na grande maioria das sociedades, era distinto do poder político ou econômico, hoje está concentrado nas mãos das mesmas pessoas que detêm o controle dos grandes grupos

de comunicação, que controlam o conjunto dos instrumentos de produção e de difusão dos bens culturais (BOURDIEU, 1997, p. 16).

Portanto, é neste cenário marcado fortemente pela questão econômica que se dá a comunicação contemporânea, logo, a comunicação que chamamos aqui de pós-moderna, econômica e tecnológica. O campo jornalístico nos últimos tempos passou por grandes mudanças estruturais. Do modo de se fazer e também no modo de ser recebido. Assim, os efeitos dessas mudanças ainda estão sendo estudados e percebidos nos dias que correm.

Uma faceta desse campo jornalístico atual que se reestrutura e busca saídas para problemas agora maximizados é o fenômeno, que embora sempre tenha existido, mas agora toma proporções monumentais, é o das fake news, ou notícias falsas. Além da desinformação ou ignorância para determinado assunto (comumente política, saúde e religião), as notícias falsas se mostram nos últimos anos verdadeiras armas políticas de combate.

Em eleições recentes as fake news tornaram-se arma de combate, como foi o caso de 2016 nos Estados Unidos em que Trump foi eleito. No Brasil, nas eleições de 2018, o assunto virou pauta para denúncias do jornal Folha de São Paulo (MELLO, 2018) contra o agora presidente eleito, Jair Bolsonaro. O tema foi pauta do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), e teve como resposta da ministra e presidente Rosa Weber:

gostaríamos imensamente que houvesse uma solução pronta e eficaz. De fato, não temos. Notícias falsas não são novidade, O que é novidade é a difusão e circulação dessas notícias, [...] se tiverem uma solução para que se coíbam fake news, por favor, nos apresentem. Nós ainda não descobrimos o milagre. (VENAGLIA, 2018)

Em muitos casos, atrelado às notícias falsas, há uma indicativa que pode levar à questão da pós-verdade, ou "post-truth", outro tema largamente debatido nos últimos anos. O conceito, que foi escolhido como a palavra do ano para o Dicionário da Universidade de Oxford em 2016, pontua sobre a relação entre a questão emocional com o fato noticioso, ou seja, a maneira que os sentimentos ou crenças de uma pessoa pode moldar seu entendimento da notícia, acarretando em desinformação e em muitos casos uma manipulação.

Leitura, jornalismo e educomunicação

Nesta evolução histórica, diferentes teorias foram desenvolvidas para dar conta do processo de construção da notícia e de quais valores ela era formada. Teoria do

espelho, newsmaking, gatekeeper, dentre tantas outras. Para esta discussão, vamos nos ater a definição de notícia proposta por Olga Curado: “notícia é a informação que tem relevância para o público. A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que julga se o fato é notícia e deve ser divulgado” (CURADO, 2002, p.15). Junto a isso, temos os valores-notícia que incrementam ao fato determinadas características que aumentam sua noticiabilidade. O teórico português Nelson Traquina (2004) elenca critério como morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo, novidade, notabilidade, conflito e infração.

Assim sendo, a notícia construída no cotidiano jornalístico e experienciada pelo leitor possui suas bases formadas desde o século XVII iniciadas por Peucer (SOUSA, 2004). Atualmente, há uma variedade muito grande de notícias. Inúmeras editorias são abertas e fechadas na rotina de um jornal. Neste cenário, o leitor se vê cada vez mais numa avalanche de notícias.

Na perspectiva da pós-modernidade, a leitura figura na resultante da tensão entre a modernidade e a pós-modernidade e pode ser conceituada como *um processo discursivo* – sócio, histórico, cultural e ideologicamente constituído –, portanto, interpretativo, e, num segundo momento, como *processo virtual*, em virtude das novas tecnologias que medeiam a própria leitura. Essa concepção requer o reconhecimento de que o sujeito-leitor, o sujeito-autor e os sentidos são historicamente determinados, configurando um trabalho de interpretação que relaciona o texto a outros textos, ao discurso e ao interdiscurso que coabitam em nós e em nossa historicidade sociocultural (CAMPOS, 2011, p. 3).

