

**JOVENS E CONSUMO MUDIÁTICO EM TEMPOS DE
CONVERGÊNCIA: Estudo Piloto completo na Cidade de Amparo de
São Francisco¹**

**YOUTH AND MICROWAVE CONSUMPTION IN CONVERGENCE
TIMES: Full Pilot Study in the City of San Francisco**

Matheus Pereira Mattos Felizola²

Vitor José Braga Mota Gomes³

Flavio Costa de Mendonça⁴

Resumo: A proposta deste artigo é trazer a experiência completa de uma pesquisa realizada entre os anos de 2016 e 2017, em Amparo de São Francisco. Buscamos compreender o consumo midiático em um cenário de convergência com as ambiências digitais por parte dos jovens entre 18 e 24 anos da menor cidade do menor estado do Brasil. A metodologia de pesquisa adotada foi a etnografia, utilizando-se de entrevistas não estruturadas, discussões de grupo e observação participante com registros em diários de campo. Observamos que os jovens possuem um acesso constante à internet, sem maiores entraves, especialmente nos dispositivos móveis, embora mantenham a audiência na Televisão e no Rádio. Estes passam a maior parte do seu tempo acessando sites de redes sociais e aplicativos, consumindo conteúdo principalmente da sua rede egocentrada. O jovem de nosso corpus empírico demonstra pouca expectativa de ascensão social devido às próprias limitações econômicas e sociais da localidade.

Palavras-Chave: Consumo midiático, Convergência, Mídias Sociais, Jovens, Brasil.

1- Introdução

O artigo ora apresentado discorre sobre a pesquisa *Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo*, fruto de um trabalho coletivo que teve início em 2012 na rede Brasil Conectado. Essa etapa foi realizada no estado de Sergipe, mais especificamente em Amparo de São Francisco, a cidade menos populosa do menor estado do Brasil. O principal objetivo da pesquisa foi 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 da cidade, embora essa diferenciação geográfica entre o urbano e o rural seja menos perceptível no nosso caso. O presente trabalho

¹ Trabalho apresentado ao DTI 8 - RECEPÇÃO E CONSUMO NA COMUNICAÇÃO do XV Congresso IBERCOM, Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

² Publicitário, Doutor em Ciências Sociais, Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM - UFS e Professor do Mestrado Profissional em Ciência da Informação - PPGCI. contato@matheusfelizola.com.br

³ Jornalista, professor da UFS e doutor em Comunicação pela UFBA. vitorbragang@gmail.com

⁴ Publicitário, mestrando em comunicação pela UFS. flaviocostademendonca@gmail.com

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

visa apresentar de maneira resumida todas as etapas do estudo, realizado em 2016 e 2017, bem como os resultados finais obtidos.

Esse estudo está associado ao Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), sob a coordenação das equipes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), da Universidade Federal do Pará (UFPA) e da Universidade Federal de Sergipe (UFS). O mesmo pretende dar continuidade à pesquisa realizada pela Rede Brasil Conectado entre os anos de 2012 e 2014, cujo objetivo foi de investigar os hábitos de consumo e acesso aos meios de comunicação de jovens de 18 a 24 anos moradores da capital ou de regiões metropolitanas de cada estado a partir de uma metodologia da pesquisa de recepção com abordagem dos usos e apropriações para identificar o consumo cultural e midiático dos jovens.

A partir desse esforço, tornou-se claro que existia a emergente necessidade de adentrarmos ainda mais em espaços geográficos pouco explorados. Neste trabalho, o subtema *Brasil Profundo* é uma referência ao trabalho do antropólogo Guillermo Bonfil Batalla que escreveu, em 1989, um livro chamado *México Profundo*. A pesquisa visa analisar realidades de cidades distantes da zona de influência das capitais, explorando as condições de acesso aos meios de comunicação dos jovens do que se convencionou chamar de "interior" do Brasil. Estudos com este objeto estão distantes dos interesses de institutos e empresas de pesquisa no Brasil, que normalmente se destinam a compor um quadro do comportamento dos jovens das capitais ou de maiores centros urbanos.

Apresentamos, nas próximas páginas, o estudo realizado pela equipe do PROCAD em Sergipe, que ocorreu com três visitas a campo. Na primeira, nos dias 16 a 17 de setembro de 2016, uma das integrantes da equipe foi até a cidade escolhida para a realização do primeiro contato para organizar a logística do restante da equipe. Uma semana depois, a equipe se deslocou para a visita à cidade de Amparo de São Francisco, entre os dias 23 a 26 de setembro de 2016, com um retorno no dia 12 de outubro do mesmo ano para acompanhar algumas manifestações religiosas. A terceira, e última visita, foi realizada entre os dias 05 e 09 de fevereiro de 2017.

Nesse período a equipe de Sergipe contou com Doutores, Mestres e Estudantes de iniciação científica, tanto nas observações de campo quanto nas análises dos dados primários coletados e dos secundários analisados. O trabalho aqui foi de unir a experiência do campo e condensar os dados. De maneira resumida, pode-se dizer que foram realizadas observações,

discussões de grupo e entrevistas com os jovens entre 18 e 24 anos e lideranças locais do centro da cidade e de algumas zonas rurais; trata-se de uma pesquisa de caráter etnográfico pois, na concepção de Angrosino (2009), esse tipo de pesquisa requer um compromisso de longo prazo, que pode durar anos, meses ou mesmo semanas.

2- Referencial teórico

Para a reflexão do nosso trabalho estamos ancorados em três correntes teóricas, a nosso ver capazes de compreendermos como o consumo midiático dos jovens de nossa pesquisa estaria em transformações tendo em vista o contexto atual de convergência midiática no Brasil, e quais as particularidades de tal consumo em cidades distantes da zona de influência de grandes centros urbanos nacionais. Sendo assim, ao tratarmos da discussão do consumo midiático trabalhamos como referencial teórico especialmente a obra de Canclini (1993) e Fausto Neto (2010); no tocante a discussão da convergência midiática, nós trabalhamos com d (2009), Jenkins e Green (2014) e Levy (2009); e, por fim, ao tratarmos do consumo cultural estamos partindo da perspectiva da desterritorialização de Canclini (1993), da cultura de consumo de Slater (2002) e da “microcultura “de Anderson (2008).

