

Consumo Midiático em um Brasil profundo: uma incursão no interior sergipano¹

Matheus Pereira Mattos FELIZOLA²

Vitor BRAGA³

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Resumo

Com o objetivo de compreender o consumo midiático em um cenário de convergência com as redes sociais na internet por parte dos jovens entre 18 e 24 anos da cidade, tanto da zona rural quanto do centro comercial, foi realizada uma pesquisa na cidade de Amparo de São Francisco (SE). Esta pesquisa segue um método qualitativo, a partir da etnografia, utilizando-se de entrevistas não estruturadas e observação participante com registros em diários de campo, além de uma busca por dados secundários. O presente estudo, está associado ao projeto *Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo*, ligado ao Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), envolvendo a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), a Universidade Federal do Pará (UFPA) e a Universidade Federal de Sergipe (UFS). Constatou-se que os jovens participantes da pesquisa são ativos nas mídias sociais, engajando-se principalmente, através de sites de redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis. Além disso, possuem um forte senso de pertencimento ao ecúmeno, mesmo que não visualizem grandes perspectivas de vida ao permanecerem na cidade pesquisada.

Palavras-chave: consumo cultural, consumo midiático, jovens, convergência.

1. Introdução

A abrangência geográfica do estudo perpassou pela região de Amparo de São Francisco, a menor cidade do menor estado brasileiro, que fica localizada na região Nordeste. O Estado de Sergipe possui uma extensão de 21.918,454 km² e uma população estimada em 2.265.779 habitantes (IBGE, 2010). Ficando às margens do Rio São Francisco, na divisa com o Estado de Alagoas, e região Nordeste de Sergipe, na microrregião de Propriá, a 114 km de Aracaju, possuindo 35,133 Km² de área e população estimada em 2.382 residentes (IBGE, 2010). A principal fonte de renda do município são as atividades rurais, a pesca e o bordado.

A ideia de investigarmos o *Brasil Profundo*, surge da concepção apresentada a equipe pela pesquisadora Nilda Jacks - Coordenadora do PROCAD, inspirada no antropólogo Guillermo Bonfil Batalla, que escreveu o livro *México Profundo*, onde o

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – GP América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Publicitário e Administrador de Empresas. Doutor em Ciências Sociais e Professor do PPGCOM e PPGCI da Universidade Federal de Sergipe contato@matheusfelizola.com.br

³ Jornalista e doutor em Comunicação. Professor da UFS. Membro do Grupo de Pesquisa em Marketing e do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias digitais e Sociedade (GITS). vitorbragamg@gmail.com

investigador ao avaliar a história da civilização mexicana, observou a negação da cultura indígena a partir da colonização espanhola. Sendo importante destacar, que no caso específico da nossa pesquisa, a proposta é um pouco diferente, pois nos propomos a analisar a realidade das cidades mais distantes da zona de influência das capitais, a fim de investigar as realidades de acesso aos meios dos jovens nos interiores dos estados brasileiros. Sendo assim, a partir da visão da coordenadora, a ideia do “profundo” está associada a perspectiva de adentrar nas ‘profundezas’ de um Brasil desconhecido. Sendo assim, nessa primeira incursão ao campo, buscou-se realizar um estudo de abordagem qualitativa com inspiração etnográfica, que utilizou as técnicas combinadas da Observação participante e Entrevistas não estruturadas.

O trabalho científico teve duração de sete meses, sendo que a pesquisa empírica foi iniciada em Setembro de 2016 e finalizada em Fevereiro de 2017, após esse período voltamos nossa atenção para as informações colhidas a partir de três eixos de análise teórica, perpassando pela convergência midiática a partir da discussão cultural e tecnológica proposta por Jenkins (2009), pelo consumo cultural na perspectiva da desterritorialização de Canclini (2008), da cultura de consumo de Slater (2002) e da “microcultura “ de Anderson (2008) e por fim a discussão volta-se para o consumo midiático a partir da visão de Canclini (1993). Nas próximas páginas, iremos apresentar uma breve explanação do nosso referencial teórico, o contexto e a situação encontrada na região e alguns dados colhidos em nossa entrevistas.

