

OS ALUNOS DO IAC E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

J. B. Pinho

(Professor do IAC/PUCCAMP)

Em uma primeira abordagem, o IAC/PUCCAMP levantou os hábitos e preferências dos seus estudantes, em relação ao uso dos meios de comunicação social. Constatou-se que a *Folha de São Paulo* é o jornal mais lido, tanto nos dias úteis, quanto aos domingos e que, entre as revistas, *Veja* coloca-se em primeiro lugar. Os universitários dos períodos matutino-vespertino demonstraram maior interesse pelos livros e que o rádio, veículo de atenção não-exclusiva, merece grande preferência. No mês anterior à pesquisa, dois terços dos entrevistados não haviam assistido a nenhuma peça de teatro. Os números tabulados apresentaram surpresas, pois “eles explicam mas não justificam” o ato de alunos de Comunicação Social preferirem as mídias eletrônicas sobre a imprensa.

Como atividade prática da disciplina Pesquisa em Comunicação Social por nós ministrada, os alunos do 2º ano matutino do Curso de Comunicação Social do Instituto de Artes e Comunicações realizaram, no segundo semestre de 1982, um estudo para conhecer os hábitos e preferências dos estudantes da PUCCAMP em relação ao uso dos meios de comunicação de massa: revistas, livros, jornais, rádio, cinema e televisão, além de teatro. Foram realizadas 1758 entrevistas, junto aos diferentes Cursos mantidos pelas Faculdades e Institutos da Universidade, de um universo de 17.657 matriculados, conforme levantamento fornecido pela Secretaria-Geral da PUCCAMP.

Daremos aqui um relato dos achados específicos obtidos com as entrevistas efetuadas nos Cursos de Comunicação Social, Educação Artística e Turismo, todas pertencentes ao IAC, cujos dados já tabulados permitem uma primeira abordagem da questão.

QUADRO Nº 1

Composição da amostra

Cursos do IAC	Nº de entrevistados				%
	Mat.	Vesp.	Not.	Total	Total
1. Comunicação Social	40	—	50	90	66
2. Educação Artística	—	14	20	34	25
3. Turismo	07	—	04	11	09

O levantamento da Secretaria-Geral apontou um total de 1.350 acadêmicos no Instituto, sendo mantida na amostra a sua distribuição proporcional em relação ao Curso e ao período em que estudam. O Curso de Comunicação Social é o de maior número de alunos (66%), seguido por Educação Artística (25%) e Turismo (9%).

A tabulação dos dados foi efetuada por Ana Lúcia Ramacini Mutti, Angela Cristina Schleezt Galvão, Analuci Stachewski, Angela Maura Mariani Pardo, Clayton Bianchini Levy, Débora João, Jamila Natour e José Antonio Landini Valente, na ocasião alunos da turma "A" do 2º ano matutino do Curso de Comunicação Social.

Os hábitos e preferências de leitura

Um dos grandes problemas que se levanta atualmente é a falta do hábito de leitura do estudante brasileiro. A pesquisa buscou informações sobre o uso das mídias impressas — jornais e revistas — levando em consideração o hábito (leitura e tempo dedicado à leitura) e as preferências (escolha entre os veículos concorrentes).

A técnica utilizada para a obtenção deste tipo de informação foi a de lembrança espontânea, sendo as perguntas formuladas em relação ao dia anterior, tempo a partir do qual o entrevistado não teria problemas de recordação.

QUADRO Nº 2

Leitura de jornais na semana

Respostas	Leitura diária			Leitura no domingo		
	Mat./Vesp. %	Not. %	Total %	Mat./Vesp. %	Not. %	Total %
Sim	60	50	55	82	81	81
Não	40	50	45	18	19	19

A diferença nos hábitos é significativa: a leitura de jornais nos dias úteis fixou-se em 55%, pulando para 81% aos domingos.

Esta tendência é comprovada pelo aumento das tiragens desta mídia em suas edições dominicais, deixando o estudante para segundo plano outras formas de lazer, mais racionadas como reflexo da crise econômica brasileira atual.

QUADRO Nº 3

Tempo diário dedicado à leitura de jornais

Minutos	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
5	5	—	2
10	3	—	1
15	17	11	14
20	5	5	5
25	3	—	1
30	10	28	21
40	5	5	4
45	—	3	1
60	28	21	25
90	10	5	9
120	8	14	11
180	3	5	4
240	3	—	1
360	—	3	1

O tempo que o estudante universitário dedica à leitura de jornais na semana vai de uma faixa de 5 minutos (2%) até 360 minutos (1%), com maior incidência em 60 minutos (25%), seguindo-se depois 30 minutos (21%) e 15 minutos (14%).