Neste sentido, a educomunicação surge como alternativa para propor novos caminhos entre a educação e a comunicação. No caso, discutimos a questão da leitura, aspecto em que o campo educacional elucida formas de contribuir para um melhor desempenho e desenvolvimento.

A educomunicação, campo surgido na década de 1980, por meio do conceito desenvolvido pelo filósofo argentino Mário Kaplún através da pedagogia de Paulo Freire, para se referir à interface comunicação-educação. No Brasil este conceito ganhou potência com o Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo e pelos professores e pesquisadores Ismar de Oliveira Soares e Adilson Citelli.

Desde a identificação do conceito à sua sistematização, a Educomunicação vem sendo entendida como:

o conjunto das ações inerentes ao planejamento e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem. (SOARES, 2001, p. 43)

No que diz respeito à questão da escola pós-moderna, vale ressaltar o papel da educomunicação em desenvolver uma leitura e uma aprendizagem eficientes no aluno em tempos escolares de transição tecnológica. Momento em que o educador deve se adaptar aos meios e fazer com que os alunos não se percam durante a aula. Isso exige de ambos, professor e aluno, uma dedicação, e acima disso, exige que se busquem novas maneiras de ensinar. Quadro negro e giz não são suficientes, assim como slides projetados também não.

Neste cenário, Borges (2012) resalta uma problemática que, embora urgente, é trabalhada por poucas instituições de ensino:

As inúmeras mudanças culturais e avanços tecnológicos que a sociedade vem atravessando não mudaram, ou mudaram pouco, a forma com que a escola e os professores têm lidado com tantos elementos que condicionam o ensino e a aprendizagem. A dinâmica da maioria das escolas é a mesma de décadas, ou até de séculos atrás, e isso se deve, em parte, a dificuldade das escolas para integrar os bens culturais produzidos pela mídia, aos bens culturais produzidos e perpetuados há anos pelo sistema educacional (BORGES, 2012, p. 19).

Esse problema toca principalmente na questão da interação, dos modos de vida, da sociabilidade, da relação indivíduo-tecnologia e seus limites, ética e definições mais claras de uso.

Para Paulo Freire (2008, p. 9), pedagogo brasileiro e uma das bases teóricas do campo da educomunicação, a leitura “não se esgota na decodificação pura da palavra escrita ou da linguagem escrita, mas que se antecipa e se alonga na inteligência do mundo”. Logo, para o teórico pernambucano, a leitura não se estanca apenas no simples ato de ler e compreender, às vezes de modo superficial, o que as palavras codificam. Ler é compreender quase que de forma holística as palavras e, portanto, interligá-las a outros momentos, conhecimentos e saberes.

A leitura do mundo precede a leitura da palavra, daí que a posterior leitura desta não possa prescindir da continuidade da leitura daquele. Linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão

do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto. (FREIRE, 2008, p. 11)

Assim, uma das inúmeras possíveis contribuições da educomunicação para o jornalismo contemporâneo seria a queda do texto jornalístico extremamente informativo e diretor. Com reflexões traçadas em base nos escritos de Paulo Freire, um texto mais humano e que contextualize com a vida do possível leitor da notícia contribui para uma leitura que seja concreta e eficiente. Neste caminho, podemos pressupor que o texto gerará um interesse maior, o que acarreta em um texto lido.

Além disso, é basilar ressaltar o papel do jornalista como um educador. A educomunicação, área que requer um profissional que tenha a habilidade de trabalhar sua técnica olhando para a questão dialógica e junto a isso, a convivência, cruza constantemente caminhos com o jornalismo. Este campo da comunicação e da educação é, muitas vezes, posto em segundo plano pela rotina do jornalista. Entre cumprir diversas pautas e muitas vezes editar vídeos e fotos, é cada vez mais difícil promover uma discussão sobre a atuação do jornalista como educador por meio de seus textos jornalísticos.

Questionário

Para pensar o tema central do artigo e entender um pouco mais sobre a interação dos indivíduos com o jornalismo on-line e as redes sociais, foi proposto um questionário, para assim, analisarmos de maneira empírica esta relação. Vale ressaltar que o questionário serve como uma ferramenta para nos auxiliar no que diz respeito às reflexões e não para ditar respostas conclusas e fechadas.