2. Do consumo midiático à convergência dos meios

Conforme Jacks (*et al*, 2014b) consumo midiático refere-se a tudo o que a mídia oferece, seja nos grandes meios como televisão, rádio, jornal, revista, internet etc., como também nos produtos e conteúdos são oferecidos por estes meios - como novelas, filmes, moda, publicidade e diversos outros. Desta forma, a oferta da mídia também representa o estímulo ao consumo, que podem ocorrer tanto pela oferta de bens, quanto de tendências, comportamentos e muito mais.

Os estudos sobre consumo midiático, buscam encontrar o que os indivíduos consomem na mídia, a maneira com que se apropriam dela e o contexto em que se envolvem com ela (JACKS et al, 2014, p.3). Tais estudos não buscam encontrar as

respostas ou as consequências dos receptores a determinada programação, como os estudos de recepção, pois estes observam o fenômeno sob um olhar mais amplo, pois têm o foco “direcionado para a relação com os meios e não com as mensagens, para usar uma imagem simplificada do processo” (JACKS & TOALDO, 2013, pp. 7-8).

De acordo com Canclini (2008, p. 23), vivemos num mundo cada vez mais interligado e que é regido por intercâmbios de ordem mercantil. Em decorrência disto, todos os cenários se tornam lugares de compra e venda. Com isso, “os jovens adquirem nas telas extracurriculares uma formação mais ampla em que conhecimento e entretenimento se combinam” (2008, p. 23). O foco do consumo midiático é conhecer outras formas de relação com os dispositivos digitais. E pesquisar sobre o consumo midiático é necessário para compreender as transformações da maneira de consumir a partir das inserções das novas tecnologias. Principalmente sobre os jovens e classes populares, uma vez que no Brasil, a preferência da TV tem caído entre os jovens, e a opção da internet se tornou 25% maior entre os jovens em relação a outras faixas etárias (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2014).

O consumo midiático faz parte de um aspecto na formação da identidade pessoal e social. Consumir produtos midiáticos é algo que faz parte do mundo globalizado, não somente dos jovens, mas também para todos sujeitos contemporâneos de uma maneira geral. Pois uma grande parcela das nossas vidas está em atribuir valor simbólico para produtos midiáticos.

A partir do conceito de convergência midiática, pode-se compreender como o consumo midiático dos jovens passa por modificações tendo em vista o fluxo de conteúdo perpassado por diversas plataformas midiáticas, unindo as “velhas” e as novas “mídias” em um complexo comportamento de emigração e imigração de públicos. A partir da visão de Jenkins (2009) é possível avaliar a convergência com uma manifestação cultural da sociedade, ao tempo nesse emaranhado de posicionamentos ideológicos, imagens soltas, histórias de vida e “opiniões” individuais conflitam com estratégias mercadológicas avançadas de posicionamento e reposicionamento de grandes marcas. A cultura da convergência permite que planejamento de agências gigantes como Y&R, Ogilvy & Mather e WMcCann colidam com o fluxo de uma comunidade quilombola em Amparo de São Francisco.

Importante também refletir no conceito da inteligência coletiva debatido por Jenkins (2009) a partir principalmente da visão de Lévy (1999) que tanto pode ser explicado na junção de artigos e experiências em campo de pesquisadores que legitimam um grupo científico de um evento acadêmico, como também na “formação política” em um grupo do *Whatsapp* dos jovens da zona urbana de Amparo. É nesse processo de construção de uma inteligência coletiva que podem surgir os questionamento contra os desmantelos da prefeitura, algo que potencialmente pode diminuir o efeito da exclusão social dos indivíduos.

Ainda dentro da discussão, torna-se importante pensar na cultura participativa, conceito fundamental para Jenkins (2009), que ao excluir a antiga percepção de produtores e consumidores de mídia como indivíduos separados, propondo uma nova interação mediada por regras confusas no tocante aos papéis e poderes. É possível assim emergir um influenciador digital tanto em uma escola de Comunicação em Nova York, como em um aluno da Educação de Jovens Adultos (EJA) em Amparo, mas segundo o mesmo Jenkins (2009, p.31) “alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros”.

Canclini, em *Culturas Híbridas* (2008), já apontava no final dos anos 1980 da desterritorialização e do descolecionamento como sintomas da destruição dessas fronteiras canonizadas. Se pensarmos na clássica divisão da cultura em alta cultura, cultura popular e cultura de massas, é pouco provável encontrarmos alguém sem estar exposto às três formas e torna-se difícil persistir em tal divisão, principalmente nesses encontros do popular com a indústria cultural. A cultura de massas traz em seu estatuto um cenário propício ao jovem que materializa seu consumo em produtos como o cinema, as assinaturas de serviços de *streaming* e os livros, dentre outras formas.