O foc do consumo midiático, é importante compreendermos a partir da visão de Canclini (1993), derivada da contextualização esboçada pelo autor sobre o consumo em um sentido mais amplo - presenciado na sociedade contemporânea. O consumo midiático, então, deriva do próprio entendimento de Canclini, ao se referir aos meios de comunicação, nomeando-os e fazendo uma diferenciação a respeito da maior implicação econômica na produção cultural midiática. Assim, diz respeito ao consumo do que a mídia oferece, do ponto de vista dos grandes meios e dos conteúdos oferecidos. Neste contexto, a oferta da mídia inclui também o próprio estímulo ao consumo, que se dá tanto através da oferta de bens (por meio do comércio eletrônico e da publicidade), quanto no que se refere a tendências, comportamentos, novidades, identidades, fantasias, desejos.

Nessa perspectiva, em estudos sobre consumo midiático, interessa saber o que os indivíduos consomem da mídia, a maneira com que se apropriam dela e o contexto em que se envolvem com ela. Conforme Silverstone (2005), as questões referentes ao consumo midiático estão centradas em duas questões principais: (1) como o contexto é capaz de afetar

a experiência da mídia e (2) como a experiência da mídia é capaz de afetar as percepções que o próprio indivíduo tem de si e do mundo. Temos, assim, duas importantes questões para pensar o consumo midiático dos jovens nesse Brasil Profundo: (1) como percebemos essa diferente realidade de acesso aos meios de comunicação - tanto em aspectos culturais quanto nas condições de infraestrutura oferecida pela cidade; e (2) como esses jovens absorvem (ou repelem) esse conteúdo e constroem suas subjetividades, especialmente em um contexto no qual temos um consumo midiático que se inicia na mídia tradicional e repercute nas mídias sociais.

O foco é detectarmos formas diferenciadas de apropriação dos dispositivos móveis, e como isto pode repercutir em transformações nos modos de consumo a partir da inclusão digital dos jovens brasileiros. Nesse nosso público-alvo, temos uma parcela da população que, de acordo com dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), já estaria dando sinais dessas transformações uma vez que a preferência por assistir televisão tem caído, enquanto a opção por acessar a internet cresceu em 25%. Questionamos assim quais as referências de veículos e comunicadores (locais e nacionais) desses jovens nordestinos do interior, onde há restrição no acesso a determinados meios.

Compreender o consumo midiático nesse momento atual brasileiro considerando as particularidades desse processo atual apontado por Jenkins (2009), na qual os aspectos associados à recepção dos meios estariam em mudança sobretudo nos modos como os usuários se engajam em torno do conteúdo consumido, já que ganham a possibilidade de participar do processo comunicacional através do engajamento com as suas redes sociais e na produção de conteúdo gerado pelo usuário (JENKINS, 2009).

A partir desse conceito, entendemos que o consumo midiático dos jovens brasileiros estaria passando por transformações se levarmos em consideração o conteúdo que perpassa por múltiplos canais midiáticos, como um fluxo capaz de convergir as mídias já tradicionais com as mídias digitais; percebemos, assim, um comportamento de migração de públicos. Cabe-nos então questionar, quais as particularidades dos jovens do interior nordestino no acesso às tecnologias digitais em consonância com essa mídia tradicional.

Entendemos estar diante de um contexto de consumo midiático marcado pelo que Jenkins (2009) caracteriza como de convergência midiática, capaz de perpassar tanto aspectos associados a forma de apropriação dos jovens dos conteúdos dos meios quanto pelas

variáveis tecnológicas envolvidas - redes de comunicação e plataformas voltada à interação mediada pelas tecnologias digitais.

Essas formas de agregação social interessam os grandes conglomerados midiáticos, podendo inclusive criar canais alternativos ou até mesmo complementares àqueles veiculados nos meios de comunicação de massa. Observamos ainda, em nosso corpus empírico, um especial interesse na exposição de informações de si mesmo para as redes egocentradas nos mais diversos canais digitais, como parte desse processo de exercer performances para uma audiência presumida.

Nesse aspecto, temos uma produção de conteúdo voltada à disseminação de informações dos usuários jovens capaz de proporcionar uma experiência diferenciada com os meios de comunicação se compararmos com o consumo cultural ocorrido em ocasiões anteriores – quando não tínhamos esse contexto de convergência com os meios digitais. Tal experiência pode, em um segundo nível, proporcionar aquilo que Jenkins (2009) entende como uma cultura participativa. Trata-se de uma produção de conteúdo na qual diferentes canais midiáticos operam, complexificando a experiência do consumo e integrando diferentes meios.

O consumo cultural é entendido aqui como reflexo de um momento na sociedade contemporânea, na qual estaríamos presenciando a estruturação de uma cultura de consumo (CANCLINI, 2013), cujos valores associados ao consumo passam a invadir outras esferas da sociedade, interferindo na forma como as pessoas se apropriam dos dispositivos de comunicação. Como podemos perceber os efeitos da indústria cultural na hibridização da cultura, especialmente com as mídias sociais, em que temos em relação o popular e o erudito, o regional e o nacional, o folclore e a cultura de massa.

Esses efeitos podem ser presenciados nessa cultura de consumo porque, em busca de um estilo de vida, os indivíduos estariam impelidos a construir, sustentar e negociar representações de si, lançando mão, de maneira estratégica, de uma variedade de recursos materiais e simbólicos (SLATER, 2002). A exemplo das ambiências digitais, com os mais diversos recursos provenientes das plataformas de comunicação disponíveis aos jovens - que nessas ambiências assumem a função de usuários.

