Da precarização laboral à precarização mediática: A invisibilidade do desemprego nos discursos do Correio da Manhã e do Público.

Bruno Carriço dos Reis¹
Universidade Autónoma de Lisboa
reysbr@ual.pt

João Carlos Sousa²
Universidade da Beira Interior
joao.sousa@labcom.ubi.com

RESUMO

A actual crise internacional, que deriva do colapso subprime de 2006, gerou um efeito económico recessivo à escala global. Os impactos sociais que derivam desta conjuntura assumem-se cada vez mais como estruturais, de tal forma que se percebe uma profunda reconfiguração das dimensões políticas, económicas e sociais nas denominadas sociedades de bem-estar. No contexto português, o reflexo maior destas transformações corporizam um empobrecimento generalizado, que se espelha na propagação epidémica do desemprego, em particular o juvenil que alastra sem cessar. Face a este cenário, importa perceber como a imprensa diária constrói a cobertura mediática deste fenómeno social total e em que termos propõe o debate na esfera pública. Para a concretização do objectivo enunciado efectuaremos; a) uma análise de conteúdo, apurando frequências e temáticas acerca do desemprego (juvenil) e b) um estudo discursivo, acerca de como os media apresentam e representam os (jovens) desempregados. Para o efeito, iremos contemplar o intervalo temporal 2009-2012 em dois jornais diários portugueses; no *Correio da Manhã*, por ser actualmente o impresso com maior tiragem diária, e no jornal *Público*, que se caracteriza por ser um título de referência no espaço mediático português.

Palavras-chave: *Desemprego (juvenil), crise, discurso mediático.*

A modo de introdução: a crise em contexto

O presente texto tem como objectivo primordial o

1 Membro do CAPP (ISCSP/PT) e do NEAMP (PUC-SP/Brasil)

2 Membro do LABCOM (UBI-PT)

de analisar os discursos jornalísticos produzidos pelos diários *Público* e *Correio da Manhã* acerca do desemprego, em particular do desemprego juvenil, no actual contexto de crise económica que teve o seu ponto de ignição no ano de 2006. Mas é no ano de 2009 que o sismógrafo da crise começa a registar as réplicas do abalo financeiro na sociedade portuguesa. A desregulação dos mercados produz um efeito cascata negativo sobre as economias, cada vez mais interdependentes no negócio global que se articula em dinâmica de arrastamento. A toxicidade gerada pela virtualização do negócio fez com que a dimensão especulativa ultrapassa-se a economia real, colapsando o sistema de financiamento e gerando a “desconfiança” dos agentes de crédito num sistema capitalista assente em contabilidades criativas.

Por isso, não estranha o ênfase posto pelos pensadores liberais económicos na questão da confiança, na medida que propõe “partilha de valores e tem, como veremos, um vasto e mensurável valor económico” (Fukuyama, 1996: 22). Seguindo esta boa lógica, todo o aparato financeiro se apressou a institucionalizar um discurso recessivo, suportado pela correia de transmissão do “pânico moral” (Cohen, 1987). O carácter de excepcionalidade do colapso financeiro actual, um acontecimento sem precedentes desde a crise de 29, confere legitimidade a medidas urgentemente excepcionais (Grossi, 2007). Facilmente se cristalizou nas opiniões públicas a necessidade de uma omnipresença vigilante das altas esferas de controlo económico-financeiro (com o FMI e o Banco Mundial na dianteira). Este foi o insistente argumento de fundo, que se sobrepunha aos ecos discordantes que enunciavam a possibilidade de outras formulações para a tentativa de resolução da crise.

A novíngua das finanças colonizou o espaço público (Pereira, 2013), o discurso assumia contornos tão encriptados como tecnocráticos. No caso português, a economia foi destituída da sua razão de ciência social para ser convertida em conhecimento financeiro, traduzido nas folhas de cálculo do Ministro das Finanças Vítor Gaspar. A necessidade maior era a de recapitalizar o sistema financeiro e estancar a “qualquer custo” a brusca desaceleração económica, independentemente dos danos sociais colaterais causados pela necessidade de “reajustamento” repentino das contas públicas.

A falência das medidas, foram traduzidas pelo crescimento das taxas de desemprego, que eclodiram num crescente número de países. Só a modo de exemplo, numa década, a Europa dos 27 passou de uma taxa média de desemprego em 2002 de 8,9% para 10,4% em 2012³.

