

RESSALVA

Atendendo solicitação do(a) autor(a) o texto completo desta Tese será disponibilizado somente a partir de 30/06/2025.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
CURSO DE DOUTORADO

MARIELA COSTA CARVALHO

**CONEXÃO INCIDENTAL:
A PERCEPÇÃO DE VALORES HUMANOS NO CONSUMO DE
NOTÍCIAS POR JOVENS MARANHENSES NAS MÍDIAS SOCIAIS**

BAURU-SP
2023

MARIELA COSTA CARVALHO

**CONEXÃO INCIDENTAL:
A PERCEPÇÃO DE VALORES HUMANOS NO CONSUMO DE
NOTÍCIAS POR JOVENS MARANHENSES NAS MÍDIAS SOCIAIS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), como requisito parcial para a obtenção do título de doutora em Mídia e Tecnologia, sob a orientação da professora Dra. Angela Maria Grossi.

BAURU-SP
2023

C331c Carvalho, Mariela Costa
Conexão incidental : a percepção de valores humanos no consumo de notícias por jovens maranhenses nas mídias sociais / Mariela Costa Carvalho. -- Bauru, 2023
133 f. : il., tabs., fotos, mapas

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientadora: Angela Maria Grossi

1. Mídias sociais. 2. Notícia incidental. 3. Jovens. 4. Valores humanos. 5. ProtocoloEva®. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

**REGISTRO DO IMPACTO ESPERADO DA TESE NA SOCIEDADE,
RELACIONADO AOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
(ODS), CONFORME PORTARIA UNESP Nº 117/2022**

Espera-se como resultado oferecer dados para entender como os jovens relacionam-se com as informações noticiosas nas mídias sociais, os quais podem ser usados pela sociedade e poder público em estratégias de educação midiática para que os jovens desenvolvam capacidade crítica em relação à desinformação. Assim, a tese está associada ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável Nº 4 – Educação de qualidade.

**IMPACT STATEMENT OF THE THESIS REGARDING THE SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS (SDGs), IN ACCORDANCE WITH UNESP'S
ORDINANCE Nº 117/2022**

The expected result is to offer data to understand how young people relate to news information on social media. Such data can be used by society and government in media education strategies so that young people develop critical capacity to deal with disinformation. Thus, the thesis is associated with the Sustainable Development Goal Nº 4 – Quality education.

**REGISTRO DEL IMPACTO ESPERADO DE LA TESIS EN LA SOCIEDAD,
RELACIONADO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS),
SEGÚN NORMATIVA UNESP Nº 117/2022**

Como resultado, se espera ofrecer datos para comprender como los jóvenes se relacionan con la información noticiosa en las redes sociales, que puedan ser utilizados por la sociedad y el gobierno en estrategias de educación mediática para que los jóvenes desarrollen capacidad crítica frente a la desinformación. Así, la tesis se asocia al Objetivo de Desarrollo Sostenible Nº 4 – Educación de calidad.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE MARIELA COSTA CARVALHO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN.

Aos 30 dias do mês de junho do ano de 2023, às 10:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de MARIELA COSTA CARVALHO, intitulada **Conexão incidental: a percepção de valores humanos no consumo de notícias por jovens maranhenses nas mídias sociais**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Doutora ANGELA MARIA GROSSI (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora PATRÍCIA RAKEL DE CASTRO SENA (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal do Maranhão, Professor Doutor GERSON LUIZ MARTINS (Participação Virtual) do(a) Departamento de Jornalismo / Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final:

* *Aprovada* . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.


Professora Doutora ANGELA MARIA GROSSI

* *Aprovada com louva*

CONEXÃO INCIDENTAL: a percepção de valores humanos no consumo de notícias por jovens maranhenses nas mídias sociais

DEFESA DE TESE DE DOUTORADO

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos
Linha de Pesquisa 1: Gestão Midiática e Tecnológica

Banca examinadora

Prof. Dra. Angela Maria Grossi (Orientadora)

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, FAAC - UNESP Bauru

Prof. Dra. Patrícia Rakel de Castro Sena (Examinadora)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Gerson Luiz Martins (Examinador)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Resultado: **APROVADA**

Bauru-SP, 30 de junho de 2023

À minha irmã, Maíra.

Aos meus pais, Cléa e Wilber.

A todas as meninas de olhos curiosos
e de corações cheios de sonhos, que
estudam nas escolas públicas do
interior do Maranhão.

AGRADECIMENTOS

Tenho a certeza em meu coração de que aonde eu estiver, Deus vai conduzir meus passos e sou muito grata pelos caminhos pelos quais Ele me leva. Sobretudo, agradeço pelos encontros que Ele tem me proporcionado na vida, a começar pela família em que nasci.

O amor imensurável, o cuidado, a fé, o apoio e o carinho dos meus pais, Cléa e Wilber, me trouxeram até aqui. Sou capaz de lembrar da voz da minha mãe me ensinando a escrever as primeiras palavras e a do meu pai, me incentivando a sonhar com as coisas mais impossíveis. O que sou de melhor, aprendi com eles. Mamis e papis, muito obrigada! Amo vocês mais que o infinito!

Sou incrivelmente grata por ser irmã de Maíra. Generosa, inteligente, otimista e companheira, ela segura firme a minha mão para que a gente possa explorar o mundo juntas. O sonho do doutorado só foi possível porque ela sempre esteve comigo e, literalmente, cruzou céus e oceanos para me apoiar. Com a minha irmã, sinto que tudo é possível, porque ao lado dela a vida é leve e porque ela é o meu amor.

Sou grata aos meus avôs que, apesar de todas as adversidades, ensinaram aos meus pais o valor da educação e isso me permitiu estar aqui hoje.

O encontro fundamental para a realização do doutorado foi com a minha orientadora, Angela Grossi. Costumo dizer, em tom de brincadeira, que gostei dela assim que vi sua foto no Lattes, pois não a conhecia pessoalmente. Senti uma energia boa e imaginei que ela era uma pessoa legal. Nesses quatro anos de convivência, posso afirmar que essa impressão estava equivocada. A Angela não é apenas legal, ela é uma pessoa incrível. Generosa, inteligente, excelente no que faz e, principalmente, sensível e humana. Angela, muito obrigada pela disponibilidade, pela leveza com que conduziu a orientação e por ter me apoiado sempre! Tenho você em meu coração.

Meu amigo-irmão, Romulo, está comigo desde a primeira semana de aula da faculdade e nesse tempo compartilhamos tudo: as calouradas, o primeiro estágio, as tristezas, os almoços à moda Bequimão, os sonhos, as conquistas e muitos sorrisos. Baby, obrigada por estar ao meu lado no doutorado e por ter revisado desde o projeto da seleção até esta tese! Sou muito feliz por ter você em minha vida!

Maycon Rangel (*in memoria*) foi daqueles encontros raros que a gente tem a oportunidade de ter na vida. Ser amiga e conviver todos os dias com uma pessoa com o coração tão bom e com uma generosidade tão grande como ele, foi um presente muito especial. Rangel, você permanece em mim, mesmo que não esteja mais fisicamente aqui. Obrigada por tanto amor, meu amigo-irmão!

A vida fica melhor quando temos amigos para compartilhá-la. Obrigada aos que torceram por mim e gostaria de fazer um agradecimento especial àqueles que estiveram ao meu lado em momentos importantes do doutorado:

À Jorge, pelo companheirismo, pelos sorrisos, pelos memes, pelos domingos na praia, tardes de café e pelas traduções de inglês para esta tese.

À Pablo, que está comigo desde os primeiros dias da faculdade que, pelos caminhos surpreendentes da vida, foi me fazer companhia em Bauru. Além dos passeios gastronômicos e sorrisos, ele foi meu apoio durante o doutorado.

À Kamila, pelas dicas de leituras e formatações e, sobretudo, por ter me dado o incentivo que precisava para ir para o sanduíche. A frase “Mari, é preciso ter muita coragem e querer muito, mas vale a pena” me levou até Barcelona.

À Rakel, por ter revisado o projeto da seleção do doutorado, pelo carinho, pelo companheirismo, gargalhadas nos cafés e almoços na praia.

À Sarita que, em nossos passeios por Madri, me fez reconectar com a minha essência e com meus sonhos da época em que estávamos na universidade.

À Cleycinha, que na visita que fez a São Luís no início do ano, me falou coisas tão bonitas, que me deram ânimo para concluir o doutorado. Além de ser a minha consultora para assuntos de ABNT.

A inspiração para fazer doutorado surgiu na faculdade, quando conheci o professor Francisco Gonçalves e se fortaleceu quando fui estagiária da professora Rose Ferreira. Obrigada aos dois por darem àquela menina a oportunidade de sonhar!

Tenho muito amor pela UFMA, porque além de me ensinar uma profissão, foi lá que aprendi a ter uma visão social sobre a realidade e onde fiz grandes amigos.

Sou grata à Unesp, por ser um espaço tão rico de trocas de experiências e construção de conhecimento, e aos professores, técnicos-administrativos e terceirizados, que contribuíram com a minha formação. Agradeço aos colegas de turma e aos do grupo de pesquisa, em especial, à Maira Nani, que me auxiliou no processo do sanduíche. Obrigada, também, ao grupo de teleacolhimento,

supervisionado por psicólogos, que a Unesp formou durante a pandemia e que me ajudou nesse período tão difícil.

Agradeço à Bauru, minha Bauruzinha, que me recebeu tão bem e onde fui incrivelmente feliz. Que saudade do pão na chapa com requeijão da padaria, das caminhadas na Getúlio, da gastronomia maravilhosa, de poder apreciar da janela de casa o pôr do sol mais lindo da vida e da gentileza das pessoas que conheci!

O sonho de infância de morar em Barcelona foi possível porque tive a ajuda de muitas pessoas, as quais gostaria de agradecer:

A começar pelos professores tão dedicados e atenciosos, que me prepararam e me ajudaram a obter a aprovação no DELE: Thaís, Jhon e Deivid.

Aos colegas do grupo do edital do PDSE da Capes, que conquistaram bolsas para o sanduíche na Espanha. Reunidos em um grupo de WhatsApp enfrentamos as incertezas das fronteiras fechadas para brasileiros, a falta de vacinas e o processo da emissão de visto. Obrigada por compartilharem esse sonho! Nós conseguimos!

Desse grupo maior, formamos um com aqueles que iriam para Barcelona. Nunca imaginei que um grupo chamado “Pelos bigodes de Dali” me daria amigos para a vida. Karine, Zé Claudio, Dani e André, obrigada pela companhia de vocês nessa aventura maravilhosa!

Ao professor David Badajoz, que aceitou ser meu tutor e me recebeu tão bem na Universitat Autònoma de Barcelona. Muito obrigada pela disponibilidade, pelo suporte e por compartilhar seus conhecimentos!