Tendo em vista as articulações sociais nessas ambiências digitais, nossa pesquisa trata do consumo cultural nos jovens inseridos nesses sites e aplicativos promotores de redes sociais na internet. Isso porque estaríamos presenciando um contexto interacional peculiar, onde a possibilidade de compartilhar as informações veiculadas pela mídia de massa faz emergir aquilo que Fausto Neto (2010) aponta como uma zona nova, a qual, embora não haja contornos claros, pode ser analisada pelas dinâmicas nela geradas.

Cabe-nos então refletir como a indústria cultural existe em paralelo com a cultura popular no interior nordestino - especialmente se podemos perceber diferenças no consumo cultural do jovem nordestino da capital e do interior. Ainda, a reflexão perpassa também um comparativo de como é percebido o uso desses dispositivos móveis por diferentes grupos sociais, especialmente entre gerações.

Boyd (2014) entende que onde alguns pais ou parentes de outras gerações – tios, avós, primos mais velhos, dentre outros – enxergam apenas uma relação aparentemente “fria” com telas e interfaces ou um isolamento causado pela sedução dos dispositivos móveis, seus filhos enxergam o contrário as potencialidades desses dispositivos na conexão com seus pares. Nesses serviços digitais promotores de redes sociais, os mais jovens se apropriam por meio de seus dispositivos móveis e conseguem criar cenários de interação em paralelo com a copresença física - operando assim de forma complementar. Tal apropriação pode gerar incompreensão por parte de outras gerações, chegando a associar o uso a um vício, descontrole ou até o desenvolvimento de uma patologia.

Podemos também inferir que a adoção do uso desses dispositivos móveis é também um expediente utilizado pelos jovens para dificultar o acesso a informações privadas para eles por parte dos familiares – em especial os pais. Situações de vigilância externa, ainda que tencionem a rotina de utilização, podem ocasionar a formação de estratégias de uso. Plant (2002) apontou em uma pesquisa anterior que os jovens japoneses usam seus dispositivos móveis para dificultar o escrutínio dos pais em suas vidas.

Por outro lado, temos o caso dos dispositivos promoverem expectativas aos jovens para o uso contínuo, em várias situações, o que eles próprios muitas vezes tentam se policiar para evitar desconfortos com aqueles em copresença. Para Licope e Heurtin (2009) o simples fato de transportar um dispositivo móvel gera no usuário a expectativa de estar imediatamente disponível para quem pode ligar ou interagir por meio desses serviços digitais

promotores de redes sociais. Essa realidade pode gerar conflitos situacionais acerca do que é permitido ou não nos encontros envolvendo dispositivos móveis.

Em nossa pesquisa, questões associadas a esse uso nos pareceram relevantes de investigar pois os estudos geralmente tendem a considerar contextos de centro urbanos, onde o uso dos dispositivos pode operar como o único meio capaz de promover as interações com as redes sociais dos jovens. Tal fato ocorre em um contexto onde, conforme os relatos trazidos por Boyd (2014), existe uma impossibilidade da interação dos jovens em copresença, pois aqueles que detêm a moratória – pais e responsáveis - temem o deslocamento desses jovens nesses centros urbanos. Este temor ocorre por vários motivos: pela sensação de insegurança na cidade, pelos custos envolvidos no deslocamento para outros bairros e cidades, pela desconfiança dos pais e responsáveis nas amizades construídas pelos jovens.

No caso da cidade de Amparo de São Francisco, estamos lidando com uma realidade diferente, pois tais temores supracitados aparecem em menor escala devido ao número de moradores - que traz a sensação de "todos se conhecerem"; à área total da cidade - facilitando o deslocamento - e o baixo índice de violência se compararmos com outras cidades do país - trazendo assim uma sensação de segurança. Tais fatores nos pareceram relevantes para refletirmos sobre o uso desses dispositivos em um local com contornos tão diferentes daqueles geralmente considerados nos estudos.

No próximo tópico iremos detalhar os procedimentos metodológicos, que, no geral, foram importantes para a compreensão mais aprofundada do fenômeno, a partir da observação participante e análise de dados secundários e de relatos dos moradores e lideranças da região, uma série de entrevistas com jovens de 18 aos 24 anos, discussões de grupo, produções fotográficas e, por fim, a edição de um vídeo-documentário.

3. Procedimentos Metodológicos

Nesta fase do projeto “Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo”, a equipe de Sergipe realizou um estudo com caráter etnográfico na zona urbana da cidade de Amparo de São Francisco e na comunidade rural quilombola de Lagoa dos Campinhos, formada por quatro povoados: Lagoa Seca, Pontal dos Crioulos, Serraria e Pontal. Nos próximos subtópicos apresentamos cada um dos procedimentos, bem como as etapas da pesquisa em que cada um estiveram localizados.

3.1. Etapas da Pesquisa

A pesquisa que está sendo apresentada neste artigo, é fruto de um trabalho que está sendo realizado desde 2012, e como esse texto se propôs a apresentar todo o processo, tornou-se importante apresentar as etapas anteriores da pesquisa. De início, abaixo (Tabela 1) destacamos cada etapa com as principais ações anteriores a essa pesquisa, que foram importantes para a delimitação do corpus empírico:

Tabela 1: ações anteriores ao estudo realizado em Amparo de São Francisco. Fonte: pesquisa de campo.

| Ações anteriores |
|--|
| 1ª etapa: Dados dos jovens da Capital A partir dos dados da pesquisa “Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência” entre 2012-2014, foi possível identificarmos hábitos dos jovens da capital de Sergipe. |
| 2ª etapa: Análise dos Jovens do Interior A partir da pesquisa “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática” que teve como objetivo “traçar um panorama geral das práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais dos jovens do Estado Sergipano”, essa pesquisa que contou com o apoio do CNPQ, adentrou em cidades do interior de Sergipe, e a partir dessa observação durante 2013-2015 foi possível também observar a necessidade de aprofundar ainda mais o estudo no “ Brasil Profundo” proposto pela professora Nilda Jacks. |

Apresentamos em seguida (Tabela 2) as etapas relacionadas ao estudo realizado em Amparo de São Francisco, compreendendo do planejamento até a execução - nas visitas à cidade e na codificação dos dados obtidos no contato com os jovens e com demais moradores do local.