3 Para informações mais detalhadas consultar: <http://www.pordata.pt/Europa/Ambiente+de+Consulta/Tabela>

Comparativamente, no caso português, o desemprego atingiu uma maior severidade, passando de uma taxa de 7,6% de desempregados em 2008 para uma taxa de 9,4% em 2009⁴. Em 2012 o desemprego atingiria um marco histórico, 15,6% da população activa portuguesa estava oficialmente sem emprego.

Atendendo a este facto, faria todo o sentido que o nosso *corpus* analítico tivesse o seu ponto de arranque no ano 2009 e fosse desaguar no ano de 2012. Para o efeito procedemos à identificação nas edições em formato papel dos jornais Público e Correio da Manhã, das chamadas de capa que fizessem referência ao tema do desemprego. Utilizamos este atalho de seleção levando em linha de conta a transversalidade da temática na vida pública nacional, o que suporia tratamento prioritário na cobertura informativa. Para o efeito, determinamos todo um léxico associado que permitiria ampliar a complexa dimensão da questão social em análise. Assim, a seleção das peças analisadas foi realizada a partir dos termos “desemprego (juvenil)”, complementados pela família de palavras que aludem de forma directa ao imaginário semântico em escrutínio, como sejam; “despedimento”, “falência”, “rescisão”, “subsídio desemprego”, “centro de emprego”, “precaridade”, “crise”, etc.

Uma vez identificado o desemprego como estandarte de primeira página, codificávamos as peças que no interior dos jornais lhe faziam referência. Registávamos a respectiva secção onde esta se encontrava, o género informativo noticioso que lhe correspondia (notícia/breve/entrevista/reportagem). Seguidamente aferimos se as informações possuíam ou não enquadramento visual e quem eram os actores presentes no discurso mediático (Jovens/Instituição/Outros). Para complementarmos a recolha de dados, procedemos a posteriori a categorizar tematicamente as notícias, construindo etiquetas capazes de agruparem as similitudes da cobertura jornalística dos dois jornais em análise. Este procedimento teve como intuito facilitar-nos a tarefa interpretativa, no sentido de melhor descodificarmos as tendências dos respectivos jornais no enunciar do tema do desemprego e em concreto do enfoque posto na abordagem juvenil do desemprego.

Se é verdade, que até ao início do novo século o índice da taxa de desemprego português era baixo, muito por força de uma estrutura de mercado de trabalho pouco qualificada e de mão-de-obra intensiva, agora estamos perante um novo cenário de novas forma de organização de trabalho e de negócio, que dispõe de mão-de-obra com maior formação e qualificação. Em especial as novas gerações, manifestamente mais escolarizadas mas

⁴ Informações extraída da base de dados PORDATA; <http://www.pordata.pt/Portugal/>

paradoxalmente mais desempregadas.

“É notória a subida do desemprego entre os jovens dotados de credenciais escolares formais de nível superior. Este acréscimo poderá em parte ser explicado por estratégias de resistência a empregos precários ou desqualificados fazendo uso do apoio familiar por parte destes jovens diplomados que apostam e investem na educação com expectativas partilhadas de ascensão (ou reprodução) social – desemprego juvenil de prospecção” (Vieira, 2006: 110).

Propomos então uma dupla leitura mediática do desemprego. Numa primeira parte incidiremos na sua formulação mais abrangente e posteriormente, num segundo momento, na sua especificidade juvenil. Analisaremos a questão em dois títulos da imprensa diária, com assinalável penetração no quotidiano dos portugueses. Atendendo aos dados disponíveis (Marktest, 2012), o CM liderou os generalistas com 14.2% de audiência anual média e o jornal Público com 5.1% veio em terceiro lugar, depois do Jornal de Notícias com 11.4%. A nossa escolha recaiu nos dois primeiros, descartamos o JN por ser um título com um certo pendor “regionalista” nortenho. O critério de escolha tentou também contemplar propostas jornalísticas que representam modelos mediáticos divergentes, o intuito era o de percebermos como respondem em termos de agendamento e cobertura temática as aproximações mais populares do CM e em que moldes se estabelece a cobertura de referência que caracteriza o Público.

1. O desemprego no papel. Menorização de um problema social fracturante.

Procederemos neste apartado ao tratamento dos dados obtidos na colecta empírica, em que cada tabela apresentada e analisada expressará a categorização por nós efectuada. Mas antes de nos adentrarmos na descodificação do conteúdo jornalístico, comecemos por comparar a preponderância da questão do desemprego, de 2009 a 2012, na narrativa jornalística de cada periódico.

