

## Caminhos metodológicos da pesquisa “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”: Uma experiência no interior nordestino

Matheus P. M. Felizola<sup>1</sup> Vitor Braga<sup>2</sup> e Jane Marques<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, Brasil.

contato@matheusfelizola.com.br; <sup>2</sup> Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, Brasil. vtorbragamg@gmail.com <sup>3</sup> Professora Livre Docente do curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo, Brasil. janemarq@usp.br

**Resumo.** Este artigo apresenta os caminhos metodológicos do projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, realizado entre 2015 e 2019 na Microrregião de Propriá, interior de Sergipe, Brasil. As experiências científicas perpassaram por um processo iniciado com os projetos “Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência” (2012-2014) e “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática” (2013-2015). No tocante às escolhas metodológicas, coletamos dados secundários econômicos, sociais, políticos, históricos e geográficos das cidades amostradas, e estudamos o consumo cultural e de convergência midiática. Realizamos entrevistas semiestruturadas em profundidade com jovens de 18 e 24 anos, e com líderes de opinião, além de observação-não participante, grupos de discussão, diários de campo e registros fotográficos e vídeos. Dentre os resultados, percebemos que esses jovens são ativos nas mídias sociais, especialmente por meio de dispositivos móveis em várias situações, apesar da ruim cobertura dos serviços de telefonia. Destacamos também a centralidade do Facebook e do WhatsApp para compartilhamento de conteúdos imagéticos, audiovisuais e textuais pelos entrevistados com as suas redes de contato e nas performances que adotam em seus perfis.

**Palavras-chave:** Metodologia; Etnografia; Pesquisa Qualitativa e Quantitativa, Nordeste brasileiro.

### **Methodological paths of the research "Youth and Media Consumption in Times of Convergence": An experience in the northeastern interior**

**Abstract.** The proposal of this article was to present the methodological ways of the project "Youth and Media Consumption in Times of Convergence", fulfilled between 2015 and 2019 in the Microregion of Propriá (Sergipe). The scientific experiments were part of a process started with the projects "Youth and Cultural Consumption in Times of Convergence" (2012-2014) and "Cultural consumption of Sergipe youth in times of media convergence" (2013-2015). Regarding methodological choices, we collect economic, social, political, historical and geographical information from Sergipe cities, as well as to study the state of the art of cultural consumption and media convergence. As research techniques, we conducted in-depth semi-structured interviews with young people between 18 and 24 years of age, interviews with important social actors, non-participant observation, discussion groups, field journals and records through photographs and videos. Among the results, we noticed that these youngsters are active in social media, especially through mobile communication devices in various social situations, despite the small coverage of telephony services; we also highlight the centrality of Facebook and WhatsApp in this process, in the sharing of imagery, audiovisual and textual content with their networks and in the performances adopted in their created profiles.

**Keywords:** Methodology; Ethnography; Qualitative and Quantitative Research, Northeast of Brazil.

## 1 Introdução

A partir das mudanças surgidas com a evolução das plataformas digitais, os consumidores estão mais dispostos a viver novas experiências. Com isto, além do aumento da oferta produtos e serviços, cresce também o número de conteúdos midiáticos que são 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 multiplicam, e na mesma velocidade que os sinais de internet móvel de terceira e quarta gerações (3G e 4G) avançam para as pequenas cidades do interior do Brasil.

Em nossas reflexões teóricas e dos dados coletados e analisados desde 2012, pudemos mapear o consumo midiático, o acesso à internet e uso de dispositivos móveis, a circulação de conteúdos e os fluxos comunicativos de usuários e interagentes das diversas plataformas multimidiáticas.

A decisão de investigar jovens do interior brasileiro surgiu após pesquisas de cunho empírico realizadas entre os anos de 2012-2019, inicialmente na rede Brasil Conectado 2012-2014, do avanço das discussões do projeto Programa Nacional de Cooperação Acadêmica – PROCAD (2014-2019) decidimos adentrar no Brasil Profundo, ou seja, no país do interior e da diversidade regional, onde observamos como jovens de cidades mais periféricas vivenciam as alterações na forma de apropriação de conteúdos produzidos pelos meios de comunicação de massa perante novos cenários de recepção.

A escolha da área de abrangência deste estudo esteve voltada para a necessidade de conhecer a dinâmica das “profundezas” de cidades pouco conhecidas de Sergipe, sendo assumimos a decisão de investigar a Microrregião de Propriá, composta por 10 municípios<sup>1</sup>. A partir de imersões anteriores do grupo de pesquisa, a escolha do lugar representou um marco importante de nosso estudo qualitativo, tal qual mencionado por Poupart (2010) e Stake (2011).

O objetivo deste artigo é apresentar a arquitetura de nossa pesquisa a partir de um processo evolutivo que teve duração de sete anos, perpassou três pesquisas e contou com a participação de diversos pesquisadores. Ao longo da vivência na análise do consumo cultural e recepção midiática, tivemos a oportunidade de discutir métodos, testar técnicas e instrumentos e rever nossas concepções teóricas.

## **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 das discussões da Rede Brasil Conectado<sup>2</sup>. A equipe do Grupo de Pesquisa em Marketing da Universidade Federal de Sergipe (UFS) atuou com a pesquisa na Região Nordeste.

A rede colaborativa foi composta por membros de 47 Instituições de Ensino Superior do país, entre organizações públicas e particulares, dentre as quais haviam participantes de 65 grupos de pesquisa de todos os estados, que desenvolveram a pesquisa “Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência” entre 2012-2014<sup>3</sup>. No livro denominado *Brasil em Números* (Jacks & Toaldo, 2014) ficamos responsáveis pelos dados de Sergipe. Neste foram apresentados dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais, com informações sobre a história, economia, geografia, educação, cultura, religião, renda, demografia, tecnologia, estrutura midiática tradicional e digital.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Rede de pesquisadores da área da comunicação composta por professores e estudantes de instituições de ensino superior de todos os estados brasileiros.

<sup>3</sup> O projeto teve como objetivo identificar e analisar os usos e apropriações dos recursos multimidiáticos realizados pelos jovens no país.

A partir dessa ação inicial, pudemos submeter em 2013 – enquanto Grupo de Pesquisa em Marketing –nova pesquisa agregada à Rede Brasil Conectado, intitulada “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática”, aprovado em edital do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico (CNPq)<sup>4</sup>. Este teve como objetivo traçar um panorama geral das práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais de jovens do estado sergipano. Para tanto, foi realizado um estudo comparativo tendo como corpus empírico usuários do site *Facebook* e jovens de baixa renda. Essa amostra buscou compreender ainda comparações com moradores da capital e de outras regiões do Estado. Essa primeira experiência nos proporcionou a possibilidade de adentrarmos em cidades do interior sergipano e de termos um primeiro contato com jovens habitantes de cidades do interior brasileiro.

O marco teórico desta segunda pesquisa 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; na perspectiva de Garcia Canclini (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, discutidas também por Martín-Barbero (2009); na subjetividade do ato de consumir de Featherstone (1995) que avalia a manipulação do consumo na sociedade de massa, tanto da preservação e também da imposição de um estilo de vida; na visão de Jenkins (2009) e Jenkins, Green, & Ford (2014) do consumo sendo influenciado pelo cruzamento entre as mídias alternativas e as convencionais. A partir dessas duas experiências de pesquisas empíricas, refletimos sobre a possibilidade de aprofundar nossos estudos e realizar um trabalho mais denso de análise.

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

A partir de experiências anteriores foi possível propor o projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”<sup>5</sup>, que reúne pesquisadores de três universidades<sup>6</sup>, destinado a analisar e comparar o consumo midiático realizado pelos jovens na região Sul, Norte e Nordeste do Brasil. O PROCAD foi fruto da atuação integrada de um grupo de pesquisadores que pertenciam a rede Brasil Conectado, origem de projetos articulados e voltados para as realidades locais.

Após a aprovação do projeto, nosso Grupo de Pesquisa em Marketing aprofundou os estudos na área de convergência midiática, e os caminhos da discussão da convergência midiática que perpassam os trabalhos de Henry Jenkins, quando o autor explicita o encontro das “velhas” e das “novas” mídias, onde o poder do produtor das mensagens colide com os interesses dos receptores das mensagens. A partir dessa visão inicial, Jenkins (2009) discute três aspectos importantes para entender a complexidade da comunicação nos dias atuais, que são: convergência dos meios de comunicação, inteligência coletiva e cultura participativa. Nessa seara, um ponto discutido por Jenkins (2009) e aprofundado por Jenkins, Green e Ford (2014) é a dimensão da comunicação

<sup>4</sup> Através do edital das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 43/2013.

<sup>5</sup> Edital CAPES Nº 071/2013 do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD). Os autores agradecem à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, fundação vinculada ao Ministério da Educação do Brasil, pelo financiamento do projeto aprovado no Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), em execução no período de 2014 a 2019.

<sup>6</sup> 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 como coordenadora associada a professora Maria Ataíde Malcher (UFPA).

mercadológica/institucional alternativa, e os conflitos existentes a partir dos novas práticas comunicacionais surgidas a partir da Web 2.0.

Ao criarmos a arquitetura da nossa pesquisa focamos nossa atenção para Angrosino (2009) e Flick (2009), mas ao longo do nosso trabalho de análise metodológica fizemos associações com os apontamentos de Aguirre Baztan (1995), Damatta (1978), Geertz (1997), Pascual (2005), Poupart (2010) e Stake (2011) .

Em termos metodológicos, além dos autores supracitados o trabalho teve como base Aguirre Baztan (1995), que interpreta a etnografia como o estudo descritivo da cultura de uma comunidade; de Angrosino (2009) que associa a etnografia como um ofício de descrever os grupos humanos a partir de suas ações cotidianas, crenças e valores; de Damatta (1978) que avalia o movimento do etnógrafo como associado a dois fluxos: a perspectiva de apresentar o exótico no particular e também no particular o exótico; e a visão de Flick (2009) que indica que a experiência de campo exprime uma nova matriz teórica; e, por fim, no raciocínio de Geertz (1997) de entender o mundo a partir da visão dos informantes.

Na visão deste último autor (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.

A partir de Damatta (1978), a etnografia proposta exigiu que os pesquisadores mantivessem relacionamento com o grupo estudado, e o esforço de acompanhar os jovens durante algumas horas em suas escolhas. Durante esse período da observação foi possível avaliar se as práticas mencionadas nas entrevistas se transformaram em ações. O viés interpretativo e subjetivo das pesquisas qualitativas teve por base Stake (2011), que diferencia os resultados desse tipo de abordagem de pesquisa.

Na perspectiva de Flick (2009), os três passos de uma pesquisa etnográfica são: seleção do lugar, definição da amostra e, por fim, a busca por indivíduos que se adequem ao perfil da amostra. De acordo com 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 ligada ao desafio de fazermos pesquisa empírica na área de comunicação, pois essa escolha perpassa pelos preconceitos oriundos do cientificismo disfarçado no positivismo, que denotam um caráter de menor importância à etnografia, da dificuldade do controle efetivo de dados e da impossibilidade de 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 mais segurança na verificação de resultados.

## 2.2 As técnicas utilizadas

As entrevistas semiestruturadas com 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 (2010) para efetivar a técnica da entrevista em profundidade 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, utilizamos a entrevista semiestruturada, que perpassou questões relacionados ao perfil dos jovens, o comportamento de consumo midiático e cultural e as práticas comuns de comunicação.

A seleção dos entrevistados foi intencional, pelo interesse de buscar subsídios de jovens entre 18 e 24 anos. Todas as entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados e aconteceram em escolas ou nas ruas. Durante os meses de observação, os diários de campo foram construídos diariamente no fechamento do dia da pesquisa. Ao final dos dias, dentro dos hotéis e pousadas foi possível registrarmos todas as experiências vividas em cada uma das cidades.

Produzimos ainda fotografias e vídeos autorizados pelos investigados (quando necessário). Esse procedimento nos possibilitou lembrar de situações vividas na pesquisa; ainda, utilizaremos essa produção para complementar o relatório final, bem como para apresentar posteriormente aos interessados – a comunidade acadêmica e os moradores da região.

Por fim, ao longo do processo de investigação, desenvolvemos grupos de discussão que, na ótica de Pascual (2005), estão associados a reuniões com no mínimo seis e no máximo doze participantes e com a preocupação da criação de um discurso livre surgido a partir da interação entre os participantes. Durante os três grupos de discussão realizados na Microrregião de Propriá, fomos os moderadores.

Para a análise dos resultados obtidos por meio desses diversos métodos de coleta dos dados, uma matriz analítica foi criada com diversas categorias.

Apresentamos, a seguir, 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".

Nessa nova fase, as coordenações do PROCAD<sup>7</sup> decidiram adentrar no "Brasil Profundo", com a inspiração do trabalho do antropólogo Bonfil Batalla (1989), que escreveu a obra "México Profundo", ampliando a investigação para o interior do país. Bonfil investigou a história e civilização mexicana, na qual há a negação da cultura indígena a partir da colonização espanhola. Ao trazermos a discussão para jovens de outras realidades, pudemos comparar contextos rurais e urbanos onde praticamente não existem fronteiras tão claras.

### 3 Desenvolvimento

Os antecedentes da pesquisa remetem às primeiras discussões sobre o consumo em tempos de convergência nas capitais brasileiras, em uma pesquisa anterior da Rede Brasil Conectado (Etapa 0.1). Equipes de todos os estados brasileiros aplicaram um questionário com 160 perguntas para jovens de 18 a 24 anos, o que nos permitiu trazer esse quadro mais amplo sobre o Brasil das regiões metropolitanas. Fizemos uma pesquisa exploratória dos perfis de jovens no Facebook que, ao responder o questionário, autorizaram que coletássemos informações referentes ao consumo cultural e midiático<sup>8</sup>. Faltava naquele momento se deslocar dessas regiões para o interior do Brasil.

Em paralelo à pesquisa da Rede Brasil Conectado, a equipe de Sergipe buscou recursos para a realização de um estudo com jovens de Sergipe, no qual foi possível aplicar os procedimentos metodológicos da pesquisa nacional para o enfoque local (Etapa 0.2).. Produzimos duas monografias, que foram publicadas em dois livros: *Brasil em Números* (Jacks et al., 2014) e *Capitais Brasileiras*

<sup>7</sup> No qual somos da equipe associada II.

<sup>8</sup> Nesta etapa 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.

(Jacks et al., 2017). Nestas, apresentamos dados secundários referentes à realidade socioeconômica sergipanas nas cidades de Aracaju, Itabaiana, Lagarto e Capela (Felizola et al., 2014).

A partir das experiências dessas duas pesquisas –antecedentes do projeto atual –, submetemos 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 resultou na pesquisa ora apresentada (Etapa 0.3).

### 3.1 Primeira Fase: estruturação

Começamos a nos agrupar com a implementação dos recursos oriundos do edital do PROCAD, 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 à pós-graduação (Etapa 1.1). A ideia da nossa equipe era fazermos um trabalho continuado, com cada integrante, acompanhando todo o processo.

Com a equipe formada<sup>9</sup>, passamos a adotar um calendário sistemático de encontros, de modo a discutir o andamento do projeto. Foi, então, 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: facilidade no contato com as pessoas, considerando os relacionamentos prévios dos integrantes da equipe; 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.

Em paralelo a todo o trabalho de planejamento e pesquisa, passamos a estruturar um referencial teórico e também metodológico. Tal referencial foi sendo construído nos momentos das reuniões semanais, quando definimos autores e conceitos para leitura e discussão com todo o grupo.

Definimos os procedimentos metodológicos, além disso, buscamos refletir sobre os diversos subtemas desta pesquisa: jovens e "rurbanidade" (Cimadevilla, 2010); convergência e convergência midiática (Aquino, 2017; Jenkins, 2009; Jenkins, Green, & Ford, 2014); comunicação e tecnologias contemporâneas (Lévy, 2009; Sibilia, 2010; Thompson, 2009); consumo cultural e midiático (Martín-Barbero, 2009; García-Canclini, 2010).

Nosso trabalho optou por realizar uma pesquisa com inspiração etnográfica que nos fizesse refletir sobre as condições socioeconômicas dos jovens em relação ao consumo cultural e midiático. Isso não se restringia em analisar os efeitos da comunicação dos jovens; nos pareceu também relevante entender o meio em que o jovem pertencia, e como isto poderia influenciar suas experiências de consumo cultural e midiático.

Passamos a ter contato não apenas com os entrevistados, mas também com lideranças<sup>10</sup>, políticos<sup>11</sup>, amigos e familiares dos jovens da região. Cada relato dessas pessoas foi construindo uma teia de significados que emanaram das investidas a campo, de modo a complementar a compreensão sobre a Microrregião de Propriá.

Ainda nessa primeira fase realizamos um intercâmbio com as outras instituições que compunham o projeto (Etapa 1.2), por meio de missões de pesquisa com professores e estudantes, bem como na parceria para a elaboração das análises acerca de nossa pesquisa.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> Representantes de associações diversas, conselheiros tutelares e líderes de comunidades quilombolas, dentre outros.

<sup>11</sup> Prefeitos, vereadores e indivíduos associados ao grupo político das prefeituras.

### 3.2 Segunda Fase: estudo piloto

Tendo selecionado a Microrregião de Propriá, demos início a segunda fase do projeto, quando a equipe<sup>12</sup> passou a fazer uma pesquisa sistemática com dados secundários e documentais sobre as localidades. Com esses dados elaboramos uma monografia para cada cidade (Etapa 2.1), com informações referentes a escolaridade, renda familiar, atividades econômicas, oferta cultural e de meios de comunicação, acesso à internet, agricultura local e outros dados sociodemográficos.

Selecionamos uma cidade da Microrregião para a realização de um estudo piloto, para o qual levamos parte da equipe e aplicamos uma versão do questionário; testamos o modelo da entrevista que aplicaríamos na etapa seguinte; fizemos contato com os moradores e reconhecimento da cidade, de modo a produzirmos um relato, além das discussões em grupo; e produzimos imagens fotográficas e vídeos das pessoas e dos locais por onde percorremos (Etapa 2.2).

Optamos, em primeiro lugar, pela cidade de Amparo de São Francisco pela proximidade de uma das participantes da equipe com os moradores da cidade. Essa escolha nos pareceu interessante 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 próximas<sup>13</sup>, bem como comunidades quilombolas<sup>14</sup>, muitas delas subsistindo 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: cidades com áreas rurais distantes socialmente e geograficamente das capitais.

Após as visitas à cidade no Estudo Piloto, organizamos as informações coletadas 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 vídeo documentário e um ensaio visual; e as primeiras publicações foram realizadas nesse momento (Etapa 2.4).

Em adição a essa produção acadêmica voltamos à cidade de Amparo de São Francisco para darmos um retorno para a comunidade do que havíamos produzido com imagens e vídeos (Etapa 2.5). Percebemos que tínhamos um bom conteúdo e quisemos dar retorno desse material aos moradores que havíamos tido contato. Além de podermos colher mais informações da cidade nessa nova investida ao campo, pudemos também compartilhar um pouco da nossa experiência no local, traduzida nas imagens que cada um produziu.

### 3.3 Terceira Fase: pesquisa na Microrregião

Com a etapa 2.5 do estudo piloto sendo finalizada (Segunda Fase), a equipe<sup>15</sup> passou a trabalhar no planejamento da Terceira Fase: realizar a pesquisa nas dez cidades que compõem a Microrregião de Propriá. Nessa etapa o roteiro para as entrevistas – utilizado no piloto pôde ser aprimorado com algumas novas questões que seriam interessantes para a compreensão do consumo dos jovens das

---

<sup>12</sup> Nessa Segunda Fase, tivemos os(as) seguintes colaboradores(as): Matheus Felizola, Vitor Braga, Raquel Carriço, Tatiane Böhmer, Flávio Mendonça, Bluesvi Santos, Madianne Nunes, Elisa Lemos, Acsa Ezequiel, Heloísa Costa, Alberto Henrique e Ananda Boaventura.

<sup>13</sup> Na cidade não existe uma distância muito grande entre essas duas áreas: a avenida principal do centro (área urbana) está ligada à área rural, de modo que é possível seguir pela mesma para atingir em pouco tempo as propriedades rurais.

<sup>14</sup> Investimos nosso tempo na Comunidade Crioula, localizada na área rural de Amparo de São Francisco.

<sup>15</sup> 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.

cidades amostradas. Optamos por manter as discussões em grupo, sendo que escolheríamos grupos sociais "fechados" – como estudantes de colégios e jovens frequentadores de igrejas.

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

Na Etapa 3.3, que contemplava a visita às cidades para a pesquisa de campo, com adoção de técnicas de coletas de dados qualitativos, como observação participante, entrevistas semiestruturadas (com jovens e com informantes chaves), discussões em grupo, registros imagéticos e audiovisuais e posterior análise do conteúdo desse material obtido nas entrevistas (Bardin, 2011). No tocante aos aspectos quantitativos, os resultados foram obtidos baseados na perspectiva de Fink (2012) e Fowler (2012), a partir de um questionário estruturado aplicado a 281 jovens entre 18 e 24 anos, residentes em zonas urbanas, rurais, quilombolas e ribeirinhas.

Para a realização dessa Etapa 3.3, tivemos a aplicação do questionário com jovens e influenciadores da região (secretários municipais, diretores de escolas e universidades e professores). O mesmo foi preenchido em uma página *on-line* prioritariamente nas escolas estaduais e municipais das dez cidades, de maneira presencial.

Adotamos a técnica *survey*, pois esse tipo de pesquisa permite conhecer opiniões, características e comportamentos de um determinado grupo social. Para atingirmos tal objetivo, adotamos amostragem não probabilística por cotas a partir de Bickman e Rog (1998). Elegemos os jovens para aplicação do questionário contendo 68 perguntas distribuídas em cinco blocos de assuntos, com questões binárias, de múltipla escolha, e escalas (ordinais, nominais e *Likert*).

O Bloco 1 tinha questões relacionadas ao perfil sociodemográfico dos entrevistados; o Bloco 2 com questões enfocando aspectos relacionados às práticas de lazer e ao consumo cultural –festas, bares, restaurantes, meios de comunicação entre outras questões; além de usos mais comuns de consumir músicas, livros, televisão, rádios, revistas e jornais. O Bloco 3 questionava sobre os usos midiáticos (conteúdos) e o uso de aparelhos como computador, *smartphone* e televisão, abordando a frequência e o local de uso. No Bloco 4, as questões eram 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) 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, fase importante de observação não-participante e para termos melhor dimensão do contexto dos jovens de 18 a 24 anos. Pudemos confrontar as informações que coletamos – por diversos formatos – com o que já havia produzido sobre as cidades por meio dessas pesquisas .

### 3.4 Tratamento dos dados

Após as idas a campo, passamos a Etapa 3.4, de organização dos dados, transcrição das entrevistas e das discussões em grupo, bem como a 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.

Para a análise das entrevistas e das discussões em grupo (dados qualitativos), utilizamos o *software NVivo*, versão 12, entendendo que este poderia dar conta da análise de conteúdo que estávamos

prevendo; e para a tabulação dos questionários (dados quantitativos) foi utilizado o *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, versão 12.0, para processamento de dados estatísticos e possíveis cruzamentos. Utilizamos outros *softwares* para organização do nosso banco de imagens, edição das fotografias e do vídeo documentário.

Cabe-nos neste 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 à produção de relatórios de todo o processo e produções acadêmicas para periódicos e eventos da área. Nesse sentido, contemplamos – nessas duas últimas Etapas – retorno para as comunidades que compuseram nosso corpus empírico e também para a comunidade acadêmica.

#### 4 Considerações finais

Ao longo deste artigo discorreremos sobre nossos caminhos metodológicos adotados no projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, e 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), percebemos que isso ocorre simultaneamente e de forma entrecruzada através da convergência midiática – proporcionada por esses dispositivos e os diferentes canais, especialmente as mídias sociais utilizadas.

Os caminhos metodológicos que percorremos procuraram contemplar uma triangulação metodológica (Flick, 2009), construída por dados quantitativos oriundos dos resultados dos questionários e de dados secundários; e dados qualitativos oriundos da observação e das análises de conteúdo das entrevistas e discussões em grupo.

Dentre os fatores que consideramos de sucesso para a pesquisa, destacamos a disposição dos moradores (jovens ou não) em colaborar durante todo o processo. O contato com as pessoas dessa Microrregião tem sido de aprendizados não apenas para fins de produzir dados para a nossa pesquisa, mas na compreensão da realidade que, embora não esteja geograficamente tão distante, não tínhamos contato anterior, e pela oportunidade de nos colocar no lugar do outro. Ressaltamos também a importância da participação efetiva de cada membro do projeto, que esteve presente em todas etapas: desde o planejamento até as análises.

As idas a campo ocorreram em grupos, coletando dados de diversos conteúdos: entrevistas, relatórios, registros fotográficos, produção audiovisual e diários de campo. Porém, não podemos deixar de mencionar os dados obtidos por meio de informações coletadas nos diálogos, muitas vezes informais, com aqueles que encontramos ao longo desses caminhos pelo interior de Sergipe.

Diante da pesquisa realizada e dos dados obtidos compusemos um quadro dessa região do estado sergipano, em expansão a partir dos novos desdobramentos do projeto e, em um segundo nível, do interior do Nordeste do Brasil. Como resultados percebemos que esses jovens são ativos nas mídias sociais, utilizando-as com alta frequência por meio dos dispositivos móveis em várias situações: em casa, no trabalho, no colégio e na faculdade, geralmente sem restrições. O fato de eles não terem em suas localidades ampla cobertura dos serviços de telefonia não limitam o acesso, pois eles fazem uso da conexão sem fio (*WiFi*) de redes abertas – como a das prefeituras e Câmaras Municipais – ou via internet móvel de planos compartilhados, quando há sinal (Felizola, & Braga, 2017).

Esses dispositivos, como telefones celulares e *smartphones*, aparecem na perspectiva que Jenkins, Green e Ford (2014) entendem como um locus privilegiado para esse consumo em contexto de convergência midiática. Destacamos também a centralidade do Facebook e do WhatsApp nesse

processo de consumo, pois foram capazes de oferecer conteúdos e serviços variados: conteúdos imagéticos, audiovisuais e textuais<sup>16</sup>, bem como a interlocução pelas redes sociais por mensagens diretas – individuais ou em grupo – e nas performances adotadas na criação dos seus perfis nesses *sites* e aplicativos<sup>17</sup> (Felizola et al., 2017).

A adoção de distintas metodologias de pesquisa nos pareceu importante para dar conta de compreender questões relacionadas às condições socioeconômicas dos moradores dessas cidades, que não se dissociam do consumo cultural e midiático – tanto dos meios massivos quanto das mídias sociais – e de como utilizam dos dispositivos comunicacionais: frequência, horários, redes de telefonia e lugares e situações de acesso aos meios, dentre outras questões. Entendemos, assim, tratarmos de relações entre o que a cidade é capaz de oferecer sob vários aspectos e as apropriações dos jovens por meio destes dispositivos, em contexto de convergência, no qual eles são consumidores e produtores de conteúdo.

Sendo assim, este artigo procurou dar sua contribuição nas pesquisas na área da comunicação que queiram compreender o consumo no contexto de convergência midiática no interior do Brasil, tendo em vista a adoção de métodos, técnicas e instrumentos que foram utilizados como complementares na compreensão do fenômeno. Pesquisas futuras podem, no entanto, partir desses cenários ou apresentar novos métodos, técnicas e instrumentos na formatação de seus caminhos metodológicos.

## Referências

- Aguirre Baztán, Ángel. (1995). *Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*, Editorial Boixareu Universitaria, España
- Angrosino, Michael. (2009). *Etnografía e observação participante*. Porto Alegre, RS, ed. Artmed
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. 6. ed. São Paulo: Edições 70.
- Bauman, Zygmunt. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor
- \_\_\_\_\_. (2009). *Confiança e medo na cidade*. 1 Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bonfil Batalla, G. (1989). *México profundo: una civilización negada*. México, DF: Grijalbo.
- Braga, V., & Mendonça, F. (2017). Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: estudo piloto completo na cidade de Amparo de São Francisco. In: XV Congresso Internacional Ibercom. *Anais...*, v. 1, n. 1, Lisboa.
- Cáceres, Luis Jesús Galindo. (2006). *Cibercultura un mundo emergente y una nueva mirada*. México : Conaculta
- Damatta, R. (