Tabela 2: ações do estudo realizado em Amparo de São Francisco. Fonte: pesquisa de campo.

| Ações desse estudo |
|---|
| 3ª etapa: Revisão bibliográfica e consulta a fontes de dados secundários |

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

Além da bibliografia apresentada no referencial teórico, foi possível também se fazer uma busca de dados relacionados a demografia, cultura, economia, saúde, etc da localidade. Esse trabalho foi realizado no período de Janeiro até Julho de 2016.

4ª etapa: Planejamento da coleta de dados primários

No mês de Agosto de 2016, a equipe planejou a ida a campo, fazendo contatos anteriores com personalidades chaves da região.

5ª etapa: Coleta de dados e materiais de pesquisa na cidade de Amparo de São Francisco

Nas três visitas realizadas na localidade, os participantes da equipe, fizeram diários de campo com as suas observações, esse trabalho de relatório diário, era realizado sempre ao final de cada dia de pesquisa. Além disso, foram entrevistados moradores e lideranças da região que não estavam dentro da margem de idade da pesquisa, além das entrevistas realizadas com dez jovens de 18 aos 24 anos, além de quatro discussões de grupo e também um trabalho cultural de produções fotográficas e da realização de um vídeo-documentário.

6ª etapa: Organização de todo o material coletado

Durante os meses de Março e Abril de 2017, as entrevistas e os grupos focais foram transcritos e analisados pela equipe, além disso, foi organizado o registro fotográfico e editado o vídeo documentário.

7ª etapa: Sistematização contínua do material coletado e avaliação e registro dos resultados

A partir da análise dos dados coletados, a equipe iniciou um trabalho de revisão das informações colhidas, a partir da Análise de Conteúdo proposta por Bardin (1977) com a criação de 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). e da discussão com autores-chaves escolhidos para a análise.

8ª etapa: Elaboração das conclusões do trabalho e redação final dos textos

No período de Maio e Junho de 2017, o grupo preparou três textos, um enfocando parte dos resultados das entrevistas “ Consumo Midiático em um Brasil profundo: uma incursão no interior sergipano” apresentado no GP América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais do Intercom

de 2017, e um segundo texto, com a visão dos bolsistas de IC sobre a experiência com os grupo de discussão, também apresentado no Intercom Nacional e intitulado “A menor cidade do menor estado: Particularidades do consumo midiático na vida do jovem do interior de Sergipe”. A partir dessas reflexões anteriores, chegamos a um texto final, que está sendo aqui apresentado, onde a ideia é explanar de maneira unificada, todas as experiências vividas nesse processo de aprofundamento de campo.

3.2 Pesquisa de Caráter Etnográfico

Partindo da visão de Angrosino (2009), buscou-se neste trabalho, permanecer por certo período na localidade, entendendo os hábitos e o modo de vida da população, especificamente a mais jovem, embora pessoas com outras faixas etárias tenham sido entrevistadas e observadas. Foi definido como instrumentos de coleta de dados as entrevistas não estruturadas com jovens de 18 a 24 anos e com lideranças do local, que foram realizadas com o objetivo de encontrar respostas para os questionamentos iniciais da pesquisa que estavam associados as práticas de consumo, as redes mais consumidas, as motivações e também o perfil sócio demográfico e econômico dos entrevistados.

A ideia de buscarmos vários métodos qualitativos de pesquisa, esteve associada a visão de mulfitatorial de Angrosino (2009), quando o autor, avalia as diversas possibilidades de uma pesquisa etnográfica , no caso específico deste trabalho, buscou-se integrar além das entrevistas não estruturadas, a observação participante individual de cada membro da equipe, para que ao final de cada de dia de pesquisa, os integrantes pudesse criar de maneira dialógica um relatório. Esses relatórios, juntamente com as informações oriundas das entrevistas e das discussões de grupo serão apresentadas ao longo do trabalho de análise.

3.3. Entrevistas não estruturadas

Durante o processo de planejamento de pesquisa, alguns pré-testes foram realizados com propostas de roteiro de entrevista, durante a discussão, também avaliamos a possibilidade de trabalharmos com entrevistas estruturadas ou não. Em relação às entrevistas, na visão de Minayo (2002, p. 58)

Em geral, as entrevistas podem ser estruturadas e não-estruturadas, correspondendo ao fato de serem mais ou menos dirigidas. Assim, torna-se possível trabalhar com a entrevista aberta ou não-estruturada, onde o informante aborda livremente o tema

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

proposto; bem como as estruturadas que pressupõem perguntas previamente formuladas. Há formas, no entanto, que articulam essas duas modalidades, caracterizando-se como entrevistas semi-estruturadas.

Neste trabalho, optou-se pelas entrevistas não-estruturadas, sendo que a escolha por esse tipo de entrevista se deu pela necessidade de explorar mais livremente determinadas questões. É importante mencionar que todos os procedimentos foram gravados e transcritos pela equipe do PROCAD em Sergipe e que a partir do roteiro criado, foram realizadas as entrevistas com os jovens e líderes do local. As entrevistas ocorreram durante todos os dias de visita ao local, sendo abordado os jovens de 18 a 24 anos da cidade de Amparo de São Francisco, do povoado Lagoa dos Campinhos e com líderes dos locais visitados. Por conseguinte, foi realizada as discussões de grupo, sendo estas compostas por jovens evangélicos, estudantes com idade inferior ao proposto pela pesquisa, além da professora da escola localizada na comunidade Crioulo, e com líderes religiosos, como o padre que realiza missas em Amparo de São Francisco e nas comunidades pesquisadas, e com o pastor da cidade.