O jornal que conta com a preferência entre os estudantes do Instituto de Artes e Comunicações é a *Folha de São Paulo* (42% na semana e 43% no domingo). Os jornais locais ocupam o 2º lugar (*Correio Popular*, com 26% na semana e 30% no domingo) e o 4º lugar (*Diário do Povo*, com 16% e 10%, respectivamente).

QUADRO Nº 4

Jornais lidos na semana

Jornais lidos	Leitura Diária *			Leitura no Domingo		
	Mat./Vesp. %	Not. %	Total %	Mat./Vesp. %	Not. %	Total %
Folha de S. Paulo	43	41	42	44	42	43
Correio Popular	14	38	26	12	45	30
O Estado de S. Paulo	14	27	20	24	18	21
Diário do Povo	19	14	16	12	8	10
Jornal da Tarde	11	11	11	4	3	4
Jornal do Lar	5	—	3	12	—	5
Jornal de Jundiáí	—	8	4	—	2	1
Jornal da Cidade	3	8	5	—	2	1
Popular da Tarde	3	3	3	—	2	1
Gazeta Esportiva	—	5	3	—	—	—
Jornal de Domingo	3	—	1	10	3	6
Outros*	—	8	4	4	2	3

As percentagens excedem a 100% devido a respostas múltiplas.

(*) *O Globo, Diário do Comércio e Indústria, Jundiáí Hoje, Jornal de Piracicaba, O Liberal (Americana) e Gazeta de Rio Pardo.*

O *Jornal da Tarde*, vespertino a que se atribui boa penetração entre o público universitário, colocou-se em 5º lugar (11%), tendo sido também indicado como leitura no domingo, devido ao caderno editado no sábado, voltado para a abordagem e discussão mais profunda de temas culturais. O mesmo aconteceu com o *Jornal do Lar* e o *Jornal de Domingo*, de circulação gratuita e distribuição domingo, cuja leitura estende-se pela semana.

QUADRO Nº 5

Leitura de revistas na semana

Respostas	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Sim	51	57	54
Não	49	43	46

A leitura de revistas na semana mantém-se nos mesmos padrões observados no jornal (v. Quadro nº 2 — leitura diária), com ligeira diferença a maior para os leitores declarados (54%) em relação aos não-leitores (46%).

QUADRO Nº 6

Tempo dedicado à leitura diária de revistas

Minutos	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
15	6	10	8
20	10	5	7
30	38	36	38
40	—	2	1
45	6	2	4
60	32	10	20
90	—	1	1
120	4	26	16
180	—	8	4
240	4	—	1

O tempo para a leitura de revistas vai de 15 minutos (8%) a 240 minutos (1%), com predominância de 30 minutos (38%), 60 minutos (20%) e 120 minutos (16%), superiores aos tempos dedicados aos jornais (v. Quadro nº 3).

QUADRO Nº 7

Revistas lidas na semana

Revistas	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Veja	38	58	50
Isto É	22	10	15
Manchete	6	14	10
Cláudia	13	5	8
Capricho	6	5	5
Visão	—	7	4
Nova	3	5	4
Playboy	3	5	4
Graffit	—	5	3
Motor 3	3	—	1
Amiga	3	—	1
Meio & Mensagem	—	2	1
Briefing	—	2	1
Marketing/Propaganda	—	2	1
Geografia Universal	3	—	1
Vida Intima	3	—	1
Tio Patinhas	3	—	1
Hippus	—	2	1
Premier	3	—	1

As percentagens excedem a 100% devido a respostas múltiplas.

As revistas de informação geral são as preferidas entre os alunos do Instituto de Artes e Comunicações, embora mantenham grande diferença entre si: *Veja* (50%), *Isto É* (15%) e *Manchete* (10%).

Demonstrando o alto índice de público feminino no IAC, vemos o segundo grupo ser ocupado pelas publicações femininas: *Cláudia* (8%) e *Capricho* (5%). Para os homens, mas não-exclusivamente, a revista *Playboy* (4%).

Livros: interesse é bem menor

O livro é um instrumento de trabalho cotidiano do estudante, e o seu baixo número de leitores somente pode ser explicado pelo uso de meios alternativos, de menor custo.

QUADRO Nº 8

Leitura de livros na semana

Respostas	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Sim	44	31	37
Não	56	69	63

Os alunos do período matutino/vespertino (44%) demonstram maior interesse pela leitura de livros que os do período noturno (31%); entretanto, no geral, é pequena a percentagem de leitores declarados de livros (37%).