O questionário proposto teve como objetivo principal elucidar a relação entre o indivíduo que se informa por meio de dispositivos digitais (portais de notícias, Twitter, Instagram, dentre outros). Num cenário de rápida transformação tecnológica e social, os meios principais de consumo mudam de forma veloz impulsionando as relações já estabelecidas a mudarem também.

O principal ponto neste questionário foi o de entender se a grande oferta de notícias, aliada à velocidade da Internet, dos dispositivos móveis e das redes sociais contribuía para um grau de concentração menor na hora da leitura, resultando em uma baixa absorção do conteúdo lido. Como já dito anteriormente, buscamos nas respostas deste questionário, os efeitos colaterais do tempo célere.

A dinamização nos ritmos de vida, com padrões de comportamento que se fazem alinhados com os dispositivos de comunicação - mídias locativas, microcomputadores, conexões on-line -, a fragilização do pertencimento estável, a sobreposição de atividades, a redução nas horas de sono, a corrida por uma alimentação sem perda de tempo, na qual o fast-food reina soberano. (ROSA *apud* CITELLI, 2016, p. 15)

Deste modo, o questionário elaborado para nos amparar nesta caminhada foi construído com base em seis questões que relacionavam os modos de uso, consumo, subjetividade e meios de consumo. Ele foi disponibilizado por meio da ferramenta on-line Google Formulários e ficou aberto durante uma semana. O público-alvo foi estritamente universitário. Vale lembrar que a divulgação deste formulário se deu mediante compartilhamento em grupos universitários.

As perguntas dispostas no questionário, da primeira à última foram:

- 1) Você costuma ler notícias?
- 2) Quantos dias por semana você consome notícias?
- 3) Como você classifica o seu grau de consumo de notícias?
- 4) Quais destes meios você usa para se manter informado?¹
- 5) Em sua opinião, a grande oferta de informações na Internet atrapalha o entendimento do fato noticioso?
- 6) Ao ler determinada notícia nos veículos on-line e em mídias sociais, qual é o seu grau de concentração?
- 7) Você costuma ler o texto noticioso até o final?
- 8) Você possui o hábito de checar as informações que são lidas?
- 9) Em sua opinião, o quanto você retém das informações que lê através de sites de notícias?

Além dessas questões, perguntas em relação à idade e curso universitário foram abordadas para melhor desenhar o público que estava respondendo às perguntas.

O questionário obteve um total de 102 respostas ao longo da semana em que esteve aberto e disponível e possuiu uma variedade interessante de respostas no que diz respeito à idade e curso universitário. A faixa de idade predominante nas respostas foi dos 18 aos 21 anos. As outras respostas se distribuíram dos 17 anos até os 43 anos

¹ Como respostas, o questionário oferecia as seguintes opções: TV, Jornal impresso Rádio, Internet (Ex: Folha de São Paulo, Campo Grande News, El País), Instagram e Twitter Caso quem estivesse respondendo sentisse a necessidade de outra opção havia uma caixa para que a pessoa adicionasse outro meio de acesso às notícias.

de idade. Em relação aos cursos universitários que mais responderam ao questionário, houve uma predominância das graduações de direito (17), jornalismo (23) e psicologia (16). Outros cursos que constam nas 102 respostas são: zootecnia, ciências biológicas, economia, têxtil e moda, engenharia elétrica, engenharia de computação, publicidade e propaganda e ciências sociais. O fato de os três cursos predominantes serem da área de humanas e, por pressuposto, exigirem um grau de leitura maior, é algo que podemos por em xeque determinadas respostas.

Após identificar a amostra, vamos tratar das nove questões sobre os modos de leitura do usuário, os meios usados para acessar a informação, o grau de consumo, a subjetividade do leitor e o grau de concentração do mesmo no tocante à absorção do conteúdo.

A primeira questão tratou acerca do hábito de consumo de notícias e continha como respostas possíveis as opções sim ou não. De um total de 100% de respostas, 92,2% responderam que possuíam o hábito de ler notícias, e apenas 7,8% responderam que não.

Em relação à frequência, 64,7% consomem notícias de 3 a 5 dias por semana. Entretanto, apenas 19,7% possuem um consumo alto de notícias (mais de 5 vezes ao dia), conforme respostas da questão 3, cuja pergunta se detinha sobre o grau de consumo de notícias. 52,9% alegaram ter um consumo intermediário (essa parcela de indivíduos disse ler notícias mais de uma vez ao dia e menos de cinco vezes) e 27,5% possuem o consumo baixo, ou seja, apenas uma vez ao dia.