Aos professores Ángel Rodríguez Bravo e Norminanda Montoya, pela recepção tão carinhosa. As *meriendas*, as *comidas* e as *cenar* na casa deles foram momentos de afetos, sorrisos e muito aprendizado. Agradeço, também, aos colegas do grupo de pesquisa AEVA, em especial, à Adriana, que se tornou uma amiga do coração.

Aos professores e funcionários da Universitat Autònoma de Barcelona, que me trataram com gentileza e atenção.

À dona Angela, que de senhoria se transformou em uma amiga. Uma catalana, nascida em plena Guerra Civil espanhola, que compartilhava comigo um pouco das histórias que viu. Entre as coisas que aprendi – enquanto ela preparava as melhores *croquetas* do mundo e o *arroz con leche* – guardei em um lugar especial a frase: *Mari, la vida son dos dias. ¡Aprovechala!*

Para mim, a internet é uma oportunidade infinita de aprendizagem. Foi assim que encontrei essas pessoas que compartilharam conhecimentos e me ajudaram a chegar até aqui:

Os vídeos da Fê Neute me fizeram refletir sobre os meus valores e me deram coragem para tentar a seleção do doutorado.

A generosidade da Ana Cristina – uma oftalmologista brasileira que vive na Alemanha – ao responder o direct de uma desconhecida, devolveu a minha saúde e salvou a minha vida.

O trabalho tão competente da Juliana Gulka e do Thiago Vidotto sobre a vida acadêmica.

A comunidade Acadêmicos Anônimos, que nos pomodoros diários on-line, me ajudou a construir a tese. Colegas das 10h, das 15h e das 20h, muito obrigada pela companhia e incentivo! Um agradecimento especial para a Naína, a Adri e a Ana!

O sonho de fazer doutorado na Unesp, com período sanduíche na Espanha, só foi possível porque tive o apoio de instituições de educação e pesquisa, as quais sou muito grata. São elas:

O Instituto Federal do Maranhão que, por meio da sua política de incentivo à qualificação dos servidores, possibilitou que eu me dedicasse ao doutorado.

A Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (Fapema), que financiou esta pesquisa via Edital Nº 13/2020.

A Capes, que por meio da seleção de bolsistas para o Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), Edital Nº 19/2020, financiou minha estadia de estudos na Espanha.

Agradeço a cada professor, servidor e funcionário de todas as instituições públicas em que estudei desde o jardim de infância até o doutorado. A minha formação inteira foi na educação pública e por isso acredito tanto que ela pode transformar vidas.

*A vida é assim: esquenta e esfria,
aperta e daí afrouxa,
sossega e depois desinquieta.
O que ela quer da gente é coragem.*

Guimarães Rosa

RESUMO

Nas mídias sociais, as notícias chegam às pessoas sem que necessariamente elas precisem buscá-las. Esse processo é chamado de notícia incidental, forma de consumo que tem se mostrado mais expressiva entre o público jovem. Nesta tese, o objetivo geral é compreender a percepção de valores humanos por jovens maranhenses no consumo dessas notícias incidentais. Como desdobramentos, têm-se os seguintes objetivos específicos: a) traçar o perfil sociodemográfico de jovens maranhenses que consomem notícias incidentais; b) mapear as mídias sociais que eles utilizam para se informar; c) identificar quais valores humanos os jovens percebem nas notícias que consomem nas mídias sociais; e d) discutir como as notícias incidentais afetam a percepção de valores humanos por jovens maranhenses. Partiu-se da hipótese de que a percepção de valores humanos, educativos e sociais fica comprometida quando esse segmento da população é exposto a notícias que surgem de maneira descontextualizada e fragmentada. O percurso metodológico inicia com a abordagem dos estudos bibliométricos, para localizar as referências mais relevantes acerca de dois dos principais conceitos desta pesquisa: mídias sociais (CASTELLS, 2013; RECUERO, 2010, 2018) e a notícia incidental (MITCHELSTEIN; BOCZKOWSKI 2018; MEDINA; PROUST; NÚÑEZ-MUSSA, 2018; DIAS, 2022). Utiliza-se as bases teóricas e metodológicas do *ProtocoloEva®*, que foi desenvolvido por pesquisadores espanhóis (RODRÍGUEZ BRAVO *et al.*, 2017, 2021) para medir a percepção de valores humanos em produtos comunicativos. Este estudo pretende contribuir com as incipientes pesquisas no Brasil sobre notícia incidental, bem como provocar reflexões acerca do consumo de notícias no contexto das mídias sociais, que ocupam lugar relevante na construção das identidades sociais e da cidadania, atualmente. Os resultados desta pesquisa também podem contribuir para caracterizar, de forma subjacente, de que maneira os jovens estão expostos ao consumo de desinformação, que encontra lugar de forte propagação nas mídias sociais.

Palavras-chave: mídias sociais; notícia incidental; jovens; valores humanos; *ProtocoloEva®*.

ABSTRACT

In social media, people are reached by news without necessarily having to look for it. This process is called incidental news, a form of consumption that has been shown to be more expressive among young people. In this thesis, the general objective is to understand the perception of human values by young people from Maranhão in the consumption of that incidental news. The specific objectives are: a) to trace the sociodemographic profile of young people from Maranhão who consume incidental news; b) to map the social media they usually get information from; c) to identify which human values young people perceive in the news they consume on social media; and d) to discuss how incidental news affects the perception of human values by young people from Maranhão. The hypothesis is that the perception of human, educational and social values is compromised when this segment of the population is exposed to news that appears in a decontextualized and fragmented way. The methodology begins with bibliometric studies in order to find the most relevant references about two of the main concepts in this research: social media (CASTELLS, 2013; RECUERO, 2010, 2018) and incidental news (MITCHELSTEIN; BOCZKOWSKI 2018; MEDINA; PROUST; NÚÑEZ-MUSSA, 2018; DIAS, 2022). This investigation used the theoretical and methodological basis of *ProtocoloEva*®, developed by Spanish researchers (RODRÍGUEZ BRAVO *et al.*, 2017, 2021) to measure the perception of human values in communicative products. This study aims to contribute to the incipient research on incidental news in Brazil, as well as to stimulate reflections on the consumption of news in the context of social media, which plays an important role in the construction of social identities and citizenship today. The results of this research can also help to characterize, in an underlying way, how young people are exposed to disinformation, which finds in social media a place for strong propagation.

Keywords: social media; incidental news; young people; humans values; *ProtocoloEva*®.

RESUMEN

En las redes sociales, las noticias llegan a las personas sin que necesariamente tengan que buscarlas. Este proceso se denomina noticia incidental, una forma de consumo que se ha mostrado más expresiva entre los jóvenes. En esta tesis, el objetivo general es comprender la percepción de los valores humanos de los jóvenes de Maranhão en el consumo de estas noticias incidentales. Como desarrollos, se tienen los siguientes objetivos específicos: a) rastrear el perfil sociodemográfico de los jóvenes de Maranhão que consumen noticias incidentales; b) mapear las redes sociales que utilizan para obtener información; c) identificar qué valores humanos perciben los jóvenes en las noticias que consumen en las redes sociales; y d) discutir cómo las noticias incidentales afectan la percepción de los valores humanos de los jóvenes de Maranhão. Se partió de la hipótesis de que la percepción de los valores humanos, educativos y sociales se ve comprometida cuando este segmento de la población es expuesto a noticias que aparecen de forma descontextualizada y fragmentada. La ruta metodológica parte del abordaje de los estudios bibliométricos, para localizar las referencias más relevantes sobre dos de los conceptos principales de esta investigación: redes sociales (CASTELLS, 2013; RECUERO, 2010, 2018) y la noticia incidental (MITCHELSTEIN; BOCZKOWSKI 2018; MEDINA; PROUST; NÚÑEZ-MUSSA, 2018; DIAS, 2022). Se utilizan las bases teóricas y metodológicas del *ProtocoloEva®*, el cual fue desarrollado por investigadores españoles (RODRÍGUEZ BRAVO *et al.*, 2017, 2021) para medir la percepción de los valores humanos en los productos comunicativos. Este estudio tiene como objetivo contribuir a la incipiente investigación en Brasil sobre noticias incidentales, así como provocar reflexiones sobre el consumo de noticias en el contexto de las redes sociales, que ocupan un lugar relevante en la construcción de las identidades sociales y de la ciudadanía actualmente. Los resultados de esta investigación también pueden ayudar a caracterizar, de manera subyacente, cómo los jóvenes están expuestos al consumo de desinformación, que encuentra un lugar de fuerte propagación en las redes sociales.

Palabras clave: redes sociales; noticias incidentales; jóvenes; valores humanos; *ProtocoloEva®*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa da presença do IFMA no Maranhão	27
Figura 2 – Classificação por sexo e faixa etária dos estudantes do IFMA.....	28
Figura 3 – Renda familiar e raça dos estudantes do IFMA	29
Figura 4 – Classificação por sexo e faixa etária dos universitários.....	31
Figura 5 – Renda familiar e raça dos universitários do campus Monte Castelo	32
Figura 6 – Esquema representativo da tese	34
Figura 7 – Publicação no perfil do Twitter da Folha de São Paulo.....	43
Figura 8 – Publicação no perfil do Instagram da Folha de São Paulo	44
Figura 9 – Gerador de template	48
Figura 10 – Pirâmide invertida	57
Figura 11 – Pirâmide deitada	57
Figura 12 – Perfil de usuários de internet no Brasil	65
Figura 13 – Redes sociais mais usadas para buscar notícias	72
Figura 14 – Posts das notícias no Instagram.....	75
Figura 15 – Posts das notícias traduzidos para o espanhol	76
Figura 16 – Avaliação de valores no teste do ProtocoloEva®	80
Figura 17 – Consulta ao significado dos valores	80
Figura 18 – Valores percebidos no post sobre trabalho	83
Figura 19 – Valores percebidos no post sobre saúde	85
Figura 20 – Valores percebidos no post sobre meio ambiente	87
Figura 21 – Post sobre trabalho em português.....	90
Figura 22 – Post sobre saúde em português	91
Figura 23 – Post sobre meio ambiente em português.....	92
Figura 24 – Carga global de valor do post sobre saúde.....	95
Figura 25 – Potência de valor do post sobre saúde	95
Figura 26 – Confiabilidade dos valores do post sobre saúde.....	97
Figura 27 – Carga global de valor do post sobre meio ambiente.....	98
Figura 28 – Potência de valor do post sobre meio ambiente	98
Figura 29 – Confiabilidade dos valores do post sobre meio ambiente.....	99

Figura 30 – Nuvem de valores do post sobre saúde	102
Figura 31 – Nuvem de valores do post sobre meio ambiente	103

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Adaptação da lista de valores-notícia.....	54
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Valores dominantes no post sobre saúde	100
Tabela 2 – Valores dominantes no post sobre meio ambiente	102