QUADRO Nº 9

Tempo dedicado à leitura diária de livros

Minutos	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
10	—	9	4
15	4	4	4
20	—	13	6
30	22	26	24
40	15	—	8
50	4	—	2
60	18	26	22
90	12	—	6
120	15	18	16
150	4	—	2
180	3	4	4
300	3	—	2

No geral, os tempos em que ocorreram maior freqüência de respostas dos entrevistados foram: 30 minutos (24%), 60 minutos (22%) e 120 minutos (16%).

O uso do rádio e da televisão

Para a coleta de dados sobre o uso e tempo de uso das mídias eletrônicas — rádio e televisão — foi utilizada a mesma técnica, tomando-se por base o dia anterior.

O rádio, veículo de atenção não-exclusiva, merece grande preferência dos alunos do Instituto de Artes e Comunicações.

QUADRO Nº 10
Audiência de rádio diária

Respostas	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Sim	75	80	78
Não	25	20	22

Aproximadamente 4/5 da amostra entrevistada costuma ouvir rádio diariamente. A audiência deste veículo é maior junto ao aluno do período noturno (80%) e menor para o aluno do matutino (75%).

QUADRO Nº 11
Tempo dedicado à recepção de programas de rádio

Minutos	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
10	2	—	1
15	2	—	1
20	2	2	2
30	11	8	10
40	—	5	3
60	18	21	20
90	—	3	2
120	20	11	12
150	—	2	1
180	13	11	12
240	13	3	8
300	9	8	9
360	4	8	6
480	6	18	13

A maior freqüência de audiência de rádio pelos entrevistados ocorreram nos tempos de 60 minutos (20%), 480 minutos (13%), 120 minutos (12%) e 30 minutos (10%).

A indicação do tempo de 480 minutos (8 horas) não deve parecer exagerada, já que o rádio pode estar ligado enquanto os seus ouvintes estão em outras atividades: estudando, trabalhando, lendo, dirigindo etc.

QUADRO Nº 12

Audiência diária de televisão

Respostas	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Sim	70	68	69
Não	30	32	31

A televisão é assistida diariamente por dois em cada três alunos do Instituto de Artes e Comunicações, sem diferenças significativas no hábito entre os universitários do período noturno (68%) e do período matutino (70%).

QUADRO Nº 13

Tempo dedicado à recepção de programas de televisão

Minutos	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
10	—	2	1
15	—	6	4
20	—	4	2
25	—	2	1
30	9	14	12
40	2	2	2
45	5	2	4
50	—	2	1
60	32	12	22
90	2	10	6
120	24	30	27
180	12	6	8
240	9	4	6
300	5	—	2
360	—	4	2

Em geral, os períodos de tempo com maior frequência de respostas foram: 120 minutos (27%), 60 minutos (22%) e 30 minutos (12%).

Frequência a cinema e a teatro

Para medir a frequência ao cinema e ao teatro, que não são veículos de uso diário, foram considerados, respectivamente, o período de uma semana e de um mês.

QUADRO Nº 14

Frequência ao cinema na última semana

Frequência	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Nenhuma vez	44	56	52
Uma vez	33	34	33
Duas vezes	16	7	11
Três vezes	7	3	4

Dos entrevistados que não foram ao cinema na última semana (52%), a maior parcela é de estudantes do noturno (56%), caindo a porcentagem entre os do período matutino (44%).

QUADRO Nº 15

Frequência ao teatro no último mês

Frequência	Períodos		Total %
	Mat./Vesp. %	Noturno %	
Nenhuma vez	54	82	70
Uma vez	25	9	16
Duas vezes	11	7	8
Três vezes	8	—	4
Quatro vezes	—	2	1
Cinco vezes	2	—	1

Aproximadamente 2/3 dos entrevistados no Instituto de Artes e Comunicações não assistiram a nenhuma peça de teatro no último mês,

sendo bastante significativa a diferença entre o aluno do período matutino (54%) e do período noturno (82%).

Conclusão: os números explicam, mas não justificam

Os achados do estudo não trazem muita coisa nova. As pesquisas de mídia, efetuadas por agências de propaganda e veículos de comunicação, já levantaram questões como a supremacia das mídias eletrônicas sobre as impressas e a maior circulação dos jornais nas edições dominicais, por exemplo.

Na verdade, a grande surpresa é que tais fatos sejam constatados também entre os alunos do Instituto. Como vêm os estudantes do Curso de Educação Artística a baixa frequência a teatro ? O que dizem os alunos do Curso de Comunicação Social frente aos baixos índices de leitura verificados ?

Cabe à comunidade universitária, de posse de dados sobre o problema, discutir e encaminhar propostas para sua solução. Esta é a grande função social que a pesquisa deve ter em nossos dias.