Comprendemos em nossa pesquisa o consumo cultural como parte de um momento na sociedade contemporânea na qual, conforme Slater (2002), estaríamos diante de um contexto de uma cultura de consumo, cujos valores associados ao consumo passam a invadir outras áreas da sociedade. O referido autor argumenta que valores – baseados em valores de mercado – transbordaram por duas razões: “primeiramente porque o próprio consumo se torna um foco crucial da vida social (...); e, em segundo lugar, porque os valores da cultura do consumo adquirem um prestígio que encoraja sua extensão metafórica a outros domínios sociais como a extensão do modelo do

consumidor aos serviços públicos de telecomunicações ou aos serviços de saúde.” (SLATER, 2002, p. 32).

De acordo com Canclini (2013), as fusões multimídia e as concentrações de empresas na produção de cultura correspondem, no consumo cultural, à integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e Internet. Os ambientes digitais potencializam o alcance e ampliam as ofertas de produtos culturais, permitindo que o leitor, ou usuário, assuma um papel no qual pode reformular o conteúdo que recebe a partir da interação com textos, imagens, simulações interativas e bases de dados – criando assim um produto personalizado.

Enquanto espaço on-line, a mídia social é embasada na tríade interação, colaboração e criação de conteúdo. A Mídia Social não existiria sem a troca coletiva na rede. Ela pode representar 1% de escribas, 10% de comentadores e 89% de leitores, mas com a consolidação das redes sociais na internet veremos a possibilidade emergente da rede, seja escrevendo, enviando imagens, músicas ou abrindo um canal próprio.

3. Procedimentos metodológicos

A pesquisa configura-se como qualitativa e com inspiração etnográfica. Através das reuniões com os integrantes do grupo, foram formulados os questionamentos pertinentes a essa fase da pesquisa, onde um roteiro foi criado. A escolha por esse tipo de roteiro se dá pelo fato de que tal modelo ser guiado por uma sequência de questões que permite uma organização flexível e a ampliação dos questionamentos à medida em que as informações vão sendo fornecidas pelo entrevistado (FUJISAWA, 2000).

O contato com os jovens foi feito através de entrevistas individuais não estruturadas, incluindo lideranças do local. Além disso, durante as duas primeiras visitas, foi realizada uma filmagem com os moradores da comunidade, com o objetivo de criar um documentário para posterior exibição. Esta medida visava o fortalecimento, junto aos moradores, da sensação de pertencimento ao local, além de motivar o seu envolvimento com o projeto.

Por se tratar de uma pesquisa que tem como objetivo compreender o consumo midiático e as práticas em redes sociais digitais de jovens entre 18 e 24 anos do interior do Estado de Sergipe, mais especificamente em cidades mais distantes da zona de influência das capitais, foi necessária a realização de uma pesquisa de caráter etnográfico.

Este método é indicado por ser uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, duradouros, que podem ser chamados de comunidades ou sociedades (ANGROSINO, 2008), ou seja, para tal estudo é necessária a permanência, por determinado período, no local estudado, buscando a vivência no grupo, para assim entender as práticas daquela comunidade. Isso ocorreu durante as três visitas realizadas durante o estudo piloto na cidade de Amparo de São Francisco.

Durante os dias em que o grupo passou no local foi necessária a observação da estrutura e das características dos moradores da localidade. Esta foi uma etapa primordial da pesquisa, pois uma busca de modelos começa com observações cuidadosas de comportamentos vividos (ANGROSINO, 2008). Além disso, foi necessária a aplicação de entrevistas não estruturadas como técnica para coleta de dados dos integrantes das comunidades em estudo. A escolha pelas as entrevistas foram realizadas com base em um roteiro criado pelo grupo, onde continha itens que tratavam do ato de consumo, redes consumidas, motivações e perfil sociodemográfico dos entrevistados, essa escolha das entrevistas seu deu pela necessidade de explorar mais livremente determinadas questões, segundo Marconi e Lakatos (2007, p. 94) nesse tipo de entrevista “O entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão”.

