

**DESAFIOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA “JOVEM E CONSUMO
MIDIÁTICO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA” NO “BRASIL
PROFUNDO”¹**

**METHODOLOGICAL CHALLENGES OF THE RESEARCH “YOUTH AND
MEDIA CONSUMPTION IN TIMES OF CONVERGENCE IN “DEEP BRAZIL”**

Matheus Pereira Mattos Felizola²

Vitor José Braga Mota Gomes³

Jane Aparecida Marques⁴

Resumo: O objetivo é apresentar os caminhos metodológicos do projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência” durante os anos de 2015 a 2020. As experiências científicas perpassaram um processo evolutivo que foi iniciado com pesquisas anteriores até o momento desta, e envolveu pesquisadores (docentes e discentes de pós-graduação e graduação) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Federal do Pará (UFPA). A pesquisa teve inspiração etnográfica, seguindo a proposição de Angrosino (2009) e Flick (2009). Dentre os resultados, percebemos como esses jovens são bastante ativos nas mídias sociais, especialmente através dos dispositivos móveis, apesar da pequena cobertura dos serviços de telefonia; além da centralidade do *Facebook* e do *WhatsApp* para esse público ao consumir conteúdos imagéticos, audiovisuais e textuais, e fazer a interlocução nas suas redes sociais para troca de mensagens, e pelas performances adotadas em seus perfis.

Palavras-chave: Metodologia; Etnografia; Pesquisa Qualitativa; Pesquisa Quantitativa.

Abstract: The purpose of the article is to present the methodological paths of the project “Youth and Media Consumption in Times of Convergence”, during the years 2015 to 2020. The scientific experiences have passed through an evolutionary process that started with previous research until the moment of this one, which involves researchers (teachers, graduate and undergraduate students) at the Federal University of Sergipe (UFS), Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS) and Federal University of Pará (UFPA). The research had ethnographic inspiration, following the proposition of Angrosino (2009) and Flick (2009). Among the results, we see how these young people are very active on social media, especially through mobile devices, despite the small coverage of telephone services; in addition to the centrality of Facebook and WhatsApp for this audience by consuming imagery, audiovisual and textual content and making interlocution with their networks through messages and in the performances adopted in their created profiles.

Keywords: Methodology; Ethnography; Qualitative Research; Quantitative Research.

¹ Trabalho publicado em versão anterior nas Atas do evento CIAQ-2019 em Lisboa.

² Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Mestrado Profissional em Ciência da Informação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Aracaju (SE), Brasil. E-mail: matheus.felizola.marketing@gmail.com

³ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Aracaju (SE), Brasil. E-mail: vitorbragamg@gmail.com

⁴ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do curso de Marketing, do Mestrado Profissional em Empreendedorismo e do Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo (SP), Brasil. E-mail: janemarq.each@gmail.com

1 Introdução

As mudanças surgidas com a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) proporcionaram aos consumidores novas formas de engajamento com suas redes, bem como de consumo midiático. Com isto, além do aumento da oferta produtos e serviços, cresceu também o número de conteúdos midiáticos oferecidos tanto por empresas de mídias de massa convencionais como por novos veículos (*sites*, *blogs*, aplicativos, rádios *web*, mídias sociais e outros). As possibilidades de acesso também se multiplicaram, na mesma velocidade que os sinais de internet móvel de terceira e quarta gerações (3G e 4G) avançaram para as pequenas cidades do interior do Brasil.

Diante dessas mudanças, torna-se necessário avaliar como esse processo midiático migratório e convergente acontece, especialmente com o interesse das novas telas pelos receptores de informações. Na visão de Castells (2000, 2009) a discussão se sobrepõe ao simples olhar do consumo de mídia nas plataformas digitais, mas perceber que, na denominada sociedade em rede, um novo modelo de sociedade é formatado, conferindo ao campo da comunicação e informação um novo status de lógica organizadora e regulatória das relações econômicas, comerciais e afetivas face os novos fluxos que se sobrepõem aos espaços físicos.

Em nossas reflexões teóricas e nos dados coletados e analisados desde 2012, pudemos mapear o consumo midiático; o acesso à internet e aos dispositivos móveis; a circulação de conteúdos e os fluxos comunicativos construídos pelos usuários e interagentes das mais diversas plataformas multimidiáticas. Ao longo dos últimos anos (2012-2019) tivemos a oportunidade de perpassar pela análise de aspectos demográficos, econômicos, culturais, assim como testamos métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa em diferentes projetos executados.

A decisão de investigar jovens do interior brasileiro, surgiu após pesquisas de empíricas realizadas entre os anos de 2012 e 2019, inicialmente na rede Brasil Conectado (2012-2014). Avançamos as discussões com o projeto aprovado no edital do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD) entre 2014 e 2019, no qual decidimos adentrar onde estamos chamando de “Brasil Profundo”: no interior do país, considerando a sua diversidade regional em um território com dimensões continentais. Nesta, observamos como jovens de cidades mais periféricas vivenciam as mesmas alterações na forma de apropriação dos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação de massa perante novos cenários de recepção.

Pretendeu-se assim analisar os usos e apropriações desses jovens, mediados ou não pelas tecnologias digitais, em condições de acesso diferentes daqueles das regiões metropolitanas, tanto do ponto de vista dos dispositivos tecnológicos quanto das redes de conexão.

A escolha da área geográfica de abrangência do estudo em questão deve-se a uma necessidade em conhecer a dinâmica das profundezas de cidades pouco estudadas de Sergipe. Sendo assim, ao assumir a decisão de investigar a Microrregião de Propriá, as indagações do campo foram escolhidas a partir de imersões anteriores do grupo de pesquisa, com isso, a escolha do lugar representou um marco importante desse nosso estudo qualitativo, tal qual mencionado por Hammersley e Atkinson (1995), Poupart *et al.*, (2014) e Stake (2011).

O objetivo desse artigo foi apresentar os caminhos metodológicos de nossa pesquisa. Procuramos demonstrar como esta se deu em um processo evolutivo por vários anos, perpassando especialmente três projetos de pesquisa – que contaram com o envolvimento de docentes e discentes de várias instituições de ensino superior. As fases anteriores e o projeto em execução têm facilitado a formação e o aperfeiçoamento de pesquisadores na área da comunicação através de formações diversas: pós-doutorados, doutorados, mestrados e iniciações científicas. Isto porque o mesmo tem nos proporcionado um aprimoramento de práticas de pesquisa nas trocas de experiências e nos planejamentos das suas etapas, bem como nas dinâmicas do grupo de pesquisa e nas leituras dirigidas.

No decorrer da investigação sobre o consumo, o consumo cultural e a recepção midiática, pudemos experimentar métodos, técnicas e instrumentos, assim como nos aprofundar em um referencial teórico. Sendo assim, as etapas necessárias para chegarmos às conclusões da pesquisa são apresentadas nas próximas páginas.