3.4. Discussões de grupo

As discussões de grupo foram realizadas em uma escola estadual tanto com alunos do ensino normal, como alunos do EJA, em uma comunidade rural com líderes da região e finalmente em uma igreja evangélica. Neste procedimento, utilizou-se o mesmo roteiro de temas das entrevistas não-estruturadas, embora tenhamos considerado as peculiaridades de uma discussão com um grupo de pessoas e a formulação das questões tenham se apresentado de uma maneira diferenciada. Ou seja, embora tenhamos optado por debater os mesmos temas das entrevistas individuais, as questões foram lançadas a partir de uma discussão mais adequada para um grupo de pessoas.

3.4.1. Perfil dos grupos

Nas discussões de grupo visando a obtenção de informações relevantes para traçar um perfil consistentes dos jovens de Amparo de São Francisco, se deu a partir de reuniões com jovens de grupos específicos, que unem-se à partir de objetivos em comum, como religião e grau escolar. Foram realizadas, ao todo, quatro entrevistas nesse formato, sendo que para os fins desta pesquisa utilizaremos apenas três, que são: (1) “Discussão de grupo com jovens do

EJA”, (2) “Discussão de grupo com jovens do Colégio Estadual Manuel Joaquim Oliveira Campos” e (3) “Discussão de grupo com jovens evangélicos” por cumprirem os requisitos de idade previamente indicados.

No primeiro grupo, temos os jovens que estudam em Amparo de São Francisco, no programa de Educação para Jovens e Adultos (EJA), no período matutino. Quatro deles afirmaram ter 19 anos, e um 18. A partir das respostas, traçamos um perfil demográfico e de consumo.

No segundo grupo, temos os estudantes do Colégio Estadual, que estão cursando o último ano do ensino médio. Todos afirmam possuir vontade de realizar um curso de nível superior, complementando com a afirmação por parte deles, de que a cidade não oferece nenhuma perspectiva de crescimento profissional e educacional. Porém, apesar disso, após a conclusão do curso, a maior parte dos jovens afirmou desejar voltar para Amparo. Apenas um deles possui vínculo empregatício.

Por fim, no terceiro grupo temos jovens evangélicos, frequentadores da Assembleia de Deus, residentes de Amparo de São Francisco; a escolha desse grupo se com base na nossa observação empírica e nos relatos dos moradores acerca do papel da religião no local, capaz de ser um demarcador que refletiria no cotidiano dos jovens, inclusive como consumidores. Neste grupo, as idades variam entre 18 e 23 anos.

3.4.2 Observação participante com registros em Diários de Campo

Como forma de complementar as informações do local e as observações feita por cada integrante, após cada dia da pesquisa de campo todos elaboravam individualmente o seu diário de campo, contendo informações sobre o que cada um observou do local e do modo de vida dos moradores, sendo esse diário um dos instrumentos de coleta utilizados na pesquisa, para a criação desse quadro da realidade socioeconômica e aspectos da cultura local em um sentido mais amplo.

Através da criação do diário de campo, foi possível destacar os hábitos dos moradores do local em vários aspectos: o que se alimentavam, quais as rotinas diárias de trabalho, quais locais costumavam frequentar nos momentos de lazer - com amigos e com a família - dentre outros aspectos. Além de ser uma forma de reafirmar o que ocorreu durante os dias de pesquisa, os diários foram também um instrumento importante em nossa experiência com a

comunidade local, relatando um pouco desse nosso contato com os jovens e com os demais moradores do município.

3.5. A descrição das visitas

Na primeira visita, realizada pela equipe Procad-SE, atentou-se ao objetivo específico, direcionando a atenção dos pesquisadores para os jovens. Na segunda visita, foram realizadas algumas imagens para o curta que produziu-se com os líderes da comunidade quilombola, sendo esse um dos itens que compõem a primeira fase da investigação.

Na terceira visita, realizada após a reunião nacional do Procad, crucial para a obtenção de informações restantes, tendo sido realizadas entrevistas com moradores chaves, para ajudar a entender melhor a dinâmica da cidade em questão. Assim, no geral, foi-se à campo com o objetivo de investigar as práticas de consumo midiático dos jovens de 18 a 24 anos, de uma cidade que fosse distante da capital, não apenas em quilometragem, mas que recebesse pouca ou quase nenhuma influência da mesma. Apresentamos abaixo, de maneira mais detalhada, quais as ações executadas pela equipe de Sergipe do projeto.

3.5.1. Primeira e segunda visitas

A primeira visita foi realizada no mês de setembro de 2016, entre os dias 23 e 26. Para a realização dessa, a equipe dividiu-se para que permaneça quatro dias em Amparo de São Francisco: foram três integrantes nos primeiros dois dias (sexta e sábado), uma das integrantes permaneceu na cidade, por possuir familiares no local e os outros três integrantes permaneceram mais dois dias (domingo e segunda). Ou seja, cada integrante passou, nessa primeira visita, dois dias na cidade, com exceção de uma que permaneceu os quatro dias.

Nessa focou-se no nosso *corpus* empírico, que eram os jovens de 18 a 24 anos. Aplicou-se entrevistas abertas nos três primeiros dias, sendo que nos dois primeiros dias essas foram efetuadas na cidade, e no terceiro dia, teve-se acesso a comunidade quilombola, o que foi viabilizado através de uma conversa com um dos líderes do quilombo Lagoa dos Campinhos, o que nos permitiu que abrissemos a nossa pesquisa também para a comunidade.