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AEVA	Asociación Científica para la Medición y Evaluación de Valores Humanos
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEFET-MA	Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão
Cetic	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação
CGU	Conteúdo Gerado pelo Usuário
CTA	Call to Action
Fapema	Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão
FIC	Formação Inicial Continuada
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IFMA	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão
INCT-CPCT	Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia
Laicom	Laboratorio de Análisis Instrumental de la Comunicación
MESO	Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina
NECyC	Núcleo de Estudios en Comunicación y Cultura
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
PDSE	Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior
PNP	Plataforma Nilo Peçanha
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
Portcom	Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação
Scielo	Scientific Electronic Library Online
SNS	Social Networking Sites
SRS	Sites de Redes Sociais
TIC	Tecnologias da Informação e Comunicação
UAB	Universitat Autònoma de Barcelona
UNEDI	Unidade de Ensino Descentralizada de Imperatriz

Unesp
Volp

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	23
2 O JORNALISMO E A RELAÇÃO COM AS MÍDIAS SOCIAIS	36
2.1 O que são mídias sociais?	37
2.2 O jornalismo e as mídias sociais	41
3 NOTÍCIA INCIDENTAL.....	51
3.1 No meio do caminho tinha uma notícia	51
3.2 O consumo incidental de notícias.....	60
4 VALORES HUMANOS E SOCIAIS A PARTIR DAS CONCEPÇÕES DO PROTOCOLOEVA®	68
4.1 Transferência de tecnologia: pré-teste realizado na Espanha.....	71
4.1.1 <i>Seleção das amostras de notícias publicadas nas mídias sociais</i>	72
4.1.2 <i>Seleção dos sujeitos</i>	77
4.1.3 <i>Sobre a ferramenta utilizada</i>	78
4.1.4 <i>Sobre a escala de medição</i>	81
4.2 Apresentação e percepções dos resultados do pré-teste a partir do <i>ProtocoloEva®</i>	84
5 A PERCEPÇÃO DE VALORES HUMANOS NO CONSUMO DE NOTÍCIAS INCIDENTAIS POR JOVENS MARANHENSES	89
5.1 Seleção das amostras de notícias publicadas nas mídias sociais	89
5.2 Seleção dos sujeitos.....	93
5.3 Aplicação do <i>ProtocoloEva®</i> no contexto maranhense	93
5.4 Resultados e análise dos dados	94
5.4.1 <i>Análises das tendências gerais</i>	95
5.4.2 <i>Valores dominantes</i>	100
6 CONCLUSÃO	105

REFERÊNCIAS.....	110
APÊNDICE	116
ANEXO.....	118

1 INTRODUÇÃO

*Todo mundo canta sua terra
Eu também vou cantar a minha
Modéstia à parte, seu moço
Minha terra é uma belezinha
João do Vale*

O consumo de notícias tem passado por mudanças que são influenciadas, sobretudo, pelo uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Nesse contexto, podemos destacar dois aspectos fundamentais: a mobilidade do acesso à internet por meio de celulares e o surgimento das mídias sociais. No primeiro caso, o uso de *smartphones* possibilita que as pessoas tenham em suas mãos um aparelho com o qual podem ter uma vasta experiência comunicacional com acesso a conteúdo em vários tipos de formatos como áudios, textos, imagens e vídeos. No segundo, as redes sociais na internet são estruturas que foram desenvolvidas com o objetivo de promover trocas de informações e a construção de laços sociais que ultrapassam as barreiras geográficas e possuem dinâmicas e características próprias.

A junção destes dois fatores configura um espaço que tem alterado profundamente as formas de sociabilidade, influenciando em áreas como o acesso e consumo de notícias. Observamos que essas mudanças se tornam mais evidentes entre o público jovem, visto que ele nasceu em um mundo em que a internet já era parte comum da vida, tal qual a televisão ou o rádio foram para as gerações anteriores. Nesta pesquisa, a juventude é pensada a partir da ideia de geração porque é o referencial utilizado nos estudos sobre as relações dos indivíduos com as TIC. Assim, nosso enfoque está centrado nas chamadas Geração Y ou *Millennials*¹ (pessoas nascidas entre 1981 e 1994) e a Geração Z ou GenZ (nascidas entre 1995 e 2000). Acerca da relação entre conceito de geração e tecnologia, Dias (2022, p. 31) explica que:

[...] a noção de geração está correlacionada a momentos históricos, que correspondem a quadros sociopolíticos específicos, nomeadamente contexto

¹ Em virtude da natureza do tema deste trabalho, utilizamos muitos termos em língua estrangeira, sobretudo, do inglês. O recomendável nesses casos é sinalizá-los com o itálico. Contudo, muitas dessas palavras foram incorporadas à língua portuguesa pelo Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp). Assim, neste trabalho adotaremos o uso do itálico apenas em palavras que não estão registradas no Volp como, por exemplo, *millennials* e *timeline*, enquanto termos já incorporados, como post e on-line, serão grafados sem itálico.

social, económico, político e tecnológico. É percebido também que o conceito de geração parece não ser orgânico, considerando os pressupostos que interligam as gerações, como se cada uma se desenvolvesse a partir da anterior e das suas vivências, evoluindo de acordo com o contexto no qual estão inseridas e, principalmente, pautadas pelo advento e avanço da tecnologia. Tal interação permite partilhas e transformações na sociedade em que vivem. Esse ambiente pressupõe que os jovens da sociedade contemporânea tendem a ser mais aptos às mudanças provocadas pela tecnologia do que as gerações antecessoras.

O interesse em estudar especificamente o acesso e o consumo de notícias dos jovens nas mídias sociais surgiu a partir da nossa prática profissional como jornalista da Assessoria de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), onde trabalhamos desde maio de 2010. O contato frequente com estudantes da instituição que, majoritariamente são jovens, deixou-nos instigada ao observar os recursos que eles utilizam para consumir informações noticiosas. Em geral, eles não costumam buscar pelas notícias, mas recebem esse tipo de conteúdo por meio de suas redes sociais. Isso chamou a nossa atenção tanto como um dado relevante para as estratégias de comunicação que adotamos no IFMA, quanto do ponto de vista de pesquisadora do campo da comunicação que tem interesse em entender esse fenômeno.

Na busca por referências teóricas sobre o tema, encontramos o conceito de notícia incidental nos estudos realizados pelo Centro de Estudios sobre Medios y Sociedad en Argentina (MESO), que foi criado a partir de uma parceria entre pesquisadores da Universidad de San Andrés da Argentina e da Northwestern University, dos Estados Unidos. De acordo com as pesquisas desse Centro, o uso frequente de redes sociais pelos jovens faz com que esse segmento da população acesse as notícias de forma incidental, visto que a cada vez que acessam, por exemplo, o Instagram ou o Twitter, eles se deparam com notícias em sua *timeline* sem que isso tenha sido resultado de uma busca intencional (MITCHELSTEIN, BOCZKOWSKI, 2018).

Os dados levantados pelo MESO apontam que em função dos jovens estarem imersos no ambiente digital, as notícias chegam até eles, sobretudo, por meio das mídias sociais e aparecem de forma diluídas entre um meme postado por um amigo, as fotos da viagem de férias do primo e o vídeo engraçado que uma colega da escola publicou. Esses estudos demonstram, ainda, que parte significativa dos jovens não tem o hábito de buscar notícias, seja por pesquisa deliberada na internet ou por outros

meios de comunicação como a TV. Eles se informam à medida em que as notícias chegam até eles por meio das mídias sociais.

O contato com as pesquisas do MESO suscitou a nossa vontade de compreender como esse consumo acontece entre os jovens brasileiros, mais especificamente os maranhenses. O enfoque da pesquisa na realidade maranhense, deve-se à necessidade em obter dados sobre como essa faixa etária da população do Estado que ocupa o 26º lugar no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país², entre as 27 unidades da federação³. Além de ser o Estado que têm a menor quantidade de pessoas com 10 anos de idade ou mais com acesso à internet. Somente 71,8%, enquanto que a taxa de acesso do primeiro lugar, que é o Distrito Federal, é de 95,6% (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2021b).

Trata-se de um estudo com relevância social em função da necessidade de entender como os jovens relacionam-se com as informações noticiosas, tendo em vista que elas ocupam lugar relevante na construção das identidades sociais e da cidadania. Ao partirmos dessa ideia do papel social da comunicação, mais especificamente das notícias, nossa pesquisa considera, também, a qualidade dessas informações e uma forma de avaliá-la é identificar que tipos de valores estão presentes nelas. Os resultados das pesquisas também podem contribuir para caracterizar, de forma subjacente, a exposição e consumo dessa faixa etária à desinformação, que encontraram lugar de forte propagação nas mídias sociais.

Nesse cenário, o problema central da nossa pesquisa é: quais valores humanos são percebidos pelos jovens maranhenses no consumo de notícias incidentais nas mídias sociais? A nossa hipótese é que esse segmento da população tem contato com as notícias de forma incidental por meio das mídias sociais, à medida em que elas chegam até suas *timelines* sem que isso tenha sido resultado de uma busca intencional. Assim, ao se depararem com informações noticiosas de maneira descontextualizada, muitas vezes limitadas à leitura de uma manchete, a percepção dos valores humanos fique comprometida.

² O IDH é um índice utilizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que serve para medir o grau de desenvolvimento econômico e a qualidade de vida oferecida à população. O índice varia de 0 (nenhum desenvolvimento humano) a 1 (desenvolvimento humano total). O IDH do Maranhão é 0.639 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2021a).

³ O Brasil possui 26 estados e um Distrito Federal. O IBGE, em suas pesquisas, utiliza o parâmetro de 27 unidades da federação para trabalhar os dados.

Diante do exposto, nosso objetivo de pesquisa é compreender a percepção de valores humanos por jovens maranhenses no consumo de notícias incidentais nas mídias sociais. Como desdobramentos temos os seguintes objetivos específicos: traçar o perfil sociodemográfico de jovens maranhenses que consomem notícias incidentais; mapear as mídias sociais que os jovens utilizam para se informar; identificar quais valores humanos os jovens percebem nas notícias que consomem nas mídias sociais; e discutir como as notícias incidentais afetam a percepção de valores humanos por jovens maranhenses.

Para alcançar esses objetivos, iniciamos nosso percurso metodológico com o levantamento bibliográfico sobre os conceitos centrais da pesquisa utilizando a abordagem dos estudos bibliométricos; definimos o uso do *ProtocoloEva*⁴ para medir a percepção de valores humanos pelos jovens maranhenses nas notícias incidentais; e, tendo em vista a nossa motivação para esta pesquisa, delimitamos como escopo de análise os estudantes universitários do Instituto Federal do Maranhão, cujo perfil detalharemos a seguir.