2 Métodos, técnicas e instrumentos: de pesquisas anteriores ao Projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência

O aprofundamento das análises de recepção e do consumo de jovens sergipanos surgiram a partir de reflexões oriundas dos estudos de recepção televisiva, que no Brasil tem uma forte tradição. Com o desenvolvimento das TICs, que proporcionaram novas formas de consumir conteúdo nesse contexto de convergência midiática, cujos indivíduos tornam-se audiência e ao mesmo tempo produtor de conteúdo ao compartilhar com suas

redes opiniões, memes, vídeos e imagens decorrentes de suas percepções acerca do que consome (JENKINS, 2009).

Nessa perspectiva de estudo, sob a coordenação da professora Nilda Jacks, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a equipe do Grupo de Pesquisa em Marketing da Universidade Federal de Sergipe (UFS) foi convidada para integrar a Rede Brasil Conectado⁵. Pudemos participar enquanto representantes de Sergipe na rede, que também contava com os demais estados nordestinos.

Embora o principal objetivo deste trabalho científico seja refletir sobre as escolhas metodológicas do projeto atual, é importante mostrar como esses antecedentes repercutiram nas escolhas teóricas e metodológicas que se seguiram. Sendo assim, o marco inicial da nossa discussão é o ano de 2012 quando o referido grupo passou a também investigar essas práticas de consumo midiático em um contexto de convergência. O Grupo de Pesquisa em Marketing é formado por professores, estudantes e egressos dos cursos de graduação em Comunicação – Publicidade e Propaganda, Audiovisual e Jornalismo – e da pós-graduação em Comunicação, e desde 2009 vem atuando em pesquisas sobre marketing, consumo e empreendedorismo em Sergipe.

Ainda no ano de 2012, a rede colaborativa foi composta por membros de instituições de ensino superior do país, entre organizações federais e particulares, dentre as quais tinham, em seus membros, integrantes de grupos de pesquisa, que em um trabalho coletivo desenvolveram o projeto “Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência” entre 2012-2014⁶. Esse esforço gerou um livro denominado “Brasil em Números”⁷, no qual ficamos responsáveis pelos dados de Sergipe. Neste, foram apresentados dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais, contemplando um resumo de informações sobre a história, economia, geografia, educação, cultura, religião, renda, demografia, tecnologia, estrutura midiática tradicional e digital⁸.

⁵ Rede de pesquisadores da área da comunicação composta por professores e estudantes de instituições de ensino superior de todos os estados brasileiros. Endereço atual: www.redebrasilconectado.wordpress.com.

⁶ O projeto teve como objetivo “identificar e analisar os usos e apropriações dos recursos multimidiáticos realizados pelos jovens no país”.

⁷ O livro teve a organização das professoras Nilda Jacks e Mariangela Toaldo.

⁸ A partir deste esforço, nosso grupo apresentou vários trabalhos, como os detalhados a seguir: “O Nordeste conectado: um quadro do consumo dos jovens nos meios digitais no VII Encontro dos Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Propesq 2016), “Consumo en tiempos de convergência: motivaciones de uso de entornos digital por jóvenes del nordeste brasileño” no XIII Congresso da ALAIC - 2016 na cidade do México, além da participação de mesas para apresentação dos resultados da pesquisa nos eventos Intercom Regional e Nacional entre nos anos de 2014, 2015 e 2016.

Partindo dessa ação inicial, propusemos – enquanto Grupo de Pesquisa em Marketing – em 2013 uma pesquisa agregada à Rede Brasil Conectado, intitulada “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática”, que contou com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico (CNPq)⁹. Esse último teve como objetivo geral traçar um panorama geral das práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais dos jovens sergipanos. Para tanto, foi realizado um estudo comparativo tendo como corpus empírico jovens usuários do site *Facebook* de baixa renda.

Essa amostra buscou compreender ainda comparações com moradores da capital e de outras regiões do Estado. Isto porque, além dos jovens aracajuanos, elegemos como corpus também moradores de Itabaiana, Laranjeiras e Lagarto. Embora sejam cidades de médio porte se comparadas com Aracaju e àquelas que compõem a Microrregião de Propriá, essa primeira experiência nos proporcionou adentrar em cidades do interior sergipano e ter um primeiro contato com jovens habitantes de cidades do interior do país. Os resultados foram publicados por Felizola, Braga e Marques (2019), por Felizola e Felizola, Braga e Mendonça (2017).

O marco teórico de nossas pesquisas esteve associado ao consumo midiático e o uso das plataformas digitais dos jovens, a partir da visão de Bauman (2005, 2009) que interpreta o consumo a partir da percepção de que todos são consumidores e vendedores na sociedade líquida pós-moderna; de Cáceres (2006), que faz distinção entre a cultura de relação dos meios de informação coletiva e a tecnologia; e de García Canclini (1993, 1995, 2010) que enxerga no consumo uma das principais características da cultura, na importância da tecnologia e em especial das redes sociais como mediadoras e influenciadoras da manutenção dos laços e relacionamentos.

Trazemos também para discutir o fenômeno o trabalho de Castells (2009, 2000) e Martín-Barbero (2010, 2014), a respeito das formas de conexão dos jovens na contemporaneidade, e como estariam imbricadas nas interações através de canais digitais das redes sociais na internet. Featherstone (1995) é outro autor importante em nossas reflexões, ao discorrer sobre a subjetividade do ato de consumir; o autor estuda a manipulação do consumo na sociedade de massa, a partir tanto da preservação e também da imposição de um estilo de vida. Por fim, o trabalho de Jenkins (2009) e de Jenkins, Green e Ford (2014), que entendem o consumo sendo influenciado pelo cruzamento entre

⁹ Através do edital das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPES – n. 43/2013.

as mídias alternativas e as mídias convencionais, é também importante para nosso aprofundamento acerca da convergência midiática no Brasil. Esses autores discutem sobre o encontro das “velhas” e das “novas” mídias no consumo cultural e midiático, onde o poder do produtor das mensagens colide com os interesses dos receptores das mensagens.

Nessas duas primeiras pesquisas, o nosso referencial metodológico, ainda estava baseado nas bases estruturais qualitativas, que foram propostas por Flick (2009) e escolhemos como técnicas as entrevistas semi-estruturadas com jovens entre 18 e 24 anos na capital do estado de Sergipe e nas cidades do interior; além disso, aplicamos a primeira versão de um questionário em um estudo piloto voltado a uma pequena amostra, para em seguida aplicarmos a sua segunda versão – contendo 31 questões elaboradas conjuntamente com as equipes da Rede Brasil Conectado. Para a análise dos dados, criamos uma matriz analítica e fizemos uma triangulação que nos apontou alguns caminhos para as pesquisas futuras.