Dessa forma, foi possível colher outras questões a partir dos relatos dos moradores. Questões políticas e históricas são alguns dos exemplos de informações adicionais resultantes das entrevistas. Dessa forma, Manzini (2003) salienta que é possível um planejamento da coleta de informações por meio da elaboração de um roteiro com perguntas que atinjam os objetivos pretendidos. O roteiro criado pelo grupo passou por três etapas, onde a partir de cada coleta de dados, o mesmo sofreu alterações com inserções de questionamentos que não foram colhidos na etapa anterior e que surgiram em decorrência das primeiras entrevistas realizadas. O roteiro serviu, então, além de coletar as informações básicas, como um meio para o pesquisador se organizar para o processo de interação com o informante (MANZINI, 2003).

Os procedimentos foram gravadas como forma de facilitar a coleta de informações, e, posteriormente, transcritos pelos integrantes do grupo. As gravações foram efetuadas através de um gravador profissional e também com os celulares dos pesquisadores. Para a análise das entrevistas utilizamos o método de Análise de conteúdo,

a partir da perspectiva de Bardin (1997). Criamos então 23 categorias de análise a partir de 3 eixos principais: **Perfil** (Ocupação, Formação Profissional, Fonte de Renda, Empreendedorismo, Pertencimento ao Local, Política e Religião); **Contexto** (Acesso ao Município, Organização Comunitária, Economia do Município, Questão Ambiental, Acesso à Internet, Segurança, Violência, Família, Escola e Conflito de Gerações); **Práticas** (Lazer, Religiosidade, Consumo Midiático, Uso de Dispositivos e Mídias Sociais e Percepções sobre Juventude).

4. Contexto e aspectos situacionais

Amparo do São Francisco é banhada pelo Rio São Francisco ao norte e faz fronteira com os municípios sergipanos de Cedro de São João, Telha e Canhoba. Tem com Propriá uma relação próxima devido a esta ter uma economia mais forte e ativa e uma população consideravelmente maior do que a sua com 28,451 mil habitantes (IBGE,2010).

É uma cidade com praticantes religiosos; são cinco igrejas evangélicas e três católicas. Existe uma divisão cultural dentro de Amparo entre a parte central da cidade e o Quilombo passa também pela questão religiosa e racial. Na parte baixa é onde se encontra o povo quilombola, sendo que nesta localidade é possível achar a maioria das pessoas que professam religiões não cristãs e ligadas a religiões afro. Na parte central da cidade, é mais comum encontrar cristãos, sejam eles protestantes ou católicos. Um ponto importante ao destacarmos esses jovens pentecostais é uma percepção negativa que eles notam, por parte daqueles que não professam da mesma fé. Há diferenças que, embora não causem violência nem grandes conflitos, afetam especialmente os jovens de religiões afro-brasileiras.

As lideranças comunitárias também são presentes, principalmente quando nos referimos aos povoados, por conta de toda sua história de luta para ser reconhecidos como uma comunidade quilombola. Alguns desses líderes comunitários se tornam líderes políticos, uma vez que conversamos uma ex vereadora que atuou na luta dos quilombolas. Então, podemos afirmar que o município tem três tipos de líderes: o religioso, o comunitário e o político. Sendo os dois últimos complementares, de alguma forma.

Para acessar o município de Amparo de São Francisco são seis as opções de transporte: carro, moto, à cavalo, à pé, bicicleta e barco. As estradas para os veículos

terrestre são de barro na região rural, enquanto que no centro temos toda a região calçada. O acesso até a cidade está asfaltado da capital sergipana até Amparo de São Francisco, facilitando o acesso.

A economia do município está ligada à três principais pontos: pesca, agricultura e prestação de serviços. A pesca é um dos principais rendimentos da família amparense, vários dos moradores ainda dependem dela para sobreviver, porém com os problemas ambientais, que serão explicados no próximo subtópico, a prática está sendo feita apenas para o sustento da própria família, pois não conseguem vender o que pescam, juntamente pela quantidade de peixes e camarões encontrados, assim, o único dinheiro certo que os pescadores recebem é o do seguro-defeso, quando não podem pescar.

A agricultura é a familiar, com a seca comum do interior dos estados da região Nordeste, fica a cada dia mais difícil colher o que se planta. Em nossas visitas à cidade, nos foi relatado que a plantação de feijão de um dos entrevistados não tinha vingado, pois apesar da cidade está à beira do Rio São Francisco, a terra é muito seca, sendo necessário a implantação da irrigação, mas os moradores não têm condições financeiras para tal.