No quilombola, foram entrevistados jovens da comunidade, e conversou-se superficialmente com os líderes do quilombo, que contaram as histórias de luta até a

oficialização da comunidade como quilombola. No último dia ocorreu a visita a escola estadual da sede da cidade, onde conversou-se com jovens abaixo do recorte de idade da pesquisa, o que contribuiu para o aprimoramento do roteiro de entrevista utilizado nas visitas seguintes.

Após a volta de todos os integrantes para a capital, foi iniciada a pesquisa de dados oficiais sobre que fora relatado, possibilitando o desenho de um quadro mais geral da situação do município. Após a pesquisa dos dados oficiais, a equipe retornou para retratar a comunidade Lagoa dos Campinhos em audiovisual, com entrevistas gravadas dos líderes quilombola, de manifestações religiosas e da comunidade como um todo.

3.5.2. Terceira visita

Após a reunião nacional do Procad, em outubro de 2016, alguns ajustes foram sugeridos e ficou decidido que voltaríamos à cidade de Amparo de São Francisco para obter mais informações relacionadas à cidade e a população em geral, como por exemplo: educação, religião, economia, perspectiva de vida dos jovens, relação com a família.

Para tal, voltamos à cidade em fevereiro. No dia 5 de fevereiro, foram dois integrantes da equipe, onde novamente foi realizada a observação do último dia das festividades da santa padroeira da cidade. Os dois integrantes observaram o comportamento das pessoas que estavam na festividade à beira do Rio São Francisco, conversaram com informantes-chave e aplicaram entrevistas não estruturadas mais longas com dois jovens nos dois primeiros dias da visita, retornando à capital no segundo dia.

Nos dias 8 e 9 de fevereiro, o restante da equipe se deslocou para Amparo de São Francisco para fazer outros levantamentos através de conversas com outros informantes-chave da região.

Assim, no geral, buscou-se informações sobre educação, segurança, economia, empreendedorismo e religião; para tanto foi feito contato com secretários da prefeitura, conselheiros tutelares e pessoas ligadas ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) para entender sobre a capacitação profissional do jovem da região. Em nossas entrevistas da primeira fase, quase todos os entrevistados afirmaram ser da religião católica, porém nos chamou atenção que em uma cidade tão pequena tivesse cinco igrejas evangélicas e não tínhamos entrevistado nenhum jovem que afirmava pertencer a tal religião.

Então, nessa segunda fase também focamos nesses jovens, a fim de traçarmos um comparativo entre os adeptos de igrejas diferentes.

Procurou-se também ter entrevistas mais longas com dois jovens que de alguma forma tivessem uma noção mais concreta dos problemas e oportunidades que a cidade poderia ter e que possuíssem uma consciência da estrutura organizacional, política, econômica, cultural e social de Amparo de São Francisco. Após a realização da visita, os integrantes do grupo anotaram em seu diário de campo as percepções acerca do local, dos moradores e da interação entre os jovens durante as entrevistas.

4- Resultados

Apresentamos neste tópico, de maneira resumida, uma reflexão acerca da pesquisa com os jovens do Brasil Profundo, centrando aqui nossa análise nos discursos oriundos das entrevistas e das discussões de grupo. Sendo assim nos próximos parágrafos trazemos os resultados do trabalho de codificação e análise dos dados apresentados, explorando com base em alguns pontos considerados na composição do quadro dessa realidade de consumo midiático dos jovens de Amparo de São Francisco.

Dentre as considerações gerais que ora podemos apontar, percebemos que os jovens participantes da pesquisa são extremamente ativos na internet, engajando-se principalmente através de sites de redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis; ainda, acrescentamos que eles têm forte dependência cultural e econômica de cidades maiores de dois estados. Em Sergipe temos em destaque Aracaju - a capital onde possuem parentes ou se mudam em busca de trabalho - e Propriá - a maior cidade da região, oferecendo um comércio local para consumo, oportunidades de trabalho e de estudo no ensino superior; já em Alagoas temos Penedo em destaque, por ser próxima da região e o sinal de algumas emissoras de rádio dessas cidades chegar em Amparo de São Francisco.

4.1. Entrevistas com os jovens: questões chave codificadas

Entre os jovens entrevistados, somente um já concluiu o ensino superior, três estão graduação em andamento, um deles não chegou a concluir o ensino médio, e outros três interromperam os estudos após a conclusão do ensino médio, nas entrevistas, foi possível perceber que a educação formal não é algo tão relevante para esses jovens. Somente dois

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

desses jovens realizam algum tipo de atividade remunerada no município, um deles abriu o próprio negócio e os demais estão esperando por alguma oportunidade de emprego. No tocante a atividade econômica, foi possível perceber que esses jovens estão bem desmotivados com as possibilidades em Amparo de São Francisco, e também não ambicionam um futuro muito diferente das gerações passadas. No geral, o jovem Amparense entrevistado, tem como ocupação empregos subalternos (bicos), não tem tanta preocupação com relação a sua formação profissional e a maior parte ainda recebe ajuda dos pais.

A maioria dos jovens, se declarou católico, ou ao menos dizem que costumam frequentar a igreja, tendo apenas um deles afirmando ser ateu. Algo que chamou a atenção do grupo, foi que dos dez jovens entrevistados, nenhum afirmou ser evangélico, ao mesmo tempo, que várias igrejas evangélicas foram observadas na cidade, algumas delas com bastantes jovens em suas dependências.

Entre todos os que foram entrevistados, somente o jovem que abriu o seu próprio negócio tem o interesse de permanecer na cidade, os demais declararam a intenção de mudar de cidade, seja para, Aracaju ou Propriá, isso porque eles acreditam que em Amparo é mais difícil alcançar objetivos profissionais, conseguir fazer uma faculdade, estudar para concursos públicos, deixando evidente a percepção deles sobre a falta de oportunidade que a cidade oferece.