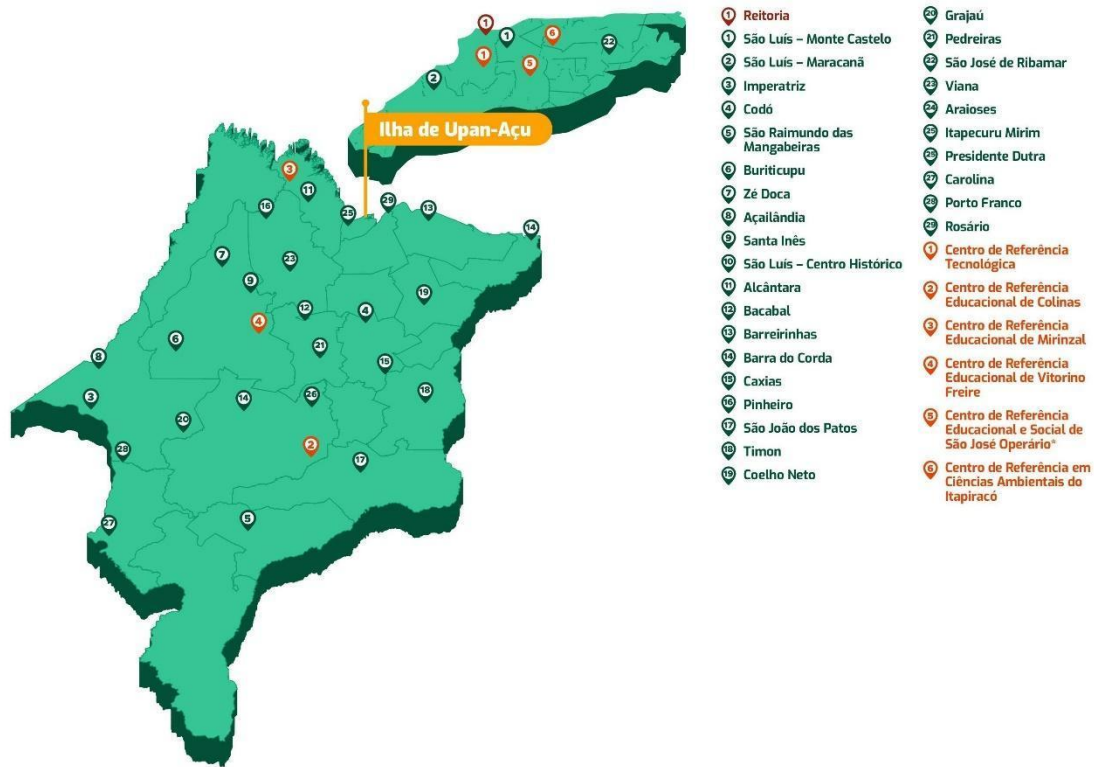
O Instituto foi fundado pelo Governo Federal em 1910, em São Luís, com o nome de Escola de Aprendizes Artífices do Maranhão para profissionalizar trabalhadores. Ao longo do tempo, a instituição passou por mudanças de nomes e por um processo de ampliação. Em 1937, recebeu o título de Liceu Industrial de São Luís; em 1965, ganhou o nome de Escola Técnica Federal do Maranhão; em 1989, tornou-se Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão (CEFET-MA); e, finalmente, em 2008, passou a fazer parte do IFMA.

O Instituto foi criado a partir da implantação da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica que, no Maranhão, realizou a junção de cinco instituições federais de educação que já existiam no Estado: CEFET-MA, Escola Agrotécnica Federal de São Luís, Unidade de Ensino Descentralizada de Imperatriz (UNEDI), Escola Agrotécnica Federal de Codó e Escola Agrotécnica Federal de São Raimundo das Mangabeiras. Na nova estrutura, essas instituições foram convertidas em campus e foi criada uma reitoria para gerenciá-las, compondo uma organização semelhante à das universidades federais. Com a política de expansão e interiorização do projeto da Rede Federal, o IFMA ampliou a presença no Estado e dos cinco campi

⁴ A utilização do *ProtocoloEva*[®] será detalhada no capítulo quatro desta tese.

iniciais passou para 29, os quais estão distribuídos em 27 municípios, conforme pode ser observado na Figura 1⁵:

Figura 1 – Mapa da presença do IFMA no Maranhão



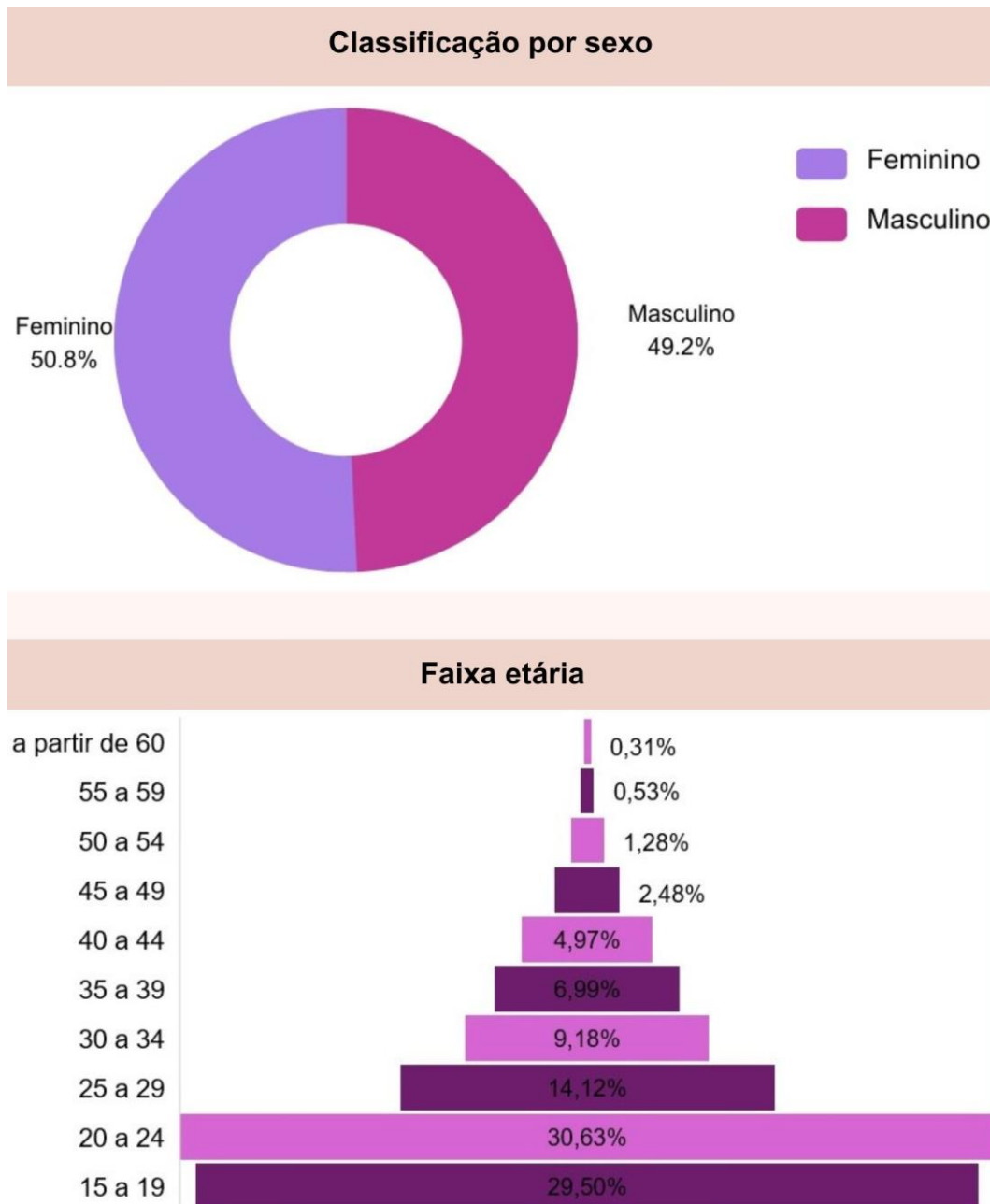
Fonte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (2023).

O IFMA oferece, atualmente, cursos técnicos, cursos de Formação Inicial Continuada (FIC), de graduação e pós-graduação (*lato sensu* e *stricto sensu*), em vários eixos tecnológicos e nas modalidades de educação presencial e a distância. Como a proposta do Instituto é interiorizar a educação e contribuir com o desenvolvimento dos municípios, os arranjos produtivos locais são o principal critério para definir quais cursos serão oferecidos nas unidades. Por esse motivo, a implantação dos campi, geralmente, envolve a realização de audiências públicas com a participação de representantes da sociedade civil que contribuem com esse processo de escolha dos cursos.

⁵ Os seis pontos do mapa na cor laranja correspondem aos Centros de Referência Tecnológica, que estão em fase de implantação. Esses centros possuem estruturas menores que a de um campus.

Segundo dados extraídos da Plataforma Nilo Peçanha (PNP)⁶ referentes ao ano de 2022, o IFMA possui orçamento de R\$ 716.198.408,00 (incluindo pagamento de pessoal) e 3.356 servidores, sendo 1.942 professores e 1.414 técnicos. No que concerne aos alunos, há 45.391 matriculados. Podemos observar o perfil deles na Figura 2 (classificação por sexo e faixa etária) e na Figura 3 (renda e raça):