Grande parte dos jovens seguem a carreira dos pais no trabalho rural ou na pesca; parte desse caminho deve-se a falta de perspectivas profissionais, mas também está relacionado a dar continuidade ao ofício da família - trabalhando na roça com o pai ou utilizando-se das embarcações dos familiares para a pesca.

Com a redução da pesca e a seca da terra, a população de Amparo de São Francisco, depende muito do setor público, de programas como o Bolsa Família, que segundo dados do portal da transparência do governo federal (2016), há 420 beneficiários do bolsa família na cidade de Amparo (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA, 2016). A prefeitura é a maior empregadora da cidade, através de prestação de serviços e cargos dentro da mesma, o que faz a disputa política no local ser tão acirrada. O PIB per capita da cidade é de R\$ 9.037,63 (IBGE, 2010), está abaixo da média estadual e da média nacional segundo os dados de 2013.

Ainda sobre a pesca, o assoreamento do Rio São Francisco tem impacto direto na atividade. Alguns moradores também atribuem a escassez de peixes e camarões na região à Hidrelétrica de Xingó, que teria mudado toda a fluidez do rio, alterando o ecossistema. A vazão do rio passou a ser controlada eletronicamente, interferindo diretamente no nivelamento natural do rio. Segundo dados de 2016 (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA),

nos últimos 12 meses, 743 pessoas receberam o Seguro Defeso na cidade. Isso representa 32,6% da população.

Encontramos, através dos relatos fornecidos pelos moradores e através das entrevistas, três tipos de violência: drogas, social e racial. Principalmente os moradores mais velhos nos relataram que há um grande uso de drogas no local, uma prática que vem aumentando nos últimos anos, de acordo com os mesmos. Não encontramos dados oficiais sobre essa informação, porém cabe aqui pontuar a vivência dos moradores com os problemas locais. A violência racial tem a ver com a discriminação social, mas alguns moradores nos relataram discriminação racial implícita por meio de brincadeiras, como ter “barriga boa” é ter filho branco. Mas não há atitudes preconceituosas explícitas.

Os entes da família amparense mantêm uma relação próxima, trabalhando juntos também. Na área rural da cidade nota-se essa relação com mais força, uma vez que os jovens trabalham na roça com os pais. Os jovens da cidade costumam constituir família muito cedo, mas mesmo assim muitos ainda moram na casa dos pais, por não ter como se sustentar ou por opção. Só de famílias do tipo casal sem filho, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares são 114, ou seja, casais que moram na casa dos pais. Se for contar com casais na mesma situação, mas com filhos, esse número sobe para 334 (IBGE, 2010). De qualquer modo, a relação que o amparense tem com a família é muito forte.

No que tange à educação, na zona urbana da cidade são três escolas, que oferecem ensino regular fundamental e Educação de Jovens e Adultos, e também constituem um polo de educação a distância do Instituto Federal de Sergipe-IFS, mas não tem computadores para o uso dos alunos. Na zona rural ficam localizadas outras quatro escolas, sendo que nenhuma delas oferece o acesso à internet aos estudantes.

São três as principais formas de acesso à internet em Amparo de São Francisco: à rádio, rede móvel e satélite. O sinal de internet à rádio é fornecido por uma empresa da cidade de Propriá, chamada Master. A rede móvel mais utilizada na cidade é o da empresa Oi, através do sinal 3g. O sinal recebido através de satélite é por conta de pacotes que são fechado com as empresas de TV fechada - como a *Oi Tv* e a *Sky*. Dos entrevistados, cinco afirmaram que usam a rede móvel para acessar a internet, sendo um desses cinco e mais um entrevistado usuários também de internet fornecida por satélite. Outra forma de acesso que foi percebida através das entrevistas foi à rádio, da empresa Master da cidade vizinha,

Propriá. Três (um desses está entre os cinco que usa a rede móvel) entrevistados afirmaram usar o sinal de rádio para acessar à internet.