Através dessas duas experiências com pesquisas, os participantes do Grupo de Pesquisa Marketing refletiram sobre a possibilidade de aprofundar nossos estudos e realizar um trabalho mais denso de análise. Nas próximas páginas, iremos detalhar os caminhos metodológicos surgidos com o PROCAD.

Os jovens que compõem nosso *corpus* pertencem a um contexto que compreendemos como “rurbano”. Nessa perspectiva, consideramos a imbricação de distintas localidades rurais e urbanas, convivendo em condições rurais presentes na área urbana e vice-versa. O conceito é oriundo da obra de Cimadevilla (2010), ao estudar jovens colombianos do interior do país e perceber essas novas relações entre esses dois contextos. Nesse sentido, não se trata meramente da extinção do urbano ou do rural, mas da evidência de ruralidade existente nas cidades ou aspectos de urbanidade nas áreas rurais, em uma relação dialógica característica da contemporaneidade. Faz-se importante trazer o conceito por lidarmos com jovens do chamado interior do Brasil, habitantes de regiões tão diferentes entre si, mas que poderiam estar vivenciando esse mesmo contexto com particularidades socioeconômicas e culturais próprias.

2.1 Estruturação e desenvolvimento do Projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência

Participando de redes de pesquisa – a exemplo das experiências supracitadas –, foi possível propor o projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”¹⁰, reunindo três universidades¹¹ com o objetivo de analisar e comparar o consumo midiático realizado pelos jovens nas regiões Sul, Norte e Nordeste do Brasil. Realizar essa pesquisa através do PROCAD possibilitou para nós uma atuação integrada de pesquisadores que já pertenciam a Rede Brasil Conectado, originando pesquisas articuladas e voltadas para as realidades locais.

Em termos metodológicos, além dos autores supracitados o trabalho teve como base os trabalhos de Aguirre Baztán (1995), que interpreta a etnografia como o estudo descritivo da cultura de uma comunidade; Flick (2009), que associa a etnografia como um ofício de descrever os grupos humanos a partir de suas ações cotidianas, crenças e valores; e Geertz (1997), por entender o mundo a partir da visão dos informantes.

Na visão deste último (GEERTZ, 1997), o pesquisador em uma etnografia não é capaz de captar o mundo do modo que seus informantes percebem, mas no máximo percebe a partir das interpretações dos seus informantes. Sendo assim, as limitações deste trabalho tentaram ser reduzidas ao máximo, com a inclusão de técnicas que aumentassem o grau da lente interpretativa. Analisar a cultura das localidades envolvidas foi algo bastante importante, pois na ótica de Aguirre Baztán (1995) a etnografia seria um estudo da cultura de uma comunidade. Ainda na visão do autor, o processo etnográfico deve ter uma duração de mais de um ano e perpassa por quatro etapas: (1) Demarcação do Campo, (2) Preparação e Documentação, (3) Investigação e (4) Conclusões (AGUIRRE BAZTÁN, 1995).

Na visão de Flick (2009) os três passos de uma pesquisa etnográfica seriam a seleção do lugar, tratar de traçar uma amostra e por fim, procurar indivíduos que estejam dentro da amostragem identificada. Nas palavras do autor (FLICK, 2009, p.161) “A etnografia parte da postura teórica da descrição de realidades sociais e da sua elaboração, tendo por objetivo o desenvolvimento de teorias”. A busca pela criação da teoria, a partir dos dados colhidos, também está ligado ao desafio de fazer uma pesquisa empírica na

¹⁰ Aprovado no Edital CAPES Nº 071/2013 do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD).

¹¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Sergipe (UFS) e Universidade Federal do Pará (UFPA). Com a coordenação geral da professora Nilda Jacks (UFRGS) e com a coordenação associada da professora Maria Ataíde Malcher (UFPA).

comunicação, pois essa escolha perpassa pelos preconceitos oriundos do cientificismo disfarçado no positivismo, que denotam um caráter de menor importância à etnografia, a partir da dificuldade do controle efetivo de dados e da impossibilidade da verificação dos resultados.

Sabedores desta problemática, como instrumentos de coleta – além das entrevistas com jovens e influenciados, grupos de discussão, aplicação de questionários e observação participante – também nos preocupamos com a triangulação dos dados para apresentarmos resultados mais concisos com a realidade da localidade e termos mais segurança na verificação de resultados. Apresentamos nas próximas páginas as técnicas e instrumentos utilizados durante a pesquisa do projeto atual.

2.2 As técnicas utilizadas

As entrevistas semiestruturadas envolvendo 100 jovens aconteceram entre os meses de março e setembro de 2017 nas dez cidades investigadas: Amparo de São Francisco, Brejo Grande, Canhoba, Cedro de São João, Ilha das Flores, Neópolis, Nossa Senhora de Lourdes, Propriá, Santana do São Francisco e Telha. Na visão de Poupart *et al.*, (2014) para efetivar essa técnica da entrevista é necessário obter a cooperação do entrevistado, deixá-lo à vontade durante a entrevista e evitar que ele recuse o convite. Estas são dificuldades que devem ser vencidas ao longo do processo de investigação. Na nossa experiência, procuramos estabelecer um diálogo com os jovens, geralmente escolhendo localidades onde eles ficassem mais à vontade; daí a importância de estar no “Brasil profundo”: nos lugares onde os jovens se relacionam com sua rede e consomem.

Ao longo do trabalho, o tempo das entrevistas variou devido a fatores externos como o horário de fechamento das empresas e escolas, a falta de concentração na entrevista, ou mesmo a falta de entendimento em relação a algumas perguntas. A seleção dos entrevistados foi intencional, relacionado ao interesse em buscar subsídios de jovens entre 18 e 24 anos. Todas as entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados e aconteceram normalmente em escolas ou nas ruas. Apresentamos no roteiro da entrevista algumas questões relacionadas ao perfil dos jovens, o comportamento de consumo midiático e cultural e as práticas de comunicação mais comuns.

Durante o período de investigação em campo, nas cidades da Microrregião de Propriá, redigimos diários de campo diariamente, como uma última etapa da rotina diária

da nossa pesquisa. Dessa forma, ao final cada dia, em hotéis, pousadas, restaurantes ou até mesmo no carro – no retorno de alguma localidade –, foi possível registrarmos todas as experiências vividas na Microrregião. É importante frisarmos aqui como esse material foi parte importante no trabalho com inspiração etnográfica, pois nos deixava munidos das nossas observações que estavam surgindo no momento de investigação em campo realizado à época.