Em relação às práticas de consumo midiáticas desses jovens, todos afirmaram fazer uso da internet para utilizar das mídias sociais, cinco deles também mencionaram usar bastante os sites de pesquisa, assistir filmes e séries. Alguns dizem passar todo o dia utilizando a internet, a maioria fazia uso de 3 a 12 horas por dia, e apenas um respondeu que passa pouco tempo na internet, fazendo o uso dela por apenas alguns minutos durante o dia. Podemos perceber então que, embora estejamos lidando com um contexto no qual os jovens consomem grande parte do conteúdo através das mídias sociais em seus dispositivos móveis, os referenciais de artistas - e, em última instância, de celebridades - continuam sendo aqueles que constroem sua fama nos meios de comunicação tradicionais (de massa).

De maneira geral, a maior parte dos jovens afirmou que passa uma boa parte do seu tempo, criando seus próprios conteúdos na internet, mesmo que isso signifique apenas tirar *selfies* ou mesmo simples mensagens políticas para grupos rivais da cidade. Os jovens de Amparo, estão bem ligados com questões relacionadas a política partidária, pois segundo relatos ouvidos, a maioria dos empregos da cidade, estão associados diretamente a prefeitura,

devido a quase inexistência de iniciativa privada na região. De maneira geral, os jovens demonstram ter uma grande noção da importância da valorização da cultura local, algo que aponta para o pertencimento ao Local, embora tenha ficado claro, que essa noção de pertencimento esteja muito associada as questões políticas, ao longo do trabalho, não foi observado um conflito de gerações por parte dos jovens de Amparo.

Esses jovens costumam utilizar o celular em todos os momentos dos seus dias, portanto é possível afirmar que ele possui sempre um aparelho que é capaz de mantê-lo conectado o tempo inteiro, sendo que muitas vezes não o fazem, simplesmente pela falta da internet que é bem precária na região. Os jovens afirmam utilizar o celular enquanto estão assistindo televisão, usando os seus computadores, escutando rádio (tanto em aparelhos convencionais como no próprio celular) e quando lêem livros, o que demonstra que esses jovens basicamente passam o dia inteiro conectados com os seus aparelhos.

Os jovens entrevistados nessa etapa do Brasil Profundo, demonstram ter hábitos de consumo bastante parecidos com os jovens das capitais investigados entre 2012 e 2014, embora guardem algumas particularidades, tais como: Pouca ambição profissional associada a quase inexistência de empregos, baixa preocupação com a educação, poucas ações empreendedoras, forte religiosidade e grande conectividade, principalmente em suas presenças nas redes sociais. Esses jovens, basicamente passam todos os momentos com o celular, que é o principal dispositivo de recepção, emissão e compartilhamento de mensagens.

4.2. Discussões de grupo: análises dos temas

Já para a análise das discussões em grupo, foi proposta uma divisão sobre as 23 temáticas já apontadas nos procedimentos metodológicos, após a transcrição e decodificação das respostas para as questões que foram levantadas. A partir dessas categorias, foi possível identificar alguns eixos estruturantes, o primeiro foi o contexto socioeconômico do acesso, onde foi possível perceber na fala dos jovens, que a renda dos mesmos é basicamente proveniente de sua família, pois a maioria dos participantes dos grupos de discussão tem como tarefa principal os estudos, já que poucos trabalham. Essa informação já havia sido colhida nas entrevistas individuais e foi reforçada nos grupos focais. E quando se discutiu os canais de interlocução, eles afirmaram só existir diálogo quando estão juntos na escola, e que

por não haver muitas opções de lazer na cidade, a internet acaba sendo acessada também como uma forma de diversão, onde eles podem buscar conteúdos para se distrair durante o seu dia. Essa ideia de distração, foi a tônica apresentada nos grupos de discussão, pois ficou visível que os jovens interpretam a rede muito mais como um espaço de lazer, do que um espaço educacional ou mesmo de relacionamento profissional.

O segundo tema foi sobre as características do acesso, aqui foi possível perceber que os dispositivos móveis - *smartphone* e aparelhos celulares – são os mais utilizados pelos jovens, reforçando as respostas dos jovens que foram entrevistados. A maioria dos acessos também só é possível através de redes móveis, já que devido às condições socioeconômicas dos mesmos, a maioria dos jovens não têm acesso a *Wi-Fi* em suas residências. Em relação à frequência de acesso também tivemos um reforço do resultado obtido nas entrevistas, já que eles afirmaram estarem conectados na internet por várias horas diárias.

Outra temática foi a de consumo dos meios, onde foi possível perceber um menor uso das mídias tradicionais pelos jovens. A leitura de jornais e revistas, por exemplo, quase não ocorre, e quando citados, afirmam realizar essa leitura pelo meio digital. O rádio é outro meio que nas discussões mostrou que não atrai muito o interesse dos jovens, e em sua maioria é consumo como plano de fundo para outras atividades, ou seja, o rádio pode até estar ligado, mas não atrai muito a atenção dos jovens.

Em relação a Televisão, embora tenha perdido audiência, continua tendo forte penetração para os jovens investigados, que citam os canais abertos mais conhecidos como Globo, SBT e Record e também canais fechados de filmes como Telecine e HBO, além do Netflix que é citado por alguns jovens.

A última temática analisada foi sobre o consumo e produção de conteúdo em redes sociais na internet. Aqui foi possível perceber que o *Facebook* e o *WhatsApp* são mídias sociais mais utilizadas, contando com adesão total entre eles. O *Twitter* e o *Snapchat* são pouco mencionados por esses jovens. Os conteúdos seguidos apontados pelos jovens das discussões em grupo são muito semelhantes dos jovens entrevistados, ou seja, cantores, atores, artistas, sendo mencionado também alguns *youtubers*.