Figura 2 – Classificação por sexo e faixa etária dos estudantes do IFMA

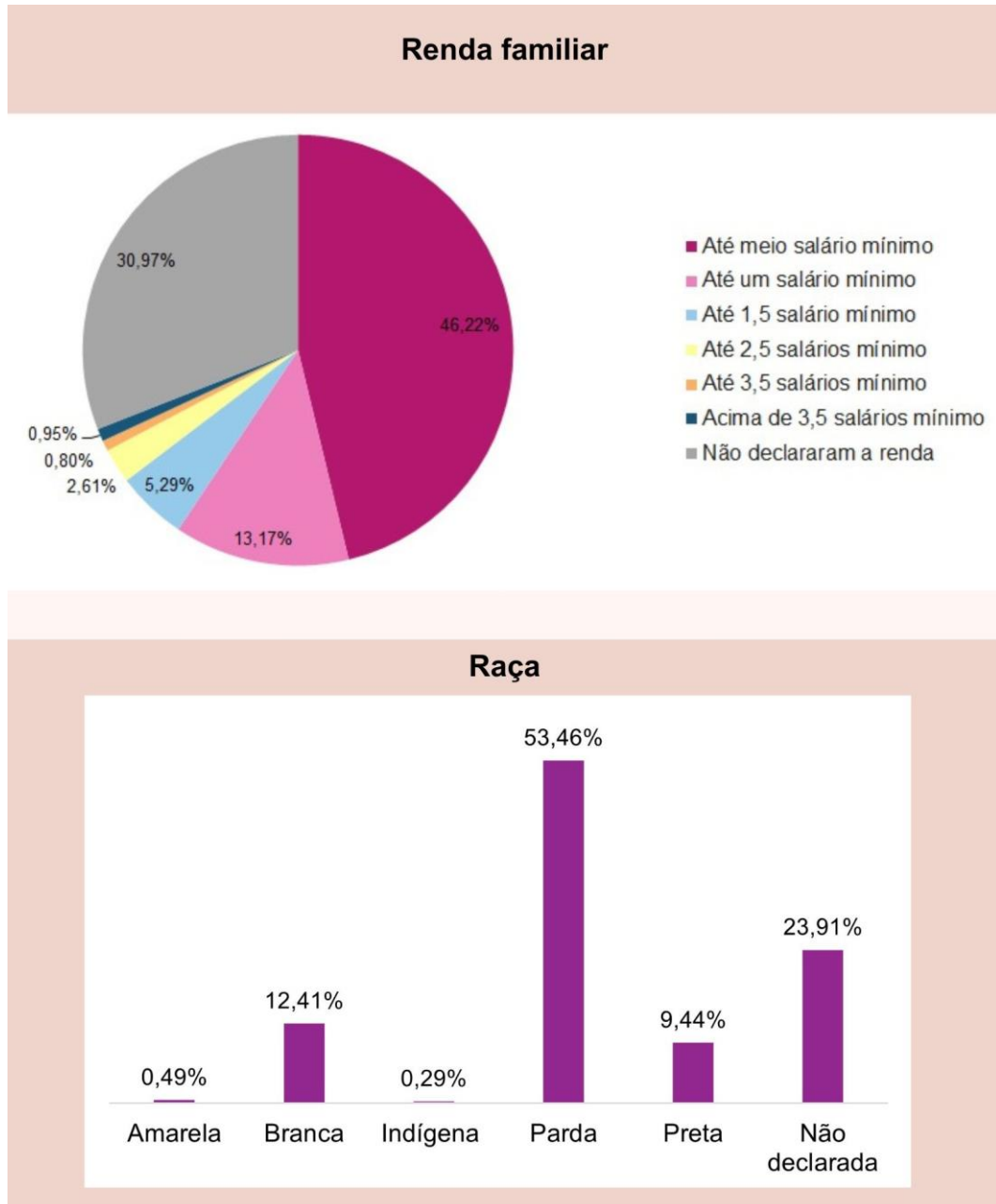


Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados extraídos de Brasil (2022).

⁶ A plataforma possui acesso aberto ao público e reúne dados e estatísticas sobre estudantes, servidores e gastos financeiros da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica.

Dentre os dados apresentados sobre os estudantes, destacamos que a faixa etária dos 15 aos 34 anos representa mais de 83% do número de matriculados, como aponta o gráfico da Figura 2. Portanto, a instituição é essencialmente composta pelo público que é nosso foco de interesse.

Figura 3 – Renda familiar e raça dos estudantes do IFMA



Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados extraídos de Brasil (2022).

Outro aspecto relevante diz respeito ao perfil econômico dos alunos. Os dados da Figura 3 mostram que 46,22% têm renda familiar de até meio salário mínimo e

13,17% têm até um salário mínimo. Isso indica que mais da metade dos estudantes está em situação de vulnerabilidade socioeconômica e que, ao pensarmos no contexto da nossa pesquisa, provavelmente, isso deve impactar nas condições de acesso à internet.

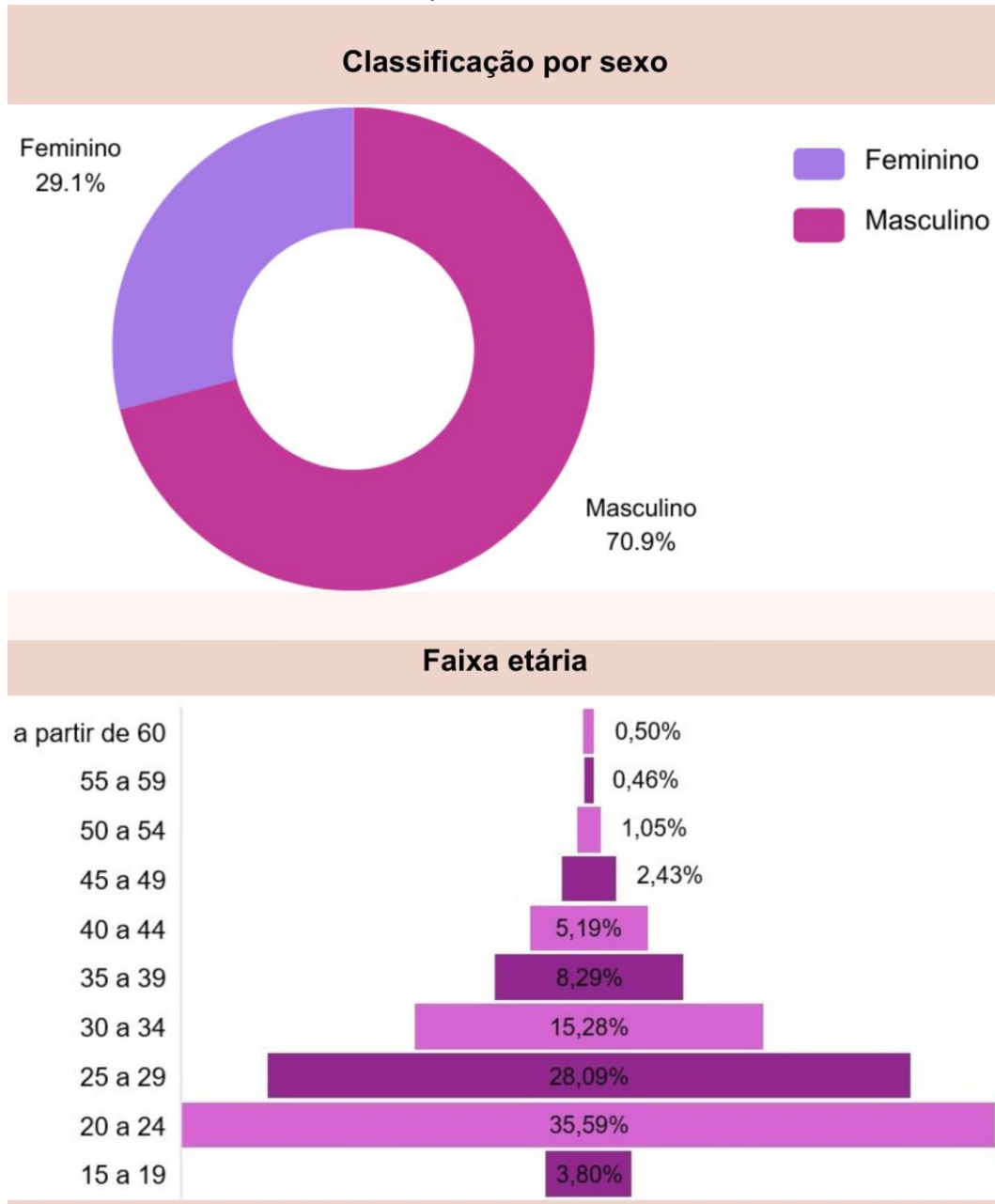
Contudo, como o IFMA disponibiliza wi-fi para os estudantes em todas as unidades, sabemos que eles têm acesso à internet pelo menos durante o período em que estão na instituição. Isso pode ser corroborado pelos dados do relatório do perfil socioeconômico dos alunos do IFMA⁷, os quais mostram que cerca de 83% dos alunos disseram que acessam a internet diariamente ou a cada dois dias e a maioria deles afirmou que faz o acesso por meio do celular.

Para a realização da pesquisa, selecionamos uma das unidades do IFMA. A escolhida foi o Campus São Luís – Monte Castelo, que fica localizado na capital do Estado. Ele é o maior, com 6.075 alunos, o mais antigo e oferta todos os tipos de cursos disponíveis na instituição: Formação Inicial Continuada, cursos técnicos, graduação e pós-graduação. Como o nosso enfoque é no público universitário, vamos apresentar os dados sobre a graduação. O campus possui nove cursos desse tipo⁸: Ciências Biológicas (licenciatura), Engenharia Civil (bacharelado), Engenharia Elétrica (bacharelado), Engenharia Mecânica (bacharelado), Física (licenciatura), Matemática (licenciatura), Processos Químicos (tecnólogo), Química (licenciatura) e Sistema de Informação (bacharelado). Informações sobre o perfil dos 2.388 estudantes dos cursos de graduação pode ser visto nos gráficos das Figuras 4 e 5:

⁷ O IFMA possui um sistema com informações sobre os estudantes, que reúne dados como acesso à internet, a posse e a frequência de uso de aparelhos como celulares e computadores.

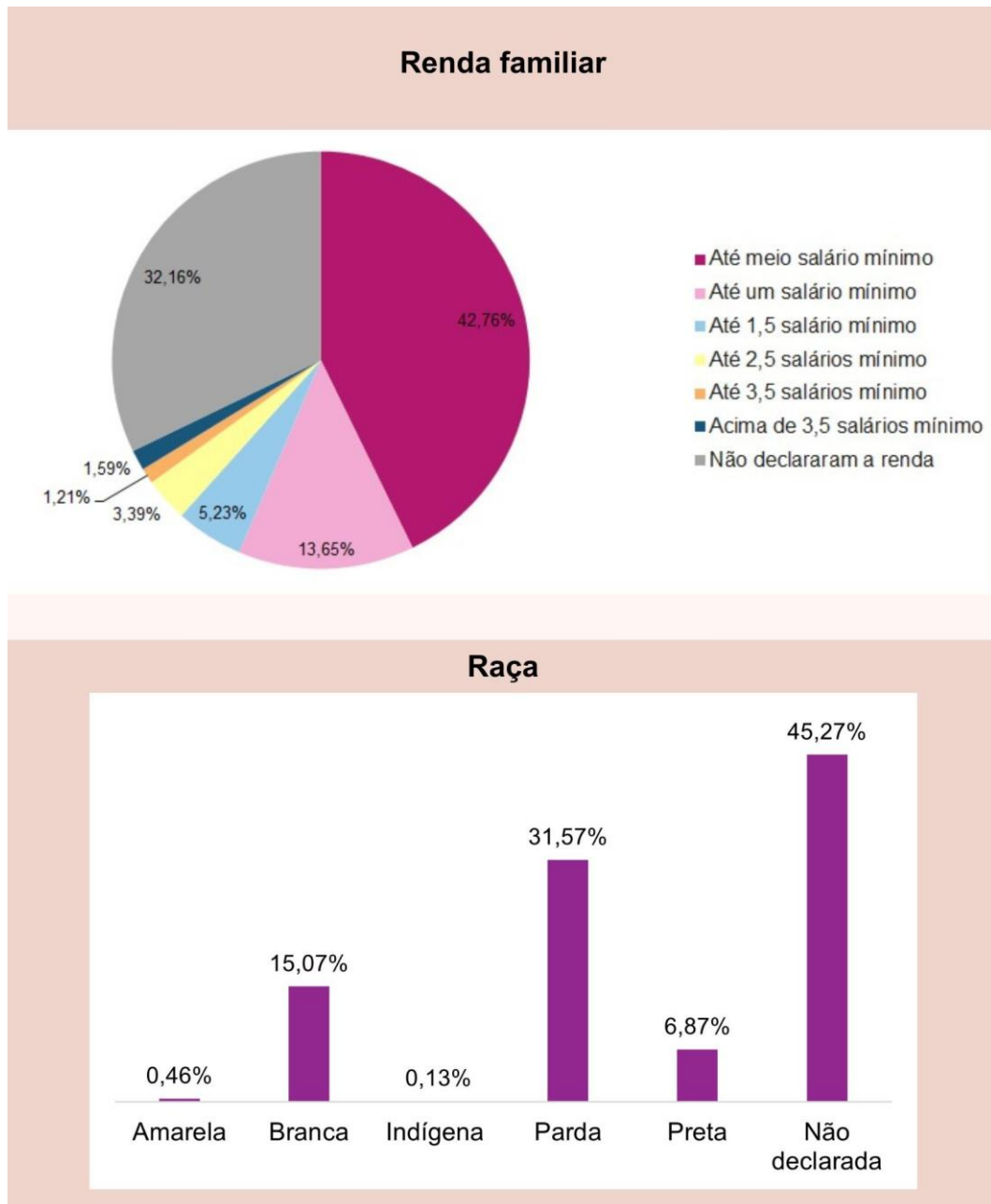
⁸ A Plataforma Nilo Peçanha tem registrado dez cursos, todavia, o curso de Eletrônica Industrial foi desativado. Dessa forma, optamos por listar apenas os que estão de fato em funcionamento.