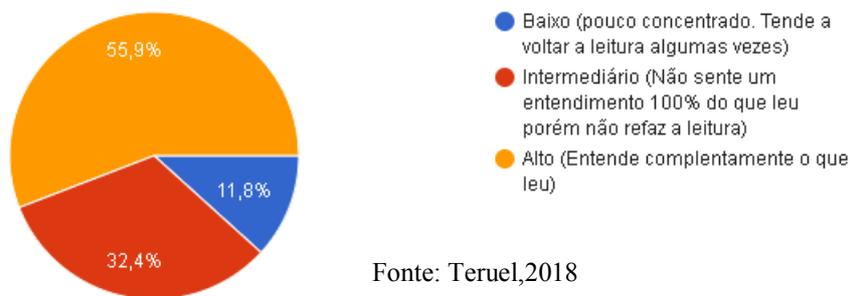
No que tange às formas de acesso para a notícia, as respostas se mostraram diversificadas e também demonstraram as mudanças pela qual passa o jornalismo na contemporaneidade. O meio mais acessado para 69,6% das respostas foram os portais de notícias on-line. Logo atrás figurou a televisão com 9,8%. A surpresa aqui, no caso, reside no terceiro lugar, que ficou com a rede social Instagram. 8,8% dos indivíduos que responderam usam a rede social de fotos para se informarem.

É crescente o movimento de grandes veículos jornalísticos, como por exemplo a Folha de São Paulo, UOL e Estadão desenvolverem por meio dos stories (ferramenta para publicação de vídeos e fotos que duram 24 horas) textos jornalísticos que informam o público sobre as principais notícias do dia. O jornal espanhol El País desenvolve por meio da publicação de fotos do Instagram narrativas jornalísticas que abarcam temas como a cerâmica indígena Pankararu em Tacaratu (PE) até a imigração de venezuelanos em Boa Vista e Pacaraima.

A quinta pergunta proposta diz respeito à grande oferta de informações disponíveis na Internet. As respostas mostraram, que para os usuários, o bombardeio de notícias em redes sociais, e-mails, WhatsApp, dentre outros meios, pode atrapalhar o entendimento da notícia. 52% das respostas concordaram que essa oferta excessiva acaba por confundir o leitor.

Apesar de certa confusão, a maioria das respostas da sexta questão mostra que os leitores entendem completamente a notícia lida. Abaixo o gráfico de respostas e suas respectivas porcentagens.

Figura 1 Gráfico sobre o nível de concentração



Fonte: Teruel,2018

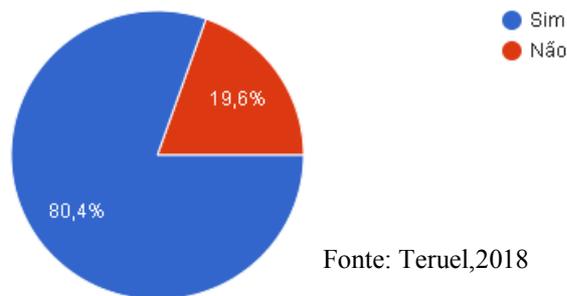
É demasiadamente importante colocar a questão da concentração do indivíduo leitor em discussão, pois a partir de determinado resultado, pode-se analisar se o bombardeio de notícias e o meio caótico da Internet atingem o leitor de algum modo em seu processo de leitura. Ou seja, se o que estamos aqui chamando de comunicação na pós-modernidade afeta os indivíduos.

Conforme se vê no gráfico, a baixa e intermediária concentração somam 46,2%. Alta concentração em leituras de notícias ficou em 55,9%. Claramente é possível debater este resultado quando compararmos com os cursos que mais responderam ao questionário, logo, jornalismo, direito e psicologia. Tais cursos possuem uma demanda de leitura grande, o que pode ter interferido, de certo modo, nos resultados. Se fossem cursos da área de exatas o resultado teria sido diferente? Se fossem com pessoas fora do meio acadêmico a concentração poderia ser menor? São questões que podemos pensar a partir do resultado geral.