Além das técnicas e instrumentos utilizados ao longo do processo, fizemos ainda fotografias e vídeos autorizados pelos investigados (quando necessário). Esse procedimento foi importante no momento da análise dos dados, pois serviu como lembrança de várias situações vividas no cotidiano da pesquisa; ainda, utilizaremos essa produção para complementar o relatório final que estamos para produzir, bem como para apresentar posteriormente aos interessados – a comunidade acadêmica e da Microrregião de Propriá. Pudemos também criar ensaios visuais e vídeos-documentários¹² a partir desse material, que foram apresentados aos moradores da cidade nas últimas etapas da nossa pesquisa, como apresentaremos no tópico 3.3.

Por fim, ao longo do processo de investigação, desenvolvemos grupos de discussão que, na ótica de Pascua (2005), estão associados a reuniões com no mínimo seis e no máximo doze participantes e com a preocupação de criar um discurso livre surgido a partir da interação entre os participantes. Durante os três grupos realizados na Microrregião de Propriá, os autores deste trabalho foram moderadores da discussão com base em um roteiro de questões exploradas no decorrer do diálogo.

Para a análise do material coletado por meio desses diversos métodos eleitos em nossa pesquisa, um esquema analítico foi criado a partir de temas em comum que foram agrupados em uma matriz analítica. Esta foi criada com diversas categorias que poderiam nos municiar de argumentos para a nossa investigação, seguindo uma análise de conteúdo conforme orienta Bardin (2011). Dessa forma, tal análise foi baseada em três fases: pré-análise, exploração do material e tratamento, e interpretação dos dados obtidos.

No próximo tópico apresentamos todo o processo de execução da pesquisa, bem como os procedimentos adotados em cada uma das fases e etapas. Pretendemos, assim, demonstrar os caminhos metodológicos seguidos na exploração desse “Brasil Profundo”. De início, esclarecemos que, para a sua execução, o projeto contou com o seguinte cronograma (Quadro 1):

¹² Disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=fhIGsGYDb3M> e <https://www.youtube.com/watch?v=NTpInHU2UME&t=2s>.

Quadro 1: Fases e etapas da pesquisa

Fases	Etapas
ANTECEDENTES: Pesquisas anteriores ao PROCAD	Etapa 0.1: Rede Brasil Conectado Etapa 0.2: Projeto CNPq local Etapa 0.3: Elaboração do projeto do PROCAD
PRIMEIRA: Estruturação	Etapa 1.1: Organização, planejamento (contato com os jovens), criação de instrumentos, reuniões locais etc. Etapa 1.2: Missões de pesquisa e publicações
SEGUNDA: Estudo piloto	Etapa 2.1: Pesquisa por dados secundários e monografia da cidade Etapa 2.2: Visitas à cidade de Amparo Etapa 2.3: Organização dos dados, transcrições, edições, análises Etapa 2.4: Publicações, eventos, missões de pesquisa e relatório parcial Etapa 2.5: Retorno para Amparo de São Francisco
TERCEIRA: Pesquisa na Microrregião	Etapa 3.1: Pesquisa por dados secundários e monografias das cidades (continuação) Etapa 3.2: Viagem de reconhecimento Etapa 3.3: Viagem para as 10 cidades Etapa 3.4: Organização dos dados, transcrições, edições e análises (continuação) Etapa 3.5: Retorno para a microrregião (em execução) Etapa 3.6: Publicações, eventos, missões de pesquisa e relatório final (em execução)

Fonte: Elaborado pelos autores

É importante ressaltar que os caminhos metodológicos da pesquisa, detalhados nos próximos tópicos do artigo, dão continuidade à primeira fase da pesquisa realizada pela Rede Brasil Conectado (2012-2014) e faz menção ao projeto aprovado no edital 43 do CNPQ (2013-2015), ambos direcionados à capital, às cidades nas redondezas da mesma – comportando regiões metropolitanas. Ambos tiveram como objetivo comum a necessidade de investigar os hábitos de consumo e acesso aos meios de comunicação de jovens de 18 a 24 anos.

Nessa nova fase, as coordenações do projeto aprovado no PROCAD¹³ decidiram adentrar no que estamos chamando de “Brasil profundo”. Esta compreensão do país na verdade se origina do trabalho do antropólogo Guillermo Bonfil, que fez um estudo chamado *México Profundo* (1989), resultando em uma obra homônima. Neste, Bonfil investigou a história e civilização mexicana, onde se deparou com negação da cultura indígena a partir da colonização espanhola.

¹³ No qual somos da equipe associada II.

A pesquisa do PROCAD teve então início com a proposta de ampliar o escopo da investigação para o interior do país. Ao trazermos a discussão para jovens de outras realidades, pudemos comparar contextos rurais e urbanos onde praticamente não existiam fronteiras tão claras: o trânsito desses jovens entre esses contextos ocorre muitas vezes diariamente, justamente pela proximidade geográfica e pelas relações profissionais e escolares estabelecidas no cotidiano deles. Pretendíamos assim investigar esses contextos “rurbanos” no Brasil.

3 Desenvolvimento

Nas etapas que estamos enquadrando como os “antecedentes”, tivemos o primeiro momento de discussão sobre o consumo em tempos de convergência nas capitais brasileiras através de um projeto aprovado¹⁴, que foi desenvolvido pela Rede Brasil Conectado (Etapa 0.1). Nesta, equipes de todos os estados brasileiros aplicaram um questionário para os jovens de 18 a 24 anos, o que nos permitiu assim trazer esse quadro mais amplo sobre o Brasil das regiões metropolitanas; ainda, fizemos uma pesquisa exploratória dos perfis de jovens usuários do *Facebook* de cada uma das capitais; estes foram selecionados por terem autorizado a coleta feita por nós de informações referentes ao consumo cultural e midiático¹⁵ no momento em que responderam ao questionário.

Em paralelo à pesquisa da Rede Brasil Conectado, a equipe de Sergipe buscou recursos através do Edital Universal do CNPq nº 31/2014, para a realização de um estudo com jovens de Sergipe, no qual foi possível trazer os procedimentos metodológicos da pesquisa nacional para o enfoque local (Etapa 0.2). Com a sua aprovação, pudemos inquirir os jovens por meio de um questionário, além da elaboração de duas monografias – uma sobre o estado e a outra sobre a capital. Essas monografias foram posteriormente publicadas em dois livros: *Brasil em Números* (JACKS e TOALDO 2014) e *Capitais Brasileiras* (JACKS *et al.*, 2016). Nestes, apresentamos dados secundários referentes à realidade socioeconômica das cidades de Aracaju, Itabaiana, Lagarto e Capela (FELIZOLA *et al.*, 2014).

¹⁴ Contou com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico (CNPq) no edital das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 43/2013.

¹⁵ Nesta, coletamos durante uma semana as informações referentes às páginas que 10 jovens selecionados para a nossa amostra curtiram: filmes, novelas, séries, livros, autores, quadrinhos, artistas musicais, artistas visuais e outras personalidades da mídia.