Figura 4 – Classificação por sexo e faixa etária dos universitários do campus Monte Castelo



Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados extraídos de Brasil (2022).

Figura 5 – Renda familiar e raça dos universitários do campus Monte Castelo



Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados extraídos de Brasil (2022).

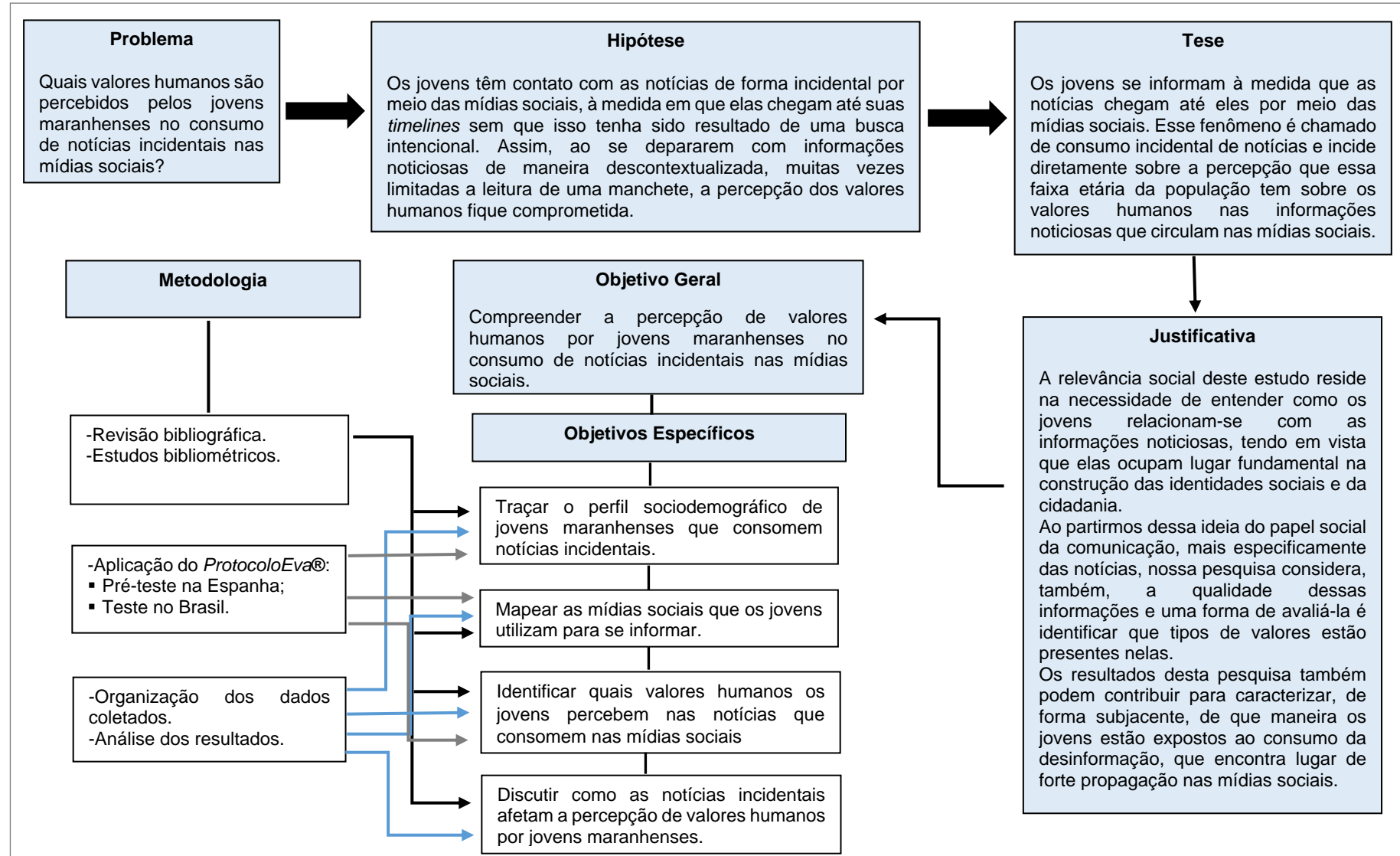
Entre os dados apresentados podemos destacar a diferença no que diz respeito ao sexo entre o número global de alunos do IFMA e o dos cursos de graduação do campus São Luís – Monte Castelo. Enquanto no primeiro, 50,76% dos estudantes são do sexo feminino e 49,24% são do masculino (Figura 2), a proporção no campus é de 29,06% do sexo feminino e 70,94% do masculino (Figura 4). Uma possível explicação para essa diferença significativa é que a maior parte dos cursos é das áreas de engenharia, tecnologia e ciências exatas, que costumam ser majoritariamente

formadas por homens. Isso pode ser percebido, por exemplo, nos dados do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea) de 2021, os quais mostram que entre os profissionais com registros ativos no país naquele ano, 19,28% eram mulheres e 80,72% eram homens (CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA, 2022).

Acerca dos demais dados dos perfis dos alunos do campus, eles são semelhantes aos números gerais do IFMA, inclusive aos da faixa etária. Conforme o gráfico da Figura 4, 82,46% dos estudantes universitários do campus estão entre 15 e 34 anos. Número bem próximo aos 83,43% do Instituto, como apontam as informações da Figura 2.

Face ao cenário exposto, elaboramos um esquema representativo da tese (Figura 6), o qual descreve problema de pesquisa, hipótese, tese, objetivos geral e específicos e metodologia.

Figura 6 – Esquema representativo da tese



Fonte: Elaborada pela autora.

Esse esquema representa visualmente a tese, a qual foi estruturada em seis partes. A primeira delas é esta introdução, na qual apresentamos o contexto da pesquisa, os conceitos principais, bem como a forma como ela está organizada. No segundo capítulo, intitulado “O jornalismo e a relação com as mídias sociais”, debatemos acerca do uso dos termos redes sociais e mídias sociais e, na sequência, abordamos o processo de produção, circulação e consumo do jornalismo nas mídias sociais.

O terceiro capítulo tem o nome de “Notícia incidental” e aborda o conceito chave da nossa pesquisa. A partir dos estudos bibliométricos identificamos a tímida produção sobre o tema no Brasil, além de apresentarmos o histórico sobre o desenvolvimento e uso desse conceito. Discutimos, ainda, como ocorre o consumo incidental de notícias no contexto das mídias sociais.

No quarto capítulo, intitulado “Valores humanos e sociais a partir das concepções do *ProtocoloEva*®” apresentamos as bases teóricas e metodológicas desse protocolo, que foi desenvolvido por pesquisadores da Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), na Espanha. Compartilhamos, também, como ocorreu o processo de transferência dessa tecnologia – com a realização do pré-teste – durante a nossa experiência no doutorado sanduíche em Barcelona.

Com o nome de “A percepção de valores humanos no consumo de notícias incidentais por jovens maranhenses”, o quinto capítulo aborda a aplicação do *ProtocoloEva*® no Maranhão. Trata-se da primeira vez em que a ferramenta é utilizada em notícias publicadas em mídias sociais. A seção tem como foco principal apresentar e analisar os resultados obtidos a partir do protocolo.

O capítulo seis é a conclusão. Nele compilamos as ideias fundamentais acerca do consumo de notícias incidentais e a percepção de valores humanos nas mídias sociais, apresentamos os principais resultados, as contribuições da pesquisa, suas limitações e as possibilidades de estudos futuros.

6 CONCLUSÃO

*Não chores, meu filho;
Não chores, que a vida
É luta renhida:
Viver é lutar.
A vida é combate,
Que os fracos abate,
Que os fortes, os bravos
Só pode exaltar.
Gonçalves Dias*

Esta pesquisa buscou compreender a percepção de valores humanos por jovens maranhenses no consumo de notícias incidentais nas mídias sociais. A nossa hipótese inicial, e agora confirmada, é de que esse segmento da população tem contato com as notícias de forma incidental por meio das mídias sociais, à medida em que elas chegam até suas *timelines* sem que isso tenha sido resultado de uma busca intencional. Nesse sentido, ao se depararem com informações noticiosas de maneira descontextualizada, muitas vezes limitadas à leitura de uma manchete, a percepção dos valores humanos fica comprometida.

Com o intuito de alcançar esse resultado, inicialmente, investigamos os conceitos de mídias sociais e notícia incidental, utilizando os estudos bibliométricos. No concernente ao assunto mídias sociais, essa abordagem nos permitiu mapear e compreender a utilização dos termos redes sociais e mídias sociais nas pesquisas do campo da comunicação e refletir sobre como eles seriam usados em nosso trabalho.

Os estudos bibliométricos também foram essenciais para identificarmos que até 2020 não havia trabalhos sobre notícia incidental desenvolvidos no Brasil, que tenham sido disponibilizados nos principais repositórios do país. A leitura das referências encontradas nesse levantamento bibliográfico nos permitiu, entre outras coisas, traçar um histórico sobre o significado de notícia e o desenvolvimento do conceito de notícia incidental.