Percebemos certos ruídos na comunicação entre as gerações especialmente no que tange ao uso de determinadas páginas voltadas ao entretenimento e à cultura dos memes na internet. Alguns jovens relataram compartilhar memes de situações relacionadas à política, à música e ao esporte, enquanto aqueles mais velhos não se interessarem por esse tipo de conteúdo; o consumo de *fan pages* de artistas e de times de futebol é outra prática comum apenas aos jovens da cidade. Porém, o sentido de comunhão faz com que não ocorra um afastamento tão grande em Amparo se considerarmos as gerações de pais, filhos ou avós.

Ainda, na parte baixa se encontram os pescadores e quilombolas às margens do Rio São Francisco. Há algumas contradições sobre a relação da “cidade de Amparo” (parte central da cidade) e o bairro São José (quilombo e pescadores). Não há um consenso sobre quão pacífica é essa relação e até que ponto a questão racial é importante no relacionamento entre os habitantes de Amparo.

Considerando os depoimentos dos próprios moradores de Amparo incluindo um dos líderes comunitários, Henrique Neto, há uma preocupação com a grande migração de moradores principalmente jovens para cidades maiores como Propriá e Aracaju. Ao analisarmos e compararmos os dados de 1991 e de 2010 (IBGE) do Censo Brasil podemos observar uma possível migração forte e constante desses Amparenses. Em 1991 o número de habitantes de Amparo do São Francisco era de apenas 1,891 habitantes, em 2010, 2,275 habitantes. Um aumento de apenas 5,92% em 19 anos.

Porém, um dos motivos para a mudança de muitos jovens é a perspectiva de um futuro melhor. Por isso, alguns desses jovens buscam o ensino superior como uma forma de garantir um caminho de mais perspectivas e estabilidade financeira. Entre as instituições de ensino superior citadas estão a Universidade Federal de Sergipe, Universidade Tiradentes e a Faculdade Estácio de Sá. Isso envolve a modalidade presencial e a distância.

Existe um interesse dos jovens de se mudar da cidade tão logo consigam a moratória vital; isto ocorre pela falta de possibilidades dentro da própria cidade natal. Começando pela fonte de renda dessa população que se resume basicamente em

programas assistenciais do governo federal, principalmente o Seguro Defeso e o Bolsa Família.

Sobre essa falta de perspectivas, um dos jovens entrevistados afirma que a cidade “hoje tem o potencial, falta interesse. Eu volto a dizer é que a gente tem aquele comodismo, daquela política assistencialista (...) (HERRISON, 2016)”. Embora a atividade econômica da cidade seja bastante limitada, é possível encontrar alguns exemplos de empreendedorismo na cidade. É possível encontrar estabelecimentos privados como uma pousada, uma academia, venda de artesanato, mercearias e bares.

Foi constatado também o interesse dos amparenses com a política. Porém é arriscado afirmar que o jovem de Amparo é politizado de uma maneira geral. Como ficou bem exemplificado com a citação do morador Herrison, 24 anos: “(...) a gente pode dizer que... graças a Deus, política é de quatro em quatro anos. Política pega fogo aqui nas eleições municipais (...)”. É muito evidente a preferência dos cidadãos da cidade quase exclusiva para a política local sem muito foco em questões ideológicas.

5. Perfil dos entrevistados

Foram entrevistados 10 jovens entre 18 e 24 anos, sendo quatro deles com 19 anos, dois com 23 anos, dois com 24 anos, um com 18 e outro com 21 anos, e tinham 5 homens e 5 mulheres. Desses jovens apenas um possui o ensino superior completo, dos demais três estão cursando o ensino superior, outros três concluíram o ensino médio, e apenas um não concluiu o ensino médio. Um desse jovens abriu seu próprio negócio na cidade, enquanto outros dois trabalham informalmente no próprio município, um ensinando banca para os mais jovens na cidade, e outra trabalhando como bordadeira e cuidadora de idosos, já os demais estão à espera de mais oportunidades.

Esses jovens são em sua maioria católicos, ou frequentadores da igreja, com apenas um deles tendo se declarado ateu. E entre as suas principais projeções, apenas o jovem que abriu sua empresa na cidade deseja permanecer em Amparo, os demais desejam, em sua imensa maioria ir para a cidade de Aracaju, para buscar principalmente objetivos profissionais, desde a graduação, ou até mesmo pós-graduação e concursos públicos. Isso porque eles acreditam a cidade não oferece condições para eles se desenvolverem, e vão buscar seja em Propriá, a principal cidade da microrregião, ou em Aracaju, capital do Estado, melhores oportunidades.