Tabela nº. 1: Total de notícias que versam acerca da questão do desemprego nos jornais *Público* e *Correio da Manhã* (2009-2012)

	Frequência	%	% acumulada
<i>Público</i>	156	80,4	80,4
<i>Correio da Manhã</i>	38	19,6	100,0
Total	194	100,0	

Fonte: Elaboração Própria

Dois aspectos são dignos de registo tendo em atenção os

dados da Tabela 1. **O primeiro** é o escasso interesse dos dois jornais analisados para com o tema do desemprego. Se atendermos a mancha temporal analisada, 4 anos completos, facilmente se percebe um substantivo volume de edições analisadas, 1457 por cada jornal. Mas atendendo que apenas codificamos 194 peças no total, percebemos o manifesto desinteresse na temática

Um segundo ponto que importa frisar, é que comparando a cobertura dada por cada um dos diários, verificamos uma gritante desproporcionalidade no número de peças coletadas entre os dois diários, enquanto no *Público* recolhemos 156 unidades (o que traduz um 80.4% do total de informações colectadas), no *CM* obtivemos 38 unidades, o que pressupõe uma escassa fatia em relação ao total de 194 unidades analisadas. O manifesto desequilíbrio entre as duas publicações parece poder ser explicado por modelos de produção jornalística diferenciados. A agenda e o discurso são editorializados no sentido de responderem a um ADN jornalístico, reconhecido pelos públicos das publicações.

Começamos pelo *CM*, em que o critério de noticiabilidade tem como matriz uma cobertura emocional com uma forte dramatização do acontecimento reportado (Agee e Traquina, 1984). Uma abordagem que privilegia um enquadramento servido de “soft news”, informações relacionadas com as “debilidades humanas” (Tuchman, 1978) e leituras jornalísticas simplificadas em relação aos fenómenos sociais em análise. O exercício responde a uma adequação ao perfil dos leitores do *CM*, pois 74,7% possui habilitações ao nível do ensino básico e apenas uma percentagem de 6,1% dos leitores possui habilitação superior (OBERCOM, 2006:6).

O tema do desemprego parece não ter as “qualidades intrínsecas”, enunciadas acima, para ser alvo de tratamento informativo privilegiado. As próprias temáticas propõem um determinado jornalismo e um modo de vínculo com os leitores, o que Schlesinger (1978) apelidou de “quadro de expectativas estáveis”. O desemprego não se estabelece como abordagem prioritária do jornal, factor que condiciona fortemente a chamada à primeira página, pois existe uma hierarquização da realidade a retratar. De forma complementar ao trabalho enunciado, anotamos todas as chamadas de capa do *CM* no ano de 2012 e podemos constatar uma tendência no enquadramento tipo das chamadas de manchete. Identificamos 4 rasgos principais :

a) Um discurso fortemente hostil para a classe política e governativa, que assume contornos de denúncia, assente em sentenças taxativas que almejam produzir autoridade

moral sobre o público;

“Paulo campos ganhou 8 mil por mês. Rendimento medio dos últimos onze anos” (CM, 22/10/2012)

“Relvas tem reforma de 2880 euros por mês. Subvenção vitalícia por 12 anos de actividade política” (CM,14/07/2012)

“Sócrates gasta 15000 por mês” (CM, 16/03/2012)

“Políticos ganham mais 81 euros por mês. Revelamos dados oficiais das finanças (CM, 28/08/2012)

b) Uma cobertura mediática justicialista, que tem como pedra de toque as assimetrias sociais. Os enunciados propõem a discussão de um “sentido da ordem” social (Gans, 1979), que assumindo os desequilíbrio decorrente da estratificação propõe um empoderando do público indefeso;

“Fisco lança `caça a bomba`. PSP e GNR dão mão a máquina dos impostos” (CM, 06/06/2012)

“Patrões defendem fim de subsídios. 13º e 14º mês pagos em duodécimos” (CM, 29/12/2012)

“Patrões ricos lucram 100 milhões. Grandes empresas ganham com austeridade através da baixa da TSU” (CM, 11/09/2012)

“Patrões ganham 4,5 mil milhões com novas leis. Cavaco promulga código laboral” (CM, 19/06/2012)

c) Uma cobertura jornalística que propõe uma dimensão paternalista de denúncia e protecção dos valores mais estáveis, consensuais e estendidos da sociedade portuguesa, como sejam a defesa intransigente da família e do funcionalismo público. O compromisso gerado reforça laços de solidariedade (capitalizados em fidelização de leitura/consumo) e de sintonia social, o jornal funciona como porta-voz dos anseios dos leitores/consumidores;

“Novos cortes na função pública. Salários e pensões penalizados” (CM, 09/10/2012)

“Novos cortes nas reformas e função pública. Mais 300 mil penalizados. Rendimentos entre 600 e 1350 brutos castigados” (CM, 30/11/2012).