A sétima questão diz respeito à leitura completa do texto noticioso. O resultado foi positivo, pois 80,4% das respostas foram em direção ao sim, ou seja, grande parte das pessoas que responderam leem os textos até o final. Esse resultado pode ser pensando em conjunto com a alta concentração dos leitores em relação às notícias.

Atualmente os jovens, principalmente, só leem aquilo que os interessam e por isso fazem a leitura completa?

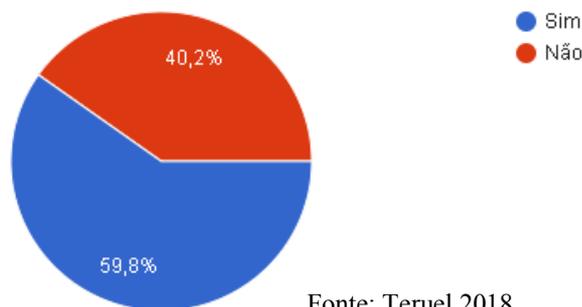
Figura 2 Gráfico sobre a leitura completa de textos noticiosos



Fonte: Teruel,2018

A penúltima questão perguntava a respeito do hábito de checar as informações que são lidas, que pode influenciar na propagação de fake news por parte do leitor, quando não ocorre. Na nossa pesquisa houve um resultado condizente com aquilo que pesquisas acadêmicas percebem ultimamente, ou seja, há uma tendência de os jovens não checarem – cada vez menos – as informações que são lidas e por consequência compartilharem aquilo que não é verdadeiro. Este movimento tem sido basilado em questões como a da, já pontuada, pós-verdade. Este movimento é um resultado perfeito do panorama pós-moderno que estamos discutindo desde o início.

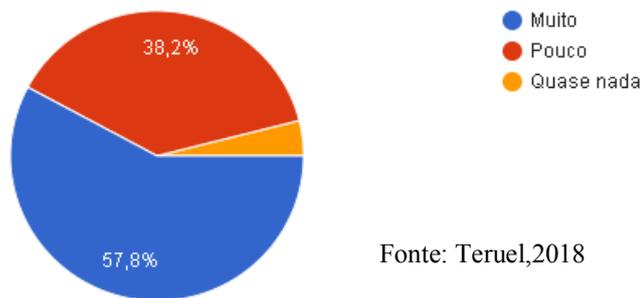
Figura 3 Gráfico sobre a checagem de notícias e informações



Fonte: Teruel,2018

A última pergunta do questionário era sobre a quantidade de informação que o leitor absorvia da notícia em portais on-line, ou seja, buscamos compreender nesta última questão o grau de entendimento do fato noticioso por parte de quem lê.

Figura 4 Gráfico sobre o entendimento da notícia



Fonte: Teruel, 2018

Esta última questão é muito importante pois também reforça o que estamos falando aqui desde o começo. O cenário pós-moderno para a comunicação trouxe – e ainda traz – muitas facilidades. A aceleração de notícias, a informação em certo grau democratizada e a possibilidade da comunicação estar pulverizada, dentre outros pontos tão importantes quanto e caros ao campo jornalístico. Todavia, este cenário também lida com problemas pontuais que se cruzam, abrindo fissuras que podem causar ruído no processo comunicacional.

No cenário pós-moderno que estamos debatendo neste artigo, a baixa absorção do conteúdo lido é um efeito desta nova era na comunicação.

Convergem na indicação de um cenário histórico marcado por novos mecanismos de produção e circulação do capitalismo globalizado, pós-industrial, assentado nas dinâmicas financeiras, no forte estímulo ao consumo e sob imperativos tecnológicos que tanto imprimem rapidez como descentram os processos de comunicação. (CITELLI, 2016, p. 12).

Considerações finais

Confrontando os resultados da pesquisa sobre uso e consumo de notícias com o embasamento teórico proposto na primeira parte deste artigo, temos, portanto, como possíveis reflexões deste artigo, algumas ponderações acerca do tema.

Em primeiro lugar é justo ressaltar que dado o caminho que percorremos até aqui, é possível afirmar que está em curso uma transposição da notícia digital. Dos portais tradicionais e de renome, os jovens, conforme indica o resultado dos questionários, estão migrando para redes sociais como Instagram e Twitter. Esse movimento transforma e modifica o modo de se noticiar, reduzindo o texto e apostando na agilidade.