Em face com essa experiência nas duas pesquisas supracitadas – que classificamos como antecedentes do projeto atual –, foi possível submetemos, junto com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a Universidade Federal do Pará (UFPA), o projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, que a pesquisa ora apresentada compõe (Etapa 0.3). Faltava, nessas etapas antecedentes, um momento se deslocar dessas regiões para o interior do Brasil, que só ocorreu com o projeto aprovado no PROCAD.

3.1 Primeira Fase: estruturação

Começamos a nos agrupar em torno do projeto a partir da implementação dos recursos oriundos do edital do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), via Edital CAPES n. 071/2013, no qual fomos contemplados e assim, tivemos as condições para a realização dessa pesquisa. Na primeira fase, cada equipe do projeto, em seu estado, começou a articular um grupo composto de estudantes e professores, da graduação a pós-graduação (Etapa 1.1). A ideia da nossa equipe é que fizéssemos um trabalho continuado, com cada integrante acompanhando todo o processo da pesquisa no interior de Sergipe.

Com a equipe formada¹⁶, passamos a adotar um calendário sistemático de encontros, de modo a discutir o andamento do projeto e foi nesse momento que definimos o lugar onde faríamos a pesquisa de campo no interior do estado sergipano. A escolha pela Microrregião de Propriá obedeceu a alguns critérios que aqui elencamos: facilidade no contato com as pessoas, considerando os relacionamentos que integrantes do projeto já tinham; distância geográfica da capital de Sergipe (Aracaju); características sociais e demográficas, pois nas cidades pesquisadas poderíamos ter contato com moradores de zonas rurais e urbanas, bem como com comunidades quilombolas e vilas de pescadores.

A pesquisa foi baseada em três fontes de dados, a bibliografia, documental e de campo. E em paralelo a todo o trabalho de planejamento e pesquisa, passamos a estruturar um referencial que fosse tanto teórico quanto metodológico. Tal referencial foi sendo construído ao longo dos anos nos momentos das reuniões semanais, quando definimos autores e conceitos para leitura e discussão com todo o grupo. Nesse sentido, nossas leituras estiveram orientadas para que fosse possível construir um referencial em que

¹⁶ Nessa Primeira Fase, tivemos os(as) seguintes colaboradores(as): Matheus Felizola, Vitor Braga, Raquel Carriço, Lilian França, Denise Nascimento, Flávio Mendonça, Bluesvi Santos, Wendell Macedo, Madianne Nunes, Nayara Amaral, Hugo Fernando, Natally Janiele e Igor Silva de Castro.

todos estivessem familiarizados, assim como que pudesse nos ajudar para o modo como daríamos a entrada (*entreé*) nessas cidades pesquisadas.

Fizemos um levantamento bibliográfico dos procedimentos metodológicos, além disso buscamos refletir sobre os diversos subtemas dessas pesquisas: jovens e “rurbanidade” (CIMADEVILLA, 2010); convergência e convergência midiática (AQUINO, 2017; JENKINS, 2009; JENKINS; GREEN; FORD, 2014); comunicação e tecnologias contemporâneas (LÉVY, 2001; SIBILIA, 2010; THOMPSON, 2009); consumo cultural e midiático (MARTÍN-BARBERO, 2009; GARCÍA CANCLINI, 2014).

Nosso trabalho optou por realizar uma pesquisa com inspiração etnográfica que pudesse refletir sobre quais as condições socioeconômicas que os jovens tinham o consumo cultural e midiático. Planejamos então um trabalho exploratório, baseado nas ideias de Angrosino (2009) e Flick (2009) acerca da pesquisa etnográfica realizada nas ciências humanas. Nosso trabalho então não estava se resumindo a analisar os efeitos da comunicação dos jovens por meio de uma arguição com esse público; nos pareceu também relevante entender o meio no qual esse jovem pertence, e como isto pode formatar suas experiências de consumo cultural e midiático.

Para tanto, passamos a ter contato não apenas com os respondentes das entrevistas, mas também com lideranças¹⁷, políticos¹⁸, amigos e familiares dos jovens de toda a microrregião. Cada relato dessas pessoas foi construindo uma teia de significados que emanam dessas investidas no campo, além dos próprios respondentes da pesquisa que consideramos na análise, de modo a complementar a compreensão desse quadro da Microrregião de Propriá que fomos criando.

As questões abordadas nos roteiros de entrevistas foram derivadas da análise nos principais conceitos nos quais a pesquisa foi baseada. É neste sentido que na seleção dos possíveis entrevistados optou-se por indivíduos que poderiam fornecer informações sobre os fatos sob diversos ângulos, não apenas sob o ponto de vista de determinado grupo social. Durante as entrevistas uma preocupação dos pesquisadores, foi de explicitar a todos os entrevistados, os aspectos que envolviam a pesquisa e de forma bastante didática foram apontados também os objetivos daquela entrevista, esse procedimento foi padronizado no início das entrevistas e no momento da assinatura dos termos de

¹⁷ Representantes de associações diversas, conselheiros tutelares e líderes de comunidades quilombolas, dentre outros.

¹⁸ Prefeitos, vereadores e pessoas ligadas ao grupo político das prefeituras.

consentimento, além disso durante a apresentação dos resultados, aspectos relacionados com o perfil dos entrevistados e com o contexto sociocultural foram discutidos e analisados.

Ainda nessa primeira fase, começamos a realizar um intercâmbio com as outras instituições que compunham o projeto (Etapa 1.2), através de missões de pesquisa com professores e estudantes, bem como na parceria para a elaboração das primeiras considerações acerca de nossa pesquisa. Essas missões foram fundamentais para entender a realidade das outras equipes e refletir sobre o nosso desafio em campo. No próximo tópico iremos abordar em detalhes a segunda fase da pesquisa, quando adentramos na cidade de Amparo de São Francisco.

3.2 Segunda Fase: estudo piloto

Tendo selecionado a Microrregião de Propriá, demos início a segunda fase do projeto, em que a equipe naquele momento¹⁹ passou a fazer uma pesquisa sistemática em dados secundários dessa localidade, para que pudéssemos nos cercar com o máximo de informações relevantes acerca de onde iríamos realizar nossa pesquisa de campo. Tais dados nos levaram a elaborar uma monografia para cada cidade (Etapa 2.1), composta por informações referentes à: escolaridade, renda familiar, atividades econômicas, oferta cultural e de meios de comunicação, acesso à internet, agricultura local e outros dados sociodemográficos. Ainda, essas monografias traziam dados de instituições brasileiras destinadas a pesquisar sobre o país – a exemplo do IBGE.