“Função pública e reformados perdem 10 mil euros” (CM, 01/05/2012)

“Passos tira 8500 euros a cada funcionário público” (CM, 07/04/2012)

“Ter filhos custa 10 mil por ano, contas INE. Famílias com crianças gastam mais 31 por cento” (CM, 21/06/2012)

“Corte de 154 milhões nos benefícios de filhos e deficientes” (CM, 29/08/2012).

d) O recurso à espectacularização do “mundo da vida”, onde a violência e o macabro, desvelam a realidade que se constitui para além das agendas formais da vida pública. A dramatização do inesperado reforça a função social do jornal, que revela e expõe a vida em todo o seu esplendor;

“GNR sem dinheiro reduz policiamento” (CM, 16/11/2012)

“Assaltos a casas dispararam 330%. Crime sobe na zona de Lisboa” (CM, 05/06/2012)

“Dispararam casos de bebés abandonados. Sobem de 12 para 25 no Amadora-Sintra” (CM, 20/11/2012).

Podemos constatar que a primeira página do jornal assenta numa modelização, que se poderia resumir nos seguintes tópicos. O acentuar do valor da notícia como um processo de *personalização*, que estabelece níveis de empatia maior com o leitor do que num processo de generalização. O sujeito corporizado, assume os contornos do eu privado que é desvelado pois possui interesse público; seja na vida dos famosos, no nome e apelido do político, na identidade ostensiva do prevaricador. Por fim, constatamos um enfoque de *negatividade*, onde o jornalismo pode assumir um papel de ordem reparadora como norteador do sentido de uma realidade entendida como destruturada (Galtung e Ruge, 1981).

Todas as características evidenciadas, são alimentadas por uma forte componente visual, que responde a uma necessidade de exposição declarada e emotiva. Basta para o efeito registar que todas as peças analisadas no *Correio da Manhã* acerca do desemprego eram acompanhadas de fotografias. O elemento visual operava invariavelmente como moldura de atalho para o discurso informativo, operando como recurso emocional que tentava sublinhar o aspecto central mais dramático a reter da peça. Metade dessas peças possuíam informação infográfica (gráficos e quadros), com o objetivo notório de produzirem um efeito de resumo com dados categóricos para o “convencimento” dos públicos.

Se procedermos a estabelecer comparativamente a utilização do acompanhamento visual por parte do *Público*, percebemos uma diluição da utilização fotográfica como necessidade ilustrativa (63,5% das peças tinham fotografia) e do recurso a infografia com menor regularidade (num 1/3 das peças). Os recursos eram utilizados desde um prisma de apresentação de dados de forma mais aberta, para potenciarem uma reflexão dialógica com a informação do próprio texto jornalístico.

No que concerne ao jornal *Público*, pese o tema do desemprego ter um enfoque de carácter limitado, opera num quadro de referências mais lato, em particular no tocante às temáticas abordadas. A explicação para uma maior expansão da cobertura está na própria génese do jornalismo de referência que representa o periódico. Não será alheio a este facto que o retrato robot dos seus leitores projecte um 38,8% de escolarizados com nível superior (OBERCOM, 2006: 6). Um jornalismo mais reflexivo dita um conjunto maior de ângulos e perspectivas de entendimento da temática em análise, como elucida a Tabela 2.

Tabela nº. 2: Categorização temática das peças acerca de desemprego nos dois jornais

	Jornal		Total
	<i>Público</i>	<i>Correio da Manhã</i>	
Falências	7	3	10
Emigração	7	3	10
Imigração	2	0	2
Segurança Social	2	1	3
Estatísticas Desemprego	20	4	24
Rescisões	11	6	17
Qualificações profissionais e Habilitações académicas	11	0	11
Sub-temáticas desemprego			
Precaridade Laboral	29	1	30
Subsídio desemprego	14	3	17
Código do trabalho e contratos	9	0	9
Questões Geracionais	6	5	11
Economia	14	9	23
Centro de Emprego	5	0	5
Salário Mínimo	1	1	2
Greves e Sindicatos	15	0	15
Baixa Médica	0	1	1

Fonte: Elaboração própria

Numa categorização que atendeu a uma etiquetagem única por peça, em que o critério assumido era o identificar o argumento central da informação, podemos verificar logo à partida a diferença de amplitudes temáticas entre os dois jornais. Contudo, olhando para as frequências mais determinantes, percebemos de forma declarada no *Público* (e de forma indirecta no *CM*), como as notícias de desemprego estão submetidas aos calendários ritualistas do INE, do IIEFP ou de entidades estrangeiras como o