Em segundo lugar podemos pensar que o cenário em transição, efêmero e a queda das grandes narrativas convencionais atingem diretamente o processo de construção da notícia jornalística, afetando a recepção do indivíduo, o tornando

descrente em relação as informações e em outros casos, apático, dado o alto número de informações vinculadas em redes sociais.

Neste cenário, se torna urgente repensar a comunicação e os modelos já existentes de jornalismo. É imprescindível torná-lo além de rentável, eficaz, por meio de notícias que contextualizem o ocorrido e que rompam com o modelo exclusivamente informativo.

Nesse sentido, a proposta da educomunicação que procura resgatar a prática do diálogo e a formação crítica de um aluno protagonista, além de incentivar a alfabetização midiática e digital desde o ensino fundamental, pode apontar um caminho nessa sociedade midiaticizada. É fundamental também aproximar a reflexão sobre a pertinência das práticas educacionais ao curso de jornalismo, tendo como premissas os pressupostos freireanos que veem a transformação e emancipação do sujeito por meio da relação estreita entre educação e comunicação.

Referências

- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2007.
- BORGES, A. G. S. **Televisão e Educação: um estudo sobre o Projeto Televisando o Futuro na escola**. 140 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Setor Educação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CAMPOS, Magno. Diálogo entre pós-modernidade, sujeito e leitura: o processo discursivo e o virtual. In: **Hipertextus Revista Digital**. n.6, Ago. 2011.
- CITELLI, Adilson Odair. Educomunicação, temporalidades e sujeitos. In: XXXIX CONGRESSO DA INTERCOM. São Paulo: **Intercom**, 2016. v. 1, p 2114-2201.
- CURADO, Olga. **A notícia na TV – o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1991.
- FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. 49ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1989.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo. Ed. Ática, 2ª edição, 2000.

- KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997
- MELLO, Patrícia Campo. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp: Com contratos de R\$ 12 milhões, prática viola a lei por ser doação não declarada. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>> Acesso em 07/01/2019.
- ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Espanha: Labcom books, 2014. p. 53-88.
- SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo : a composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos** / Carla Schwingel. - 2008.
- SOARES, Ismar de Oliveira (Org.). **Caminhos da Educomunicação**. São Paulo: Editora Salesiana, 2001.
- SOUSA, Jorge Pedro. Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. I Nº 2 - 2º Semestre de 2004.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume 2. Florianópolis: Insular, 2004.
- VENAGLIA, Guilherme. Rosa Weber: fake news são problema mundial contra o qual não há 'milagre': Segundo ministra, Corte priorizará combater acusações de fraude contra o processo eleitoral; Investigação sobre Bolsonaro e Haddad será sigilosa. **Veja**. São Paulo, 21 out. 2018. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/politica/rosa-weber-fake-news-sao-problema-mundial-contra-o-qual-nao-ha-milagre/>> Acesso em 07/01/2019.

ABSTRACT:

This article seeks to situate journalistic practice and news reading in the midst of the concept of postmodernity and mobile platforms. Based on authors such as Kumar (1997), Featherstone (1991), Freire (2000) and Citelli (2016), and the result of a questionnaire about reading habits among higher education students, it proposes reflections about the subject-reader and its relationship with reading news on digital media. Educommunication and its relationship with journalism appear as a proposal to rescue dialogue, critical training and media literacy in a society increasingly mediated by digital devices.

KEYWORDS: Reading; Journalism; Postmodernity; Educommunication.

RESUMEN:

Este artículo busca situar la práctica periodística y la lectura de noticias en medio del concepto de posmodernidad y plataformas móviles. Basado en autores como Kumar (1997), Featherstone (1991), Freire (2000) y Citelli (2016), y el resultado de un cuestionario sobre hábitos de lectura entre estudiantes de educación superior, propone reflexiones sobre el lector de la asignatura y su relación con la lectura de noticias en medios digitales. La educación y su relación con el periodismo aparecen como una propuesta para rescatar el diálogo, la capacitación crítica y la alfabetización mediática en una sociedad cada vez más mediada por dispositivos digitales.

PALABRAS-CLAVES: Leyendo; Periodismo; Posmodernidad; Educomunicación.