Assim, concluímos que, atualmente, ele está atrelado ao crescimento do uso das mídias sociais, sobretudo, entre os jovens, porque eles acessam essas plataformas com maior frequência e durante mais tempo ao longo do dia. Aliás, essa espécie de onipresença nas mídias sociais é uma característica das gerações Y e Z, pois para elas, em geral, não há a divisão entre real e virtual e, tampouco, existe a

ideia de que em algum momento do dia “eles irão entrar na internet” porque ela é concebida como parte integrante da vida.

No processo para alcançar nosso objetivo de pesquisa, utilizamos o *ProtocoloEva®*, que nos permitiu medir a percepção de valores humanos dos jovens maranhenses em notícias publicadas em mídias sociais. Em um processo de transferência de tecnologia da Espanha para o Brasil, discutimos as bases teóricas e metodológicas da ferramenta com o grupo de investigadores espanhóis que a desenvolveram; desenhamos e elaboramos o teste para a nossa pesquisa; realizamos o pré-teste com estudantes universitários de Barcelona; e aplicamos o teste com jovens maranhenses, mais especificamente, com alunos dos cursos de graduação do Instituto Federal do Maranhão, Campus São Luís – Monte Castelo.

Para apresentar os resultados obtidos na pesquisa, partiremos dos objetivos que foram propostos para a tese:

- Objetivo 1 – Traçar o perfil sociodemográfico de jovens maranhenses que consomem notícias incidentais:

Os dados coletados apontam que no plano da nossa amostra de sujeitos 62,22% são homens e 37,78% são mulheres. Sobre a faixa etária, 69,62% possuem entre 18 e 24 anos e 30,38% têm entre 25 e 34 anos. Em relação à classe social, 3,33% disseram ser da muito baixa; 28,89% da baixa; 34,45% da média-baixa; 28,89% da média-média; e 4,44% da alta. No que diz respeito à vacinação contra a Covid-19, somente uma pessoa disse que não tomou.

Também é possível abordar as informações sobre a raça dos estudantes com base nos dados da Plataforma Nilo Peçanha (BRASIL, 2022), segundo os quais 31,57% são pardos; 15,07% são brancos; 6,87% são pretos; 0,6% são amarelos; 0,13% são indígenas; e 45,27% não responderam.

- Objetivo 2 – Mapear as mídias sociais que os jovens utilizam para se informar:

Os resultados demonstram que as redes sociais mais usadas pelos participantes são WhatsApp (56,67%), Instagram (28,89%), Twitter (6,67%), TikTok (4,44%) e Facebook (3,33%). É relevante destacar que essa utilização é frequente, pois 93,4% dos estudantes disseram que acessam essas plataformas diariamente.

- Objetivo 3 – Identificar quais valores humanos os jovens percebem nas notícias que consomem nas mídias sociais:

O teste permitiu analisar os resultados de duas notícias publicadas no Instagram. Uma abordava o tema saúde e a outra o meio ambiente. Na notícia, cuja chamada era “A subvariante ômicron BA.2 está ganhando terreno. Devemos nos preocupar?”, a avaliação apontou uma carga de valor global positiva com 0,4 e dentre os 23 valores humanos avaliados os cinco dominantes foram: saúde, responsabilidade, verdade, solidariedade e confiabilidade.

Chamamos atenção para o fato de que, apesar da pandemia da Covid-19 ser um assunto marcado por incertezas e, sobretudo, desinformação, os sujeitos perceberam com maior intensidade os valores de verdade e confiabilidade. Esse resultado pode ser entendido a partir do momento em que o teste foi aplicado, no qual a maior parte da população brasileira estava vacinada e os números de mortes tinham sido reduzidos significativamente. Assim, poderia ser uma percepção de confiança e crença na ciência. Outra hipótese seria a fonte de informação, tendo em vista que os estudos que mencionamos no capítulo cinco destacavam que as pessoas confiavam mais nos dados sobre a pandemia divulgados pelos veículos de comunicação profissionais.

No post intitulado “Poluição plástica nos oceanos está alcançando níveis preocupantes” a carga global foi 0,46 e os valores humanos com maior potência foram: sustentabilidade, verdade, saúde, responsabilidade, deveres e transparência. Destacamos neste resultado que responsabilidade e deveres tenham sido percebidos com intensidade elevada. Isso pode sinalizar que os jovens concebem a notícia do ponto de vista autorreferencial, ao pensarem que a sociedade é responsável e tem o dever de atuar diretamente na causa ambiental. Há, também, a possibilidade de que os participantes esperam que os governos assumam seus deveres e tenham uma postura responsável em relação ao meio ambiente. Contudo, interessante notar que as duas interpretações não são excludentes.

- Objetivo 4 – Discutir como as notícias incidentais afetam a percepção de valores humanos por jovens maranhenses:

Como debatemos no decorrer deste trabalho, o consumo incidental de notícias está intrinsecamente relacionado às mídias sociais, as quais são usadas de maneira contínua pelos jovens. De maneira geral, esse segmento da população não tem o hábito de buscar notícias ou a cultura de consumi-las, por exemplo, nos telejornais do horário do almoço e/ou jantar como as gerações anteriores costumavam fazer.

Em face desse cenário, o contato que eles têm com informações noticiosas ocorre de maneira incidental, enquanto eles acessam as plataformas de mídias sociais para outras finalidades, tais como publicar fotos e vídeos ou acompanhar o conteúdo produzido por seus amigos, familiares e influenciadores.

Além desse baixo interesse dos jovens em buscar notícias, no capítulo três desta pesquisa abordamos a prática da evitação deliberada do contato com informações noticiosas, que ganhou relevo durante a pandemia.

Acreditamos que este cenário de consumo incidental e descontextualizado das notícias pelos jovens compromete a percepção de valores humanos nesse tipo de conteúdo. Podemos exemplificar isso com o dado de que os participantes do teste tiveram dificuldade em perceber que ter o meio ambiente preservado é um direito ou não notaram o valor “igualdade” no post sobre saúde.

A definição dos objetivos específicos – os quais demonstramos que foram cumpridos – é uma delimitação necessária para realização de uma pesquisa como esta. Todavia, esse recorte impõe também limitações ao estudo. Dentre elas, sinalizamos o tamanho da nossa amostra de sujeitos. Ainda que o *ProtocoloEva*® tenha como parâmetro mínimo 30 participantes e a nossa pesquisa foi feita com 79 participantes, acreditamos que a amostra poderia ser mais ampla e diversa ao incluir, por exemplo, grupos de jovens de outras regiões do país.

Outra limitação diz respeito à possibilidade de aprofundamento da análise da percepção de valores por meio da realização de uma etapa de entrevistas abertas com os participantes do teste. Estudos futuros podem ser feitos para sanar essas limitações. Seria interessante, por exemplo, comparar como se dá a percepção de valores entre o Maranhão (que possui a menor taxa de acesso à internet e ocupa o penúltimo lugar no IDH do país) e o Distrito Federal (que está em primeiro lugar nas duas estatísticas).

Ainda no campo das pesquisas comparativas, seria possível analisar os dados coletados na Espanha e no Brasil. Mesmo que essa comparação não esteja entre os objetivos deste trabalho, podemos destacar alguns achados que chamam a atenção como o fato de que a percepção da carga global de valor dos posts de notícias é maior no Brasil, atingindo quase o dobro do número espanhol, a saber: 0,38 e 0,17 (post sobre saúde) e 0,47 e 0,25 (post sobre meio ambiente).

Há uma avaliação de potência mais elevada de valores como “verdade” entre os brasileiros do que entre os espanhóis: 0,5 e 0 (post sobre saúde) e 1,23 e 0,72 (post sobre meio ambiente). Por sua vez, os jovens de Barcelona avaliaram como negativos os valores “bem-estar” (-0,51) e “saúde” (-0,39) no post sobre meio ambiente, enquanto os de São Luís julgaram como favoráveis (0,6 e 1,08, respectivamente). Compreender essa percepção mais positiva dos valores humanos no Brasil passaria por refletir sobre questões culturais, sociais, educacionais e econômicas dos dois países, as quais podem render estudos posteriores.

Também no que concerne à esfera de possibilidades de novas pesquisas, uma investigação que utilizasse os dados de percepção de valores poderia, por exemplo, propor parâmetros para que veículos de comunicação produzissem conteúdos considerando o cenário de consumo incidental de notícias.

Diante do exposto, acreditamos que nossa pesquisa apresenta contribuições em três esferas principais. A primeira é sobre a produção do debate acerca do conceito de notícia incidental, o qual ainda é incipiente no Brasil. A segunda envolve o uso pioneiro do *ProtocoloEva®* na análise de notícias produzidas nas mídias sociais, bem como contribuir com a difusão no país do uso de uma ferramenta que foi desenvolvida com o intuito de pensar a relação entre a comunicação e a sociedade a partir dos valores humanos, sociais e educativos. A terceira contribuição, por sua vez, reside em provocar reflexões acerca do consumo de notícias no contexto das mídias sociais, que impacta no processo de produção e circulação do conteúdo jornalístico.

REFERÊNCIAS

- ABREU, P. A. L. de. **Agências de Notícias do Sul Global: jornalismo, Estado e circulação da informação nas periferias do sistema-mundo**. 2018. 667 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://www.bdtd.uerj.br/handle/1/8868>. Acesso em: 04 dez. 2021.
- ARANDA, R. Cronología: los momentos clave de un año de estado de alarma. **Diario AS**, Madri, 14 mar. 2021. Disponível em: https://as.com/diarioas/2021/03/14/actualidad/1615713606_320256.html. Acesso em: 02 maio 2023.
- ASOCIACIÓN CIENTÍFICA PARA LA EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE LOS VALORES HUMANOS. **Instrucciones**. 2020. Disponível em: <http://invest.protocoloeva.com/test/intro?identerprise=44&id=3&key=8c907d99f466174eff7de617507fcf1&u=617&p=d41d8cd98f00b204e9800998ecf8427e>. Acesso em: 24 out. 2021.
- BARBOSA, J. *et al.* Geradores de tuítes e de títulos do 'G1' falsos superam 30 mil acessos por mês durante as eleições. **Terra**, 19 out. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/geradores-de-tuites-e-de-titulos-do-g1-falsos-superam-30-mil-acessos-por-mes-durante-as-eleicoes,9287967d2f06cb2eedcec091ef1189e7s4ey4vmo.html>. Acesso em: 06 dez. 2022.
- BLOOMBERG. **Venice wants to lure digital nomads and young professionals**. Nova York, 22 jan. 2022a. Instagram: @bloombergbusiness. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CZCcx2mjKqV/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 23 jan. 2022.
- BLOOMBERG. **Omicron subvariant BA.2 is gaining ground. Should we worry?** Nova York, 04 fev. 2022b. Instagram: @bloombergbusiness. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CZkAQvohzRE/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 05 fev. 2022.
- BLOOMBERG. **Plastic pollution in oceans is researching worrying levels**. Nova York, 10 fev. 2022c. Instagram: @bloomberggreen. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CZzskvug1u9/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 11 fev. 2022.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm. Acesso em: 12 jan. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Plataforma Nilo Peçanha**. Brasília: Ministério da Educação, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/pnp>. Acesso em: 19 abr. 2023.
- CANAVILHAS, J. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. *In*: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. p. 25-40. Disponível em: <https://>

www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf. Acesso em: 02 jun. 2021.