EUROSTAT. O que determina um número elevado de notícias no *Público* acerca de “estatística do desemprego”, e por sua vez, um considerável número de notícias “económicas” no *CM*, que se produzem depois das periódicas actualizações das estatísticas do desemprego. O discurso mediático do desemprego destes dois jornais é fortemente dependente das fontes oficiais. O tratamento informativo é condicionado por este facto, optando por uma tónica eminentemente descritiva, mais enunciativa que propriamente interrogante para as causas dos números evidenciados. Contudo é importante referir que o tratamento dado pelo *Público* propõe abordagens histórico/comparativas que permitem uma contextualização melhor;

“Desemprego registado em Julho atinge novo pico dos últimos 30 anos” (*Público*, Agosto 2009)

Não será de estranhar que olhando para os dados, constatamos que só no jornal *Público* existam peças na secção internacional acerca do desemprego. Este facto indicia uma abordagem relacional, tomando em linha de conta a complexidade interdependente do fenómeno;

“Taxa de desemprego sobe para 13.2% e é a quinta pior da zona Euro” (*Público*, Janeiro 2012)

Outro dado significativo, ai com uma diferença assinalável em termos de cobertura, é um tratamento do desemprego de forma mais contundente por parte do *Público*. Alertando de forma mais evidente para a gravidade social do problema, assim como, para a expectativa negativa que se vai gerando na sociedade portuguesa. Evidência expressa no desencantado título de “um quarto dos portugueses teme perder em breve o emprego” (Outubro, 2009), ou na chamada de atenção para a transversalidade do fenómeno; “precaridade atinge um quinto da população activa” (Maio, 2009). E registando o tom crescente de conflictualidade social, mesmo que optando uma vez mais por privilegiar uma aproximação mais institucionalizada do problema, dando voz às acções de luta sindicais.

Ao contrário do *CM* que constrói invisibilidade sobre a críspação social, paradigmática é ausência de cobertura dos primeiros de Maio da nossa amostra. Um tema que propõe uma putativa aproximação ideológica, logo avesso à cobertura de um jornal que despolitiza o tratamento informativo, com vista a não ferir sensibilidade nos receptores da mensagem, cujo perfil responde a trabalhadores não qualificados na razão de 24,4% do total dos seus leitores (OBERCOM, 2006: 8). O que explica em certa medida a preferência do *CM* por uma

abordagem “noticiosa”, de carácter mais neutro, ao invés do *Público* com uma aproximação jornalisticamente mais densa, utilizando a entrevista e a reportagem de forma mais recorrente.

Tabela n.º. 3: Distribuição dos dados por Género informativo no *Público* e no *Correio da Manhã*

		Jornal		Total		
		<i>Público</i>	<i>Correio da Manhã</i>			
Género informativo	Notícias	Contagem	79	37	116	
		% Jornal	50,6%	97,4%	59,8%	
		% Total	40,7%	19,1%	59,8%	
	Breves	Contagem	15	0	15	
		% Jornal	9,6%	0,0%	7,7%	
		% Total	7,7%	0,0%	7,7%	
	Entrevistas	Contagem	7	0	7	
		% Jornal	4,5%	0,0%	3,6%	
			% Total	3,6%	0,0%	3,6%
		Reportagens	Contagem	55	1	56
			% Jornal	35,3%	2,6%	28,9%
			% Total	28,4%	0,5%	28,9%
Total	Contagem	156	38	194		
	% Jornal	100,0%	100,0%	100,0%		
	% Total	80,4%	19,6%	100,0%		

Fonte: Elaboração Própria

A Tabela 3 sublinha empiricamente o que acabamos de enunciar. Em quanto 50.6% do total de peças do jornal *Público* são “Notícias”, do lado do *CM* essa fasquia regista os 97.4%. Por outro lado, temos o género “reportagem”, mais complexo e que em termos informativos aprofunda e propõe um maior nível de tratamento do assunto. Neste ponto em particular, temos um novo aprofundamento da tendência, já anteriormente identificada, dado que 35.3% dos trabalhos do *Público* sobre desemprego recorrem à reportagem, em claro antagonismo com o *CM*.

Vimos até aqui que há substanciais diferenças entre as duas publicações em análise, resultado fundamentalmente do tratamento jornalístico e dos diferentes objetivos que presidem à realização de ambas as publicações. Todavia, o foco desta pesquisa passa, em parte pela observação do fenómeno do desemprego jovem à lupa jornalística, é nesta linha de raciocínio que procurámos aferir, que discurso mediático é produzido.