5.1. Práticas midiáticas

Em relação às práticas de consumo midiáticas desses jovens, todos afirmaram utilizar da internet para fazer uso das redes sociais, cinco deles também afirmaram utilizar bastantes os sites de pesquisa, filmes, séries e palestras online também foram citadas por eles. Três deles afirmaram passar o dia inteiro utilizando a internet, a maioria fazia uso de 3 a 12 horas diariamente, enquanto apenas um afirmou que utilizava por alguns minutos somente.

O celular é o meio de acesso utilizado por todos eles, mas o desktop e o notebook também são citados por eles, inclusive apenas dois dos entrevistados afirmaram fazer uso somente do celular para o acessar a internet, faz fica possível perceber como o acesso pelos celulares smartphones popularizou o acesso. Em relação às formas de acesso a maioria faz uso da internet móvel, mas a Velox e o Roteador (Master) também são citados como maneira de acessar a internet. Em relação às principais redes consumidas por eles, o Facebook foi mencionado por todos, o WhatsApp e o Instagram também são citados pela maioria, mas é interessante perceber que algumas redes como Snapchat e Twitter, ainda sobrevivem na cidade, mesmo não sendo mais tão fortes como em outro momento, no Estado de Sergipe.

Esses jovens seguem dentro de suas redes sociais principalmente perfis de artistas, atores globais como Caio Castro, e nome importantes da música regional como Wesley Safadão e Luan Santana também são citados como exemplos de perfis que são seguidos. Desta forma, as FanPages se destacam também nos principais conteúdos curtidos por eles, além das fotos de amigos. Eles também costumam, além de seguir, comentar nas fotos publicadas nas FanPages seguidas por eles, tendo também aqueles que apenas segue, e aqueles que participam de debates dentro das páginas. Os que interagem mais nas redes sociais acabam criando vínculos com pessoas de fora, um dos entrevistados ao ser questionado se interagiu nas páginas responde, “Eu sempre interajo, é bem legal. A maioria dos meus amigos é tudo a partir desses grupos e tal, a gente tá sempre discutindo, debatendo sobre esses assuntos” e afirma depois que esses amigos são de fora da cidade, pois acredita que os jovens de Amparo não costumam acompanhar muito as FanPages.

Porém cada jovem tem características bem distintas do conteúdo que costuma compartilhar em suas redes, não tendo nenhum jovem apresentado a mesma resposta neste item, as respostas iam desde fotos e vídeos, até questões mais sérias como, política e

religião, mas também citavam memes, notícias de artistas etc. Isso demonstra que mesmo na menor cidade, do menor estado do Brasil, cada jovem possui a sua singularidade.

Em sua maioria, esses jovens costumam postar fotos, desde selfies, fotos da família ou da natureza, mas indiretas e questões políticas também são citadas. A maioria deles afirmam postar conteúdos com bastante frequência, mostrando que esse jovem não está somente consumindo conteúdo, está também produzindo conteúdos, houve quem afirmasse fazer posts diariamente, assim como quem afirmava fazer poucos posts.

Eles costumam fazer uso do celular nos mais diversos momentos, seja quando estão assistindo à televisão, mas também fazem uso do celular ao utilizarem computador/notebook, escutando rádio e até mesmo ao ler livros. Isso fica evidente na fala de uma das entrevistadas ao ser perguntada sobre consumir outros meios junto com a televisão respondeu, “Sim, assistindo televisão, olhando notebook e o celular na mão”.

Não existe uma motivação em comum por partes dos jovens entrevistados para a utilização das redes sociais, elas vão desde ganhar curtidas, a se comunicar ou até mesmo se manter informado. E os principais momentos em que eles não fazem uso das redes sociais são, a prática de atividades físicas, os momentos com a família ou amigos, sala de aula, ou igreja. Um dos jovens afirmou fazer uso das redes em todos os momentos.

É interessante perceber na fala de alguns desses jovens, como o momento de estar nas redes sociais acaba sendo importante, não gostando de ser atrapalhado por ninguém, como afirma um dos jovens entrevistados “Eu não gosto quando eu tô no Facebook e o pessoal fica me chamando, não gosto, não suporto. Não me chame quando eu tiver postando uma foto, quando eu tiver comentando, quando eu tiver curtindo, não me chame”.