Organizamos algumas viagens para as dez cidades da Microrregião, porém definimos também que começaríamos essas visitas selecionando uma cidade para a realização de um estudo piloto, no qual levaríamos parte da equipe para aplicarmos uma versão do questionário; testarmos o modelo da entrevista que faríamos na etapa seguinte; fizemos contato com os moradores e a cidade em si, de modo a produzir um relato nosso e discussões em grupo; produzir imagens fotográficas e vídeos das pessoas e dos locais por onde percorremos (Etapa 2.2).

¹⁹ Nessa Segunda Fase, tivemos os(as) seguintes colaboradores(as): Matheus Felizola, Vitor Braga, Raquel Carriço, Tatiane Böhmer, Flávio Mendonça, Bluesvi Santos, Madienne Nunes, Elisa Lemos, Acsa Ezequiel, Heloísa Costa, Alberto Henrique e Ananda Boaventura.

Optamos, em primeiro lugar, pela cidade de Amparo de São Francisco pela proximidade de uma das participantes²⁰ da equipe com os moradores da cidade. Em segundo, Amparo também nos pareceu interessante naquele momento por se tratar da menor cidade do menor estado brasileiro. Por fim, a cidade oferecia uma condição social importante, pois nela seria possível encontrar áreas urbanas e rurais de certa maneira próximas²¹, bem como comunidades quilombolas²², muitas delas vivendo da pesca. Ou seja, Amparo de São Francisco funcionou como um "microcosmo" do que encontraríamos em toda a Microrregião que posteriormente ampliamos na Terceira Fase da pesquisa, de acordo com os critérios estabelecidos pelas equipes do projeto do PROCAD no país – UFRGS, UFPA e UFS – de escolha das localidades: cidades distantes socialmente e geograficamente das capitais, com áreas rurais.

Após as visitas à cidade do Estudo Piloto, organizamos as informações oriundas do contato com os jovens e os demais moradores da cidade, assim como toda a produção audiovisual realizada (Etapa 2.3). Produzimos um primeiro relatório da nossa experiência com a cidade, um curta-documentário e um ensaio visual; ainda, as primeiras publicações foram realizadas nesse momento, fruto de questões apresentadas em nossa primeira experiência com esse “Brasil Profundo” (Etapa 2.4).

Em adição a essa produção acadêmica, entendemos também como importante naquele momento voltamos à cidade de Amparo de São Francisco para darmos um retorno para a comunidade do que havíamos produzido em relação a imagens e vídeos (Etapa 2.5). Essa preocupação com o retorno as comunidades investigadas, foi a tônica desse trabalho científico. Ao longo de toda a pesquisa envolvendo o PROCAD, a equipe voltou várias vezes aos locais investigados. No próximo tópico faremos uma análise da fase mais complexa e desgastante da pesquisa, quando finalmente adentramos em todas as cidades da microrregião investigada.

²⁰ Madianne Nunes, estudante do mestrado do PPGCOM-UFS – na época ainda estudante do curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda – tinha parentes e amigos na localidade, além de frequentar há muitos anos a cidade.

²¹ Na cidade não existe uma distância muito grande entre essas duas áreas: a avenida principal do centro está ligada com a área rural, de modo que é possível seguir pela mesma até chegar em pouco tempo nas propriedades rurais.

²² Investimos nosso tempo na Comunidade Crioula, localizada na área rural de Amparo de São Francisco.

3.3 Terceira Fase: pesquisa na Microrregião

Com a etapa 2.5 do estudo piloto sendo finalizada (Segunda Fase), a equipe atual²³ passou a trabalhar no planejamento da Terceira Fase: realizar a pesquisa nas dez cidades que compunham a Microrregião de Propriá²⁴. Ocorrida em 2017 e 2018, nessa etapa o roteiro para as entrevistas – utilizado no piloto – pôde ser aprimorado com algumas questões que até então não havíamos percebido e que seriam interessantes para a compreensão do consumo dos jovens daquelas cidades de Sergipe. Optamos por manter as discussões em grupo, sendo que escolheríamos grupos sociais "fechados" – como estudantes de colégios e jovens participantes de igrejas. Trabalhamos também na elaboração de um questionário próprio para essa etapa.

De início, demos continuidade no trabalho de pesquisa por dados secundários e elaboração das monografias das cidades da Microrregião de Propriá (Etapa 3.1). Para facilitar nessa logística de deslocamento pelas cidades, fizemos uma primeira ida ao campo que chamamos de viagem de reconhecimento (Etapa 3.2), onde pudemos passar pelas cidades para as primeiras observações e nos ajudar no planejamento da etapa seguinte, no que se refere à logística e no contato com o nosso público-alvo.

Na Etapa 3.3, que contemplava a visita às cidades para a pesquisa de campo, fizemos uma divisão em dois grupos, de modo que cada um pudesse percorrer cinco cidades na pesquisa de campo. A divisão foi planejada visando que cada equipe pudesse contar com responsáveis pelas entrevistas, pela aplicação do questionário, pela produção fotográfica e pela produção audiovisual, além dos diários de campo.

Ao longo do trabalho, várias entrevistas foram descartadas, algumas pela falta de assinaturas nos termos de compromisso e outras pelo baixo rendimento, sendo importante ainda ressaltar, que o tempo de entrevista variou bastante de acordo a disponibilidade e desenvolvimento da fonte e que a seleção foi intencional, sendo que todas as entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados. As entrevistas foram marcadas com antecedência de pelo menos um mês e mesmo assim várias vezes foram desmarcados momentos antes do início, além disso vários entrevistados se recusaram a assinar os

²³ Nessa Terceira Fase, tivemos os(as) seguintes colaboradores(as): Matheus Felizola, Vitor Braga, Jane Marques, Caio Guimarães, Flávio Mendonça, Bluesvi Santos, Madianne Nunes, Elisa Lemos, Acsa Ezequiel, Malu Araújo, Heloísa Costa, Alberto Henrique, Ananda Boaventura e Beatriz Prata.

²⁴ Composta por dez cidades: Amparo de São Francisco, Brejo Grande, Canhoba, Cedro de São João, Ilha das Flores, Neópolis, Nossa Senhora de Lourdes, Propriá, Santana do São Francisco e Telha.

termos de consentimento, outros foram monossilábicos ou não souberam ou quiseram responder certas perguntas.

Para a realização dessa Etapa 3.3, foram visitadas secretarias, postos de saúde, escolas e tivemos a aplicação de questionários com jovens e influenciadores da região (secretários municipais, diretores de escolas e universidades e professores). Cada membro da equipe continuou o trabalho de entrar em contato com pessoas que poderiam nos ajudar na viabilização da pesquisa²⁵ e também foi realizado um trabalho de prospecção de jovens para a aplicação dos questionários.

O questionário foi preenchido em uma página *on-line* prioritariamente nas escolas estaduais e municipais das dez cidades, de maneira presencial durante duas semanas não consecutivas. Optamos por aplicar o questionário nesses locais por termos o apoio dos trabalhadores da educação e a agregação de nosso público-alvo nos horários escolhidos, assim como pela infraestrutura que esses espaços poderiam fornecer – laboratórios de informática e sinais de internet sem fio (*wi-fi*).