Notas de fecho. O apagamento mediático do jovem desempregado.

O “desemprego jovem” apresenta uma forte componente estrutural, já que as respectivas taxas de desemprego são invariavelmente mais altas que nos restantes grupos etários. Como dado relevante registre-se que o percentual de desempregados com idade inferior a 25 anos quadruplicou em relação aos valores de 2000,

passando de 8,3% para um 37,7% em 2012. Estes dados, conjugados com a dinâmica de crise actual, revelam um potencial de grande interesse em diversos campos da compreensão social, em particular como a precarização laboral desregula os ciclos da vida, nas alterações da conjugalidade e da natalidade dos mais jovens.

De tal forma que a Organização Internacional do Trabalho (2012: 5), num documento dedicado em exclusivo a temática do desemprego juvenil, alertou para a gravidade do fenómeno, pois “o desemprego jovem atingiu proporções alarmantes”.

Mediante este cenário, queríamos perceber com especial interesse, como a imprensa postulava uma cobertura informativa para a complexidade deste puzzle juvenil, de uma gritante centralidade político-social. Interessava perceber, se se reproduzia essa importante conclusão que “o acesso activo (como protagonistas) e passivo (como referências) dos jovens ao discurso jornalístico é limitado” (Coelho, 2009: 375).

Tabela nº. 4 - Actores Discursivos nas peças dos jornais Público e Correio da Manhã

		Jornal		Total
		Público	Correio da Manhã	
Jovem	Contagem	12	2	14
	% Jornal	7,7%	5,3%	7,2%
	% Total	6,2%	1,0%	7,2%
Actores Discursivos	Contagem	142	36	178
	Institucional % Jornal	91,0%	94,7%	91,8%
	% Total	73,2%	18,6%	91,8%
Outros	Contagem	2	0	2
	% Jornal	1,3%	0,0%	1,0%
	% Total	1,0%	0,0%	1,0%
Total	Contagem	156	38	194
	% Jornal	100,0%	100,0%	100,0%
	% Total	80,4%	19,6%	100,0%

Fonte: Elaboração Própria

Os dados contidos na Tabela 4 aproximam-nos de uma possível resposta à constatação anterior. Os jornalistas como “comunidade interpretativa” constroem o sentido do mundo, logo da notícia, desde as suas idiossincrasias. A redacção estabelece uma *praxis* determinada no modo de operar do jornalista, protocolos que produzem métricas que são interiorizados e repetidos como sistema de procedimentos. O que ajuda a explicar em ambos os periódicos, uma abordagem da construção da notícia, assente no oficialismo das fontes. Prevalece o argumento de autoridade institucional, em que a fonte oficial se sobrepõe aos discursos “desintitucionalizados” dos desempregados. As vantagens são múltiplas; um discurso

reconhecido socialmente facilita o enquadramento noticioso e agiliza uma forma mecânica de produzir informação. É reproduzida uma matriz descritiva, a cada nova peça que se produz decorrente da actualização das taxas de desemprego por parte das entidades oficiais.

O descontinuar desta estratégia do *CM* apenas se verifica aquando da utilização do discurso directo da figura do especialista. O potenciar de discurso crítico, acerca dos indicadores negativos que revelam as estatísticas do desemprego juvenil, confere um sentido de cobertura plural ao tema. O economista afecto a CGTP, Eugénio Rosa, aparece repetidas vezes como interlocutor da compreensão do fenómeno e como elemento de humanização das frias estatísticas. Que poderíamos resumir no seguinte conjunto de afirmações;

- Jovens vão suportar mais precaridade devido a facilitação dos despedimentos (16/12/2010)
- Menos emprego gera risco de exclusão e aumento da miséria (02/01/2011)
- Situação vai piorar, pois não se contabiliza o emprego precário e os que não procuram emprego (17/11/2011)
- Empresas aproveitam a crise para baixar salários (18/05/2012)

Este procedimento tenta colmatar a ausência de um discurso juvenil, que de viva voz possa inscrever as mazelas da precaridade no debate público. A razão para tal feito radica numa dimensão mediaticamente estruturante, de como os meios de comunicação “olham” (representam) a cultura juvenil. Desde uma leitura monolítica e uniformizante a juventude aparece como problema e não como corpo social que tem de ser problematizado. A mass mediação mitificou uma determinada visão geracional, hegemonicamente como “rasca”.