CARVALHO, A. M. G. de; FRANÇA, M. N.; LOPES, G. H. de O. Perspectiva das pesquisas em Ciência da Informação sobre mídias sociais e políticas no Brasil. **Informação & Informação**, Londrina, v. 24, n. 3, p. 260-288, set./dez. 2019. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/34847>. Acesso em: 06 jun. 2020.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **TIC Domicílios 2022**. São Paulo, 16 maio 2023. Disponível em: <https://www.cetic.br/pt/tics/domicilios/2019/indicadores/>. Acesso em: 17 maio 2023.

CHAGAS, L. J. V. Da pirâmide à espiral: a construção da notícia no radiojornalismo ao vivo. **Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 21, n. 1, p. 11-20, jan./abr. 2019. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2019.211.02>. Acesso em: 02 jun. 2021.

COLUSSI, J. Das Reportagens Multimídia às Histórias no Instagram: uma Reflexão em Torno dos Gêneros Jornalísticos Híbridos. In: MARTINS, G. L.; RIVERA, D. (org.). **+25 Perspectivas do ciberjornalismo**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p.100-113. Disponível em: https://www.academia.edu/43738878/25_Perspectivas_do_Ciberjornalismo. Acesso em: 06 mai. 2021.

CONSCIÊNCIA negra. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 nov. 2022a. Instagram: @folhadesaopaulo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CIMwBjTumwK/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

CONSCIÊNCIA negra. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 nov. 2022b. Twitter: @folha. Disponível em: <https://twitter.com/folha/status/1594470210484211712>. Acesso em: 06 dez. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA. **Programa Mulheres: Sistema Confea/Crea e Mútua 2021-2023**. Brasília: Confea, 2022. Disponível em: [https://www.confea.org.br/midias/uploads-imce/cartilha_mulher_A4-web%20\(1\).pdf](https://www.confea.org.br/midias/uploads-imce/cartilha_mulher_A4-web%20(1).pdf). Acesso em: 20 abr. 2023.

D'ARCADIA, J. G. da C. F. S.; CARVALHO, J. M. de. As novas territorialidades da informação e o não-lugar da notícia. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 19, n. 50, p. 522-535, 2020. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/194358>>. Acesso em: 08 fev. 2023.

DIAS, S. R. C. **Consumo midiático e desinformação: estudo de caso sobre a Geração Z**. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social – Novos Media) - Escola Superior de Educação de Coimbra, Portugal, 2022. Disponível em:

https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/41705/1/SANDRA_DIAS.pdf. Acesso em: 12 set. 2022.

ESCOBAR, H. Jovens defendem a ciência, mas desconhecem produção científica do País. **Jornal da USP**. 2019. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/politicas-cientificas/jovens-defendem-a-ciencia-mas-desconhecem-producao-cientifica-do-pais/>. Acesso em: 02 jun. 2020.

ESPAÑA. **Constitución Española**. Madri: Cortes Generales, 1978. Disponível em: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229&p=20110927&tn=1>. Acesso em: 12 jan. 2022.

FAKE News é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. **BBC News Brasil**, 02 nov. 2017. Internacional. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em: 02 jun. 2021.

FOCÁS, B.; MOGUILLANSKY, M. ¿Noticias? ¡No quiero saber más nada!. **Anfibia**, Argentina, 04 ene. 2023. Ensayo. Disponível em: <https://www.revistaanfibia.com/noticias-no-quiero-saber-mas-nada/>. Acesso em: 08 jan. 2023.

GENRO FILHO, A. Questões sobre Jornalismo e Ideologia. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 2, n. 1, p. 164-167, jan-jun, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2234/1846>. Acesso em: 30 mai. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2022**. Brasília, 28 dez. 2022. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/pt/component/content/article/2012-agencia-de-noticias/noticias/35954-brasil-tem-207-8-milhoes-de-habitantes-mostra-previa-do-censo-2022.html>. Acesso em: 17 maio 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Panorama**. Brasília, 2021a. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/panorama>. Acesso em: 14 abr. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Brasília, 2021b. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/pesquisa/10070/64506?ano=2021&tipo=ranking&indicador=64524>. Acesso em: 14 abr. 2023.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO. **Relatório Integrado de gestão: Exercício 2022**. São Luís: IFMA, 2023. Disponível em: <https://portal.ifma.edu.br/relatorios-de-gestao/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, Inglaterra, v. 53, p. 59-68, jan./feb. 2010. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232?via%3Dihub>. Acesso em: 22 abr. 2021.

LIMA, P. A. B.; FALGUERA, F. P. S.; MACIEL, S.; MARIANO, E. B. Mesma mensagem, diferentes percepções: influência da orientação de valores individuais na percepção de valores de um anúncio ambiental. In: Simpósio de Engenharia de Produção, XXVII, 2020, Bauru. **Anais** [...]. Bauru: Unesp, 2020. p. 1-14. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/346240675_Mesma_mensagem_diferentes_percepcoes_influencia_da_orientacao_de_valores_individuais_na_percepcao_de_valores_de_um_anuncio_ambiental. Acesso em: 06 nov. 2021.

MARTINS, G. L. Ciberjornalismo na contemporaneidade, o ensino por narrativas *longform* e a experiência do Primeira Notícia. In: MARTINS, G. L.; RIVERA, D. (org.). **+25 Perspectivas do ciberjornalismo**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p.155-181. Disponível em: https://www.academia.edu/43738878/25_Perspectivas_do_Ciberjornalismo. Acesso em: 06 mai. 2021.

MARTINS, G. L. Protocolo de qualidade para conteúdos em Ciberjornalismo: estudo comparativo Espanha e Brasil em portais de notícias de referência. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10., 2012, Curitiba. **Anais** [...]. Curitiba: SBPJor, 2012. Disponível em: https://www.academia.edu/11166022/Protocolo_de_qualidade_para_conteudos_em_Ciberjornalismo_estudo_comparativo_Espanha_e_Brasil_em_portais_de_noticias_de_referencia. Acesso em: 10 out. 2021.

MARTINS FILHO, J. A. **Sem Migué nas eleições**: uma proposta de fact-checking colaborativo em São Luís/MA. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021. Disponível em: <https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/4190>. Acesso em: 08 jan. 2022.

MEDINA, F. J. F.; PROUST, V.; NÚÑEZ-MUSSA, E. Consumo incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. **RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, n. E16, p. 308-320, nov. 2018. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/a4d199afabea24f597a35d5f6f8a4367/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>. Acesso em: 08 jun. 2021.

MITCHELSTEIN, E.; BOCZKOWSKI, P. J. Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. **Revista Mexicana de Opinión Pública**, Año 13, n. 24, jan.-jun. 2018, p. 131-145. Disponível em: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/61647/55482>. Acesso em: 20 ago. 2018.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **ONU declara que meio ambiente saudável é um direito humano**, Brasília, 29 jul. 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/192608-onu-declara-que-meio-ambiente-saudavel-e-um-direito-humano>. Acesso em: 18 jan. 2023.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a covid-19**. 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf. Acesso em: 20 maio 2020.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

RECUERO, R. Estudando discursos em mídia social: uma proposta metodológica. In: SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018, p 13-30. Disponível em: https://www.academia.edu/40084369/Estudando_Cultura_e_Comunica%C3%A7%C3%A3o_com_M%C3%ADdias_Sociais. Acesso em: 03 mar. 2020.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RENÓ, D. A Pós-Fotorreportagem como Narrativa Imagética no Ciberespaço Contemporâneo. In: MARTINS, G. L.; RIVERA, D. (org.). **+25 Perspectivas do ciberjornalismo**. Aveiro: Ria Editorial, 2020. p.77-99. Disponível em: https://www.academia.edu/43738878/25_Perspectivas_do_Ciberjornalismo. Acesso em: 06 mai. 2021.

REUTERS INSTITUTE. **2022 Digital News Report**. Oxford: Reuters Institute, 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>. Acesso em: 25 jun. 2022.

RODRÍGUEZ BRAVO, A.; MONTOYA VILAR, N.; MORALES MORANTE, F.; MAS MANCHÓN, L.; LÓPES DA SILVA; E. **Protocolo Eva: Desarrollo y validación de una herramienta científica para la medición y evaluación de valores en contenidos audiovisuales**. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2017. Disponível em: https://ddd.uab.cat/pub/estudis/2017/199488/ProtocoloEva_a2017p69.pdf. Acesso em: 06 nov. 2021.

RODRÍGUEZ BRAVO, A.; BADAJOZ, D.; RUIZ CASTILLO, E. M.; GUAJARDO FIGUEROA, P.; HERNÁNDEZ-LÓPEZ, A. M. La comunicación de valores en la publicidad durante la primera oleada de covid-19 en España. **Anàlisi**, Barcelona, v. 65, p. 21-48, dez. 2021. Disponível em: <https://analisi.cat/article/view/v65-rodriguez-et-al>. Acesso em: 08 fev. 2022.

SALAVERRÍA, R. Digital journalism: 25 years of research. Review article. **El profesional de la información**, Espanha, v 28, n 1, p. 1-27, ene/feb 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>. Acesso em: 12 mai. 2021.

SALGADO, A. W. A. P. **Credibilidade e valores na imagem política: análise de estratégias persuasivas através da imagem fixa**. 2016. Tese (Doutorado em Publicidade e Relações Públicas) - Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2016. Disponível em: <https://ddd.uab.cat/search?ln=ca&sc=1&c=Dip%C3%B2sit+Digital+de+Documents+de+la+UAB&p=Pinto+Salgado%2C+A&f=author>. Acesso em: 06 nov. 2021.

SODRÉ, N. W. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TEWKSBURY, D.; WEAVER, A. J.; MADDEX, B. D. Accidentally informed: incidental news exposure on the World Wide Web. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, v. 78, n. 3, 2001. p. 533-554. Disponível em: <http://jmq.sagepub.com/content/78/3/533>. Acesso em 21 mai. 2020.

TRAQUINA, N. **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 7. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard: Situation by Region, Country, Territory & Area**. Genebra, 02 maio 2023. Disponível em: <https://covid19.who.int/table>. Acesso em: 02 maio 2023.