Adotamos o procedimento *survey* na pesquisa quantitativa a partir de Fowler (2009) e Fink (2013), pois esse tipo de pesquisa permite conhecer as opiniões, características e comportamentos de um determinado grupo social. Para atingirmos tal objetivo, realizamos uma amostra não probabilística por cotas a partir de Bickman e Rog (1998) onde elegemos os jovens para aplicação do questionário contendo 68 perguntas, que continha questões binárias, de múltipla escolha, escalas ordinais, escalas nominais e escalas *Likert*. Este foi composto por cinco Blocos, cada um trazendo aspectos diferentes que nos pareceu importante investigar.

O Bloco 1 contou com questões relacionadas ao perfil sociodemográfico dos entrevistados; o Bloco 2 contou com questões enfocando aspectos relacionados a práticas de lazer e consumo cultural – frequência de consumo de festas, bares, restaurantes, meios de comunicação entre outras questões, além de formas mais comuns de consumir músicas, livros, televisão, rádios, revistas e jornais; o Bloco 3 enfocou os usos midiáticos, trazendo questões relacionadas ao uso de aparelhos como computadores, *smartphones*, televisões, abordando a frequência e o local; o Bloco 4 enfocou aspectos relacionadas às mídias sociais, no que tange às mais utilizadas, a frequência de uso diário e as motivações para os jovens darem preferência pelas mencionadas por eles; o último bloco de perguntas (5)

²⁵ Agentes públicos, diretores de escolas da rede municipal e estadual, políticos com mandato, líderes comunitários, pastores, padres e jovens com perfil de liderança, dentre outras pessoas.

teve como enfoque a posse e uso de equipamentos – computadores, *smartphones*, televisões e outros – e o possível compartilhamento com outras pessoas.

Foram vários dias de contato com a região, o que nos foi importante para termos essa observação não-participante e para conseguirmos ter uma melhor dimensão dessa realidade dos jovens de 18 a 24 anos. Pudemos confrontar as informações que coletamos – através de diversos formatos – com o que já havia produzido sobre as cidades por meio dessas pesquisas que tivemos acesso em nosso trabalho de organização de dados secundários. No próximo tópico iremos detalhar os procedimentos para tratamento de dados.

3.4 Tratamento dos dados

Após as investidas ao campo de nossa pesquisa, passamos então para a Etapa 3.4, de organização dos dados, transcrição das entrevistas e das discussões em grupo, bem como na organização dos dados do questionário. Dividimos mais uma vez a equipe para que cada um ficasse responsável por trabalhar em alguma dessas etapas. Em paralelo a essa Etapa, outros membros do grupo se incubiram de editar um vídeo documentário e um ensaio visual com as fotografias realizadas por cada um.

Para a análise das entrevistas e das discussões em grupo (dados qualitativos), utilizamos o *software NVivo*, na sua versão 12, entendendo que este poderia dar conta da análise de conteúdo que estávamos prevendo; já para a tabulação dos questionários (dados quantitativos) foi utilizado o *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, na sua versão 12.0; entendemos que o mesmo seria adequado para lidarmos com o que havíamos coletados nos questionários, para o levantamento de dados estatísticos e para possíveis cruzamentos. Ainda, utilizamos de outros *softwares* para organização do nosso banco de imagens, edição das fotografias e do vídeo documentário²⁶.

Sendo assim, cabe-nos nesse momento planejar um retorno para as cidades da Microrregião (Etapa 3.5), com o objetivo de apresentar aos interlocutores da nossa pesquisa os resultados das análises e a produção audiovisual e fotográfica. Estamos trabalhando também na Etapa 3.6, referente a produção de relatórios de todo o processo e produções acadêmicas – voltadas para periódicos e eventos da área. Nesse sentido, seria

²⁶ Dentre estes, citamos o *Adobe Lightroom*, versão CC 2017; o *Adobe Photoshop*, versão CC 2017; e o *Adobe Premiere*, versão CC 2018.

possível a nosso ver contemplar – nessas duas últimas Etapas – um retorno social para as comunidades que compuseram nosso corpus empírico e para a comunidade acadêmica.

4 Considerações finais

Tendo apresentado ao longo desse artigo nossos caminhos metodológicos do projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, entendemos que o enfoque no consumo midiático dos jovens dessa Microrregião de Sergipe foi o expediente para conhecer outras formas de relação com as tecnologias de informação e comunicação (TICs), uma vez que percebemos ocorrer simultaneamente e de forma entrecruzada através da convergência midiática – proporcionada por esses dispositivos e os canais nas mídias sociais que nosso público faz uso.

Para tanto, cada instrumento foi construído considerando as lacunas que os outros instrumentos adotados não seriam capazes de contemplar, bem como a partir da experiência com as idas ao campo de todas as etapas anteriores – dos primeiros dois projetos ao Estudo Piloto. Criar um questionário, por exemplo, nos serviu para municiar de informações objetivas sobre quantidade de aparelhos e redes de acesso que os jovens tinham corriqueiramente, enquanto que as entrevistas realizadas trouxeram as percepções deles sobre as condições de acesso em suas localidades. É devido a questões como esta que os caminhos metodológicos procuraram abarcar formas diferentes de observar o fenômeno.

Tivemos algumas dificuldades na realização desse projeto, o que repercutiu muitas vezes em um atraso na execução das etapas e em um maior envolvimento da equipe para demandas que não estávamos imaginando que careceriam de tanto trabalho. Podemos mencionar aqui a disponibilidade das fontes nas cidades, tendo em vista a data em que estaríamos nas localidades ou a ausência destas em horário que havíamos agendado; o baixo número de dados de fontes oficiais sobre as cidades, especialmente das prefeituras, o que repercutiu em um maior trabalho de investigação, procurando múltiplas fontes e relatos pessoais dos moradores para compor esse quadro da realidade socioeconômica dos jovens; o acesso a determinadas localidades, em virtude das estradas e do período de chuva que realizamos as visitas à Microrregião de Propriá; e também as dificuldades relacionados à logística da equipe, pela ausência em determinadas situações por problemas diversos, que requereu um maior cuidado no planejamento e reajustes durante os dias em que estivemos realizando a pesquisa de campo.

As fases anteriores e o projeto em execução têm facilitado a formação e o aperfeiçoamento de pesquisadores na área da comunicação a partir de pós-doutorados, doutorados, mestrados e iniciações científicas. Isto porque o mesmo tem nos proporcionado um aprimoramento de práticas de pesquisa através das trocas de experiências e planejamentos da pesquisa ocorridos nas missões de pesquisa, bem como através da criação de dinâmicas de grupos de leituras dirigidas.