“A juventude é um mito ou quase mito que os próprios *media* ajudam a difundir e as notícias que estes veiculam a propósito da cultura juvenil ou de aspectos fragmentados dessa cultura (manifestações, modas, delinquência, etc.) encontram-se afectadas pela forma como tal cultura é socialmente definida” (País, 1990: 144).

Uma cultura juvenil moldada sob o forte estereótipo do hedonismo, aliada à concepção do adulto como produtor e jovem como consumidor, configura uma representação social de irresponsabilidade e despreocupação, em suma de risco (Filho e Lemos, 2008). Esta formatação identitária condiciona fortemente outra possibilidade discursiva diante do mundo adulto (Filho, 2006). Por isso a argumentaria estigmatizante do conceito de juventude

parece ser suficiente para o entendimento desta categoria social, em que o jovem nada teria para acrescentar à tipologia enunciada. O que inviabiliza de certa forma um discurso juvenil que possa ter espaço para assumir expectativas negativas, medos e frustrações:

“Na contemporaneidade estas trajectórias descrevem comportamentos intermitentes, fragmentados, incertos, não lineares e reversíveis – a juventude dos percursos *yo-yo*. Numa progressiva diversificação e destandardização, marcadas por períodos de semidependência familiar aliados ao figurino do trabalhador estudante, do jovem desempregado ou do biscateiro” (Vieira, 2006: 90).

Jovens também precarizados no acesso ao discurso jornalístico. Um recurso escasso e estratificado, já que os poucos jovens a quem os media reconhecem atributos de representação são os licenciados. “54600 doutores sofrem no desemprego” (CM, 13/07/2010) e desde o jornalismo ilustrativo se procuram os discursos directos que validem as estatísticas. A informação atendendo a esta lógica reproduz cada vez mais um modelo descontextualizado de notícias pela utilização recorrente de discursos fragmentados, primando o anedótico sobre a complexidade informativa (Carriço Reis, 2009). Mediante frases soltas, percebemos a frustração de um investimento na educação que não gera retorno laboral. Este sentimento de frustração é potenciado na edição do dia 22/06/2011 na peça “mais 3 mil “doutores” no desemprego” em que “jovens com formação superior têm estado a ser fortemente afectados pelo desemprego. Em Novembro, eram 51796 as pessoas com habilitação superior que não tinham trabalho” (pág. 26).

Ouvimos então o Filipe, que com 27 anos vai voltar a viver com os pais. A Vânia, que com um mestrado vai procurar emprego em fábricas, cafés, restaurantes. Discursos atravessados pela “vontade de emigrar”, que Sofia assume de forma directa. A emigração omnipresente que é tratada com lateralidade pelos jornais em causa, da mesma forma que a condição feminina no mercado de trabalho.

Por isso notamos que a abordagem a tal problemática só se produz desde uma auto-identificação de género por parte das jornalistas. Diana Ramos sublinha a situação de maior precaridade da condição feminina, mulheres mais penalizadas pelos salários mesmo entre licenciados, como refere nas edições do CM de 02/01/2011 e de 18/01/2011. De igual modo a jornalista Raquel Oliveira sublinha a debilidade da condição feminina no mercado de trabalho, dando destaque em caixa a como o desemprego atinge com maior severidade as mulheres (CM, 30/04/2011).

Face ao exposto importa perguntar, já em jeito de sumula, mas a que se deve o escasso tratamento informativo do desemprego e em concreto do desemprego juvenil? A explicação de fundo para este desinteresse, das já escassas 194 peças sobre desemprego somente 26 versam sobre o fenómeno juvenil, parece radicar na forma de organização do negócio da imprensa. O modelo jornalístico vigente, orientado para a rentabilidade, pugna por adequar temáticas e mensagens aos públicos-alvo que cirurgicamente têm radiografados.

O desinteresse juvenil pelos títulos generalistas, parece ditar por parte das redacções dos jornais uma menorização das temáticas associadas a esta faixa etária. Já que segundo o anuário de comunicação da Obercom (2012: 81), o leitor juvenil tem uma propensão maior para o consumo de jornais desportivos e de revistas de recorte geracional (com tiragens semanais e mensais).

A segmentação da imprensa tem como lógica associada a teoria do *espelho e reforço*, representa o tecido social que se reconhece a si mesmo na cobertura informativa (gerando empatia mediática) e acentua os rasgos dominantes, normas e valores, das identidades compradoras. Assim, as representações sociais das empresas mediáticas, obedecem ao critério das “identidades lucrativas” (Sampedro, 2004). Constroem iminentemente discurso sobre os grupos, movimentos, agentes sociais que na troca de reforço simbólico retribuam com consumo fidelizado. Em parte isso explica o desinteresse pela cobertura da temática do desemprego, já que os desempregados se constituem como identidade não lucrativa. Assim como os jovens desde o seu peso demográfico residual, de 11,1% em relação a população residente, são tomados como “lucro marginal”.