Considerações finais

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

Diante da pesquisa realizada e dos dados obtidos, acreditamos ter sido capazes de compor um quadro da região. As investidas ao campo ocorreram em grupos que visitaram Amparo de São Francisco para coletar dados com vistas a produzir os mais diversos conteúdos: entrevistas, relatórios, registros fotográficos, produção audiovisual e diários de campo. Porém, não podemos deixar de mencionar aqui os dados obtidos por meio de informações coletadas de diálogos, muitas vezes, informais; e dos dados secundários oriundos de fontes oficiais - embora sejam de fontes estaduais ou nacionais, pois em vários aspectos a cidade não produz dados oficiais ou estão atualizados.

Amparo de São Francisco nos foi apresentada como uma cidade com um alto percentual de famílias de baixa renda, recebendo menos de um salário mínimo e tendo benefícios oriundos do governo federal como fundamentais na renda familiar. Porém, os jovens possuem um forte senso de pertencimento ao ecúmeno, mesmo que não vislumbrem grandes perspectivas profissionais ao permanecerem na cidade pesquisada.

Nesta, percebemos que os jovens participantes da pesquisa são ativos nas mídias sociais, pois utilizam com grande frequência, durante várias vezes ao dia e nas mais diferentes situações: em casa, no trabalho, no colégio e na faculdade. A menor oferta por serviços de telefonias ou de redes de Wi-Fi não foi um limitador, visto que eles utilizavam de forma criativa o espaço público para obter o acesso - como nas redes de Wi-Fi oferecidas pela Prefeitura. As restrições associadas ao uso eram mínimas, e ocorrem mais quando era solicitado para eles uma atenção focada em determinada atividade - seja em uma aula ou em uma interação em copresença com seus amigos.

O acesso a essas mídias sociais é principalmente através do telefone, dispositivo apontado por Jenkins e Green (2014) como um locus privilegiado para essa convergência midiática. Destacamos aqui também a centralidade do *Facebook* nesse processo de consumo, pois seu uso foi unânime e sempre relatado como capaz de oferecer conteúdo o mais variado, como também capaz de dispor de recursos para a interação com grupos sociais e de maneira individual - através das mensagens privadas ou nos perfis dos usuários.

Além do *Facebook*, nosso público-alvo se engaja nas ambiências digitais principalmente através de sites de redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis, sendo um consumo cultural fortemente ligado ao entretenimento e ao esporte - em particular o futebol -, por meio do compartilhamento de publicações da sua rede egocentrada e de piadas e "memes". Sendo assim, entra em um segundo plano conteúdos noticiosos.

Além do compartilhamento de conteúdos produzidos por terceiros, não podemos deixar de destacar aqui a fotografia como um importante vetor de interações sociais para os jovens, visto que as imagens de si compartilhadas em serviços como o *Instagram* foram lembrados pelos jovens. Aqui, há um latente interesse em querer ver e ser visto nesses sites e aplicativos, nutrindo uma faceta desse consumo midiático voltado à promoção de si nesse contexto contemporâneo.

Ainda, percebemos nesse contexto de consumo midiático como os meios de massa tradicionais são percebidos com contornos diferentes por esses jovens, que não se sentem identificados com essas celebridades da televisão - por apontarem celebridades da internet e *youtubers*. A referência que fazem ao ato de "assistir televisão" é outra questão relevante de apontarmos, pois os jovens entendem como uma prática diferente quando assistem séries pela internet - sejam em serviços de *streaming* ou em arquivos obtidos através do *download* em sites ou outros serviços.

Pudemos perceber, no que tange a um conflito de gerações, como os parentes mais velhos concebem o uso como excessivo desses dispositivos móveis por parte dos jovens, trazendo uma conotação negativa - associada a um tipo de "vício" muitas vezes. Podemos inferir que tal conotação pode estar associada a um expediente adotado por esses jovens para dificultar o escrutínio dos parentes, pois estes relatos foram recorrentes em nossos dados.

Em nosso trabalho, o enfoque no consumo midiático dos jovens foi o expediente para conhecer outras formas de relação com os dispositivos digitais, uma vez que percebemos ocorrer simultaneamente e de forma entrecruzada através da convergência midiática - proporcionada pelos dispositivos móveis e os seus canais promotores de redes sociais. Pretendemos ampliar a reflexão do consumo nesse "Brasil profundo" para a microrregião de Propriá, na qual a própria cidade de Amparo de São Francisco está inserida e mais outras nove cidades. A ideia é detectarmos (ou não) a recorrência desses aspectos vinculados ao consumo midiático em uma área com maior abrangência populacional em Sergipe. Estudos semelhantes estão em curso em todo o Brasil, através do mesmo projeto.

Referências

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho, 2ª ed. São Paulo: Alta Books, 2008.

ANGROSINO, Michael. *Etnografia e observação participante*. 1ª ed Porto Alegre: Artmed, 2009.

ASSIBERCOM

Associação Ibero-Americana de Pesquisadores da Comunicação
XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 16 a 18 de novembro de 2017

BATALHA, Guillermo. **Mexico Profundo**: Una Civilización negada. Cidade do México: Grijalbo, 1989.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Edições 70: Lisboa, 1977.

BOYD, Danah. **It's complicated**: The social lives of networked teens. Londres: Yale University Press, 2014.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: Estratégias para entrar e sair da modernidade. 5ª ed. São Paulo: EDUSP, 2013.

_____. **El consumo cultural en México**. México: Grijalbo, 1993.

_____. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2013.

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. In: *Alceu*, v. 10(20), p. 55-69, 2010.

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.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2009.

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA. Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: SECOM, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>> . Acesso em outubro de 2017.

PLANT, Sadie. **On the Mobile**: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life. Libertyville (IL): Motorola, 2002. Disponível em http://www.momentarium.org/experiments/7a10me/sadie_plant.pdf . Acesso em outubro de 2017.

SANTOS, André Marengo André Marencodos. **Topografia do Brasil profundo: votos, cargos e alinhamentos nos municípios brasileiros. Opinião pública**, Campinas, v. 19, n. 1, p. 1-20, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v19n1/v19n1a01.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2017.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. 1ª ed São Paulo: Nobel, 2002.

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.