Ainda, destacamos o desenvolvimento de trabalhos conjuntos entre os membros das três Universidades que compõem o projeto, bem como os debates entre os seus integrantes, que auxiliam na ampliação da compreensão de diferentes realidades do Brasil, dos múltiplos tempos de cada grupo estudado e das peculiaridades dos usos da *web* e dos dispositivos tecnológicos móveis. Como relatamos no artigo, tal contato vem sendo solidificado desde a Rede Brasil Conectado (2013-2015).

Diante da pesquisa realizada e dos dados obtidos – e sem esquecer as pesquisas anteriores ao projeto do PROCAD –, acreditamos ter sido capazes de compor um quadro dessa região do estado sergipano, em expansão a partir dos novos desdobramentos do projeto, e que traz questões para se pensar o interior do Nordeste e, em um segundo nível, o interior do Brasil.

Percebemos uma realidade socioeconômica difícil na Microrregião de Propriá, com um alto percentual de famílias de baixa renda, recebendo menos de um salário mínimo e tendo benefícios oriundos do governo federal como fundamentais – ou únicos – na renda familiar mensal. Porém, os jovens permanecem um forte senso de pertencimento ao lugar em que nasceram e passaram a maior parte das suas vidas, ainda que muitas vezes – através dos seus depoimentos – eles não percebam grandes perspectivas profissionais ao permanecerem em suas localidades.

Em complemento aos dados obtidos na pesquisa de campo, é importante também mencionarmos aqueles obtidos por meio dos dados secundários, oriundos especialmente de fontes estaduais ou nacionais – resultados de pesquisas realizadas por institutos e órgãos do governo estadual. Foram poucos dados oriundos de fontes locais, pois em vários aspectos as cidades analisadas não realizavam pesquisas dessa natureza; o que por si só é uma questão preocupante na aferição de resultados em políticas públicas das administrações das prefeituras. Esperamos ter ao final do projeto a formação de um banco de dados com materiais frutos de nossas pesquisas também por dados secundários da região, a fim de subsidiar pesquisadores futuros das cidades eleitas por nós.

Sendo assim, este trabalho procura dar sua contribuição nas pesquisas na área da comunicação que queiram compreender o consumo nesse contexto de convergência midiática no interior do país, tendo em vista a adoção de métodos, técnicas e instrumentos que são tomados aqui como complementares na compreensão do fenômeno. Pesquisas futuras podem assim compreender outros cenários e trazer novos métodos, técnicas e instrumentos na formatação de seus caminhos metodológicos.

Referências

- AGUIRRE BAZTÁN, Á. **Etnografía**: metodología cualitativa en la investigación sociocultural. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria e Marcombo, 1995.
- ANGROSINO, M. **Etnografía e Observação Participante**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2009.
- AQUINO, M. C. **Convergência Midiática e Redes Digitais**: modelo de análise para pesquisas em comunicação. Curitiba: Appris, 2017.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 6. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BAUMAN, Z. **Confiança e Medo na Cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BICKMAN, L.; ROG, D. **Handbook of Applied Social Research Methods**. 2. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1998.
- BONFIL BATALLA, G. **México Profundo**: una civilización negada. 4. ed. México, DF: Grijalbo, 1989.
- CÁCERES, L. J. G. **Cibercultura un Mundo Emergente y una Nueva Mirada**. México: Conaculta, 2006.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**: a era da informação, economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. v. II.
- CIMADEVILLA, G. **La cuestión rurbana**: apuntes para una entrada comunicacional. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, 2010, p. 73-85.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FELIZOLA, M.; BRAGA, V. Consumo Midiático em um Brasil profundo: uma incursão no interior sergipano. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais...** Intercom: Curitiba, 2017. p. 1-15.
- FELIZOLA, M.; BRAGA, V.; MARQUES, J. Caminhos metodológicos da pesquisa “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”: Uma experiência no interior nordestino. In:

CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA, 8., 2019, Lisboa. **Anais...** Aveiro: Ludomedia, 2019. p. 327-337.

FELIZOLA, M.; BRAGA, V.; MENDONÇA, F. Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Estudo Piloto completo na Cidade de Amparo de São Francisco. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL IBERCOM, 15., 2017. Lisboa. **Anais...** Lisboa, 2017.

FELIZOLA, M. *et al.* Sergipe. *In*: JACKS, N.; TOALDO, M. (org.). **Brasil em Números**: dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais. Florianópolis: Insular, 2014. p. 171-175.

FINK, Arlene. **How to Conduct Surveys**: a step-by-step guide. 5. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2013.

FLICK, U. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOWLER Jr., Floyd J. **Survey Research Methods**. 4. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009.

GARCÍA CANCLINI, N. (org.). **El Consumo Cultural en México**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Seminario de Estudios de la Cultura, 1993.

GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores y Ciudadanos**: conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo, 1995.

GARCÍA CANCLINI, N. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

GEERTZ, C. **O Saber Local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Tradução de Vera Mello Joscelyne. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Ethnography**: Principles in Practice. 2. ed. New York: Routledge, 1995.

JACKS, N.; TOALDO, M. (org.). **Brasil em Números**: dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais. Florianópolis, SC: Insular, 2014.

JACKS, N.; SILVESTRIN, C. B.; NOLL, G. (org.). **Capitais Brasileiras**: dados históricos, demográficos, culturais e midiáticos. Curitiba, PR: Appris, 2016.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Tradução de Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LÉVY, P. **A Conexão Planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. Tradução de Maria L. Homem e Ronaldo Entler. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6ª edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. Comunicación y cultura mundo: nuevas dinamicas mundiales de lo cultural. Prólogo. **Revista Signo y Pensamiento**, Bogotá, v. 8, n. 51, p. 20-34, jul./dec. 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. Diversidade em convergência. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 2, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/90445/93215>. Acesso em: 15 jan. 2017.

PASCUA, R. de M. El grupo de discusión y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación masiva. *In*: CONDE, M. R. B.; SAN ROMÁN, J. A. R. **Investigar en Comunicación**: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. 1ª edição. Madrid: McGraw-Hill, 2005. p. 265-276

POUPART, J. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. *In*: POUPART, J. *et al.* (org.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. p. 215-253.

POUPART, J. *et al.* **A Pesquisa Qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SIBILIA, P. O artista como performer: dilemas do eu espetacular nas artes contemporâneas. *In*: LABRA, D. (org.). **Performance Presente Futuro**, v. II. Rio de Janeiro: Ed. Aeroplano; Oi Futuro, 2010. p. 14-20.

STAKE, R. **Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. Tradução de Karla Reis. Porto Alegre: Penso, 2011.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Tradução de Carmem Griscietalli. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

Recebido em: 30 de janeiro de 2020.

Aceito em: 16 de março de 2020.