Outro factor determinante, tem a ver com o perfil do usuário juvenil, que responde a padrões de literacia mediática digital. Ora esta questão, é tão ou mais determinante, que a questão dos recursos económicos disponíveis, pois o processo de socialização mediático parece deslocar a modalidade de consumo tradicional para digitais formas de acesso a informação. O que coloca novos desafios às organizações mediáticas, no sentido da fidelização de uma geração de abundância informativa em regime de gratuidade, que busca outros fóruns onde possa apropriar-se das mensagens de auto-representação e participe no definir da sua própria identidade (González, 2008).

Referências Bibliográficas

- Agee, W. e Traquina, N. (1984) *O Quarto Poder Frustrado: Os Meio de Comunicação Social no Portugal Pós-Revolucionário*. Lisboa, Edições Veja.
- Cariço Reis, B. (2009). *De la dictadura a la democracia: recuerdos y olvidos de la transición política española. Medios de comunicación y reconstrucción de la(s) memoria(s) colectiva(s) en España*. Dissertação de doutoramento. São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Madrid, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Coelho, M. (2009). Jovens no discurso da imprensa portuguesa: um estudo exploratório. *Análise Social*, XLIV (191), pp. 361-377.
- Cohen, S. (1987). *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and the Rockers*. Oxford, Basil Blackwell.
- Comissão Europeia (2012). *Combater o desemprego juvenil: utilizar os fundos estruturais da UE para ajudar os jovens*. Disponível em http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/pdf/council_dinner/youth_action_team_pt.pdf (acedido a 15 de Agosto de 2013).
- Figueiredo, A.; Silva, C. e Ferreira, V. (1999). *Jovens em Portugal. Análise longitudinal de fontes estatísticas*. Oeiras, Celta.
- Filho, J. e Lemos, J. (2008). Imperativos da conduta juvenil no século XXI: a 'Geração Digital' na mídia impressa brasileira. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, 5 (13), pp. 11-25.
- Filho, J. (2006). "Formas e normas da adolescência e da juventude na mídia", em Filho, J. e Vaz, P. (orgs), *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre alteridade*. Rio de Janeiro, Mauad X, pp. 37-63.
- Fukuyama, F. (1996). *Confiança: valores sociais e criação de prosperidade*. Lisboa, Gradiva.
- Galtung, J. e Ruge, M. (1981). "Structuring and selecting news, em Cohen, S. e Young, J. (eds.), *The manufacture of news*. Londres, Sage, pp. 62-72.
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news*. Nova Iorque, Pantheon books.
- González, G. (2008). El consumo juvenil en la sociedad mediática. *Comunicação, mídia e consumo*, 5 (12), pp. 57-75.
- Grossi, G. (2007). *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid, CIS.
- Markttest (2012). *Anuário de Media & Publicidade 2011*. Lisboa, Grupo Markttest.
- OBERCOM (2006). *Dietas de media em Portugal. Televisão, imprensa, radio e internet*. <http://www.obercom.pt/client/?newsId=30&fileName=wr1.pdf> (acedido a 15 de Agosto de 2013)
- OBERCOM (2012). *Anuário da comunicação 2011-2012*. <http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=Anuario2012.pdf> (acedido a 1 de Setembro de 2013)
- OIT (2012). *The youth employment crisis: Time for action*. Geneva, Bureau.
- País, J. (1990) A construção sociológica da juventude – alguns contributos. *Análise Social*, XXV (105-106), pp. 139-165.
- País, J. (2003) *Culturas juvenis*. Lisboa: INCM.
- Pereira, J. P. (2013) *Crónicas dos dias do lixo*. Lisboa: Temas & Debates/Circulo de Leitores.
- Sampedro, V. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 66-67, pp. 135-149.
- Schlesinger, P. (1978). *Putting "reality" together*. Londres, Constable.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A study in the construction of reality*. Nova Iorque, Free Press.
- Vieira, J. (2006). "Emprego e desemprego", em Ferreira, V. (coord.), *A condição juvenil portuguesa na viragem do milénio. Um retrato longitudinal através de fontes estatísticas oficiais: 1990-2005*. Lisboa, Instituto Português da Juventude, pp. 90-109.