Considerações finais

Além dos personagens que encontramos, decisivos para o sucesso de nosso esforço de pesquisa, fomos capazes de compor um quadro da região por meio de informações coletadas de diálogos, muitas vezes, informais e de dados secundários oriundos de fontes oficiais. As entrevistas também foram importantes para avaliarmos a viabilidade da aplicação de produzir dados relevantes com base apenas em um roteiro de temas a abordar, sem estar preso a perguntas estruturadas. Ficou sob nossa incumbência

elaborarmos as questões conforme o diálogo era construído, de modo a deixar o entrevistado confortável com a situação.

Em relação ao público-alvo desse estudo piloto, os jovens de 18 a 24 anos, percebemos até o momento que eles são ativos nas mídias sociais, engajando-se principalmente em sites de redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis. Dentre estes, aqueles que apareceram com maior destaque foram o *Facebook* e o *Whatsapp*. Muitos deles declararam passar várias horas do dia conectados, encarando esse uso frequente até como um tipo de “vício”. O uso de dispositivos móveis, em particular os *smartphones*, é comum não apenas nesses jovens, que costumam acessar a *internet* por meio de redes móveis e de alguns pontos de *wi-fi* espalhados pela cidade. Sendo assim, esses serviços promotores de interação são acessados na maior parte do tempo por meio desses dispositivos. Embora se tenha uma pequena oferta de serviços de telefonia móvel no local, isto não impede o uso constante pelos moradores.

As discussões nesses canais digitais circula entre temas relacionados ao entretenimento, tendo como destaque o consumo de música, destacando o forró e o sertanejo. Outros temas recorrentes foram a religião - com destaque para os evangélicos; a política local - principalmente em períodos de campanha; e sobre o futebol, sergipano e nacional.

Amparo do São Francisco nos foi apresentada como uma cidade pobre, sem muitas perspectivas para o futuro dos jovens. Isto foi recolhido tanto nas entrevistas com os jovens quanto nos relatos dos mais velhos. Temos um caso recorrente na Região Nordeste de cidades com baixo IDH, com uma economia sustentada basicamente pela pesca no Rio e, sobretudo, pela verba do Programa Bolsa-família. Afora essas fontes de renda, podemos incluir um comércio local, basicamente informal. Nem a produção rural se apresentou como significativa para a venda, pois devido a problemas de irrigação - impedindo a ampliação da lavoura - praticamente tudo o que se planta é para se garantir uma agricultura de subsistência.

Em um cenário com poucas perspectivas de crescimento, os moradores refletem o quadro. São pessoas no geral pessimistas com as possibilidades oferecidas. Enquanto os adultos e os próprios políticos ocupantes de cargos públicos na gestão atual percebem que o cenário chega a ser desolador, os jovens se veem “perdidos”, quando chegam na maioria, sobre qual carreira seguir.

Para agravar a situação, a cidade possui poucos dados oficiais ou atualizados, sob vários aspectos. Tivemos muita dificuldade em encontrar informações relacionadas à educação, saúde, segurança e economia; o problema ocorreu tanto pela falta de levantamentos da gestão municipal quanto na incompetência dos gestores de lidar com dados oficiais oriundos de fontes como o IBGE. Se não temos como verificar a situação através de índices oficiais, fica difícil avaliar a eficácia das políticas públicas.

Referências

- ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**, 2ª ed. São Paulo: Alta Books, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 6ª ed. Edições 70: Lisboa, 1977. 280 p.
- CANCLINI, Néstor García. **El consumo cultural en México**. México: Grijalbo, 1993.
- _____. **Leitores, espectadores e internautas**. 1ª ed. São Paulo: Iluminuras, 2013.
- _____. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. 5ª ed. São Paulo: EDUSP, 2013.
- IBGE. **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/downloads/folders/eleicao2016/28/2800100.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2017
- JACKS, Nilda; *et al.* Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. In: **Anais do XXIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**. 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Suzana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. 432 p.
- _____; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**, 1ª ed. São Paulo: Aleph, 2014.
- MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.
- MARCONI, M. A. ; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 6. ed. São Paulo; Ed. Atlas, 2007. 289p.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2009.
- PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA (2014). Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: SECOM.
- SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002. 264p.
- TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. 2013, Salvador. In: **Anais do XXII Encontro da Compós**. Salvador/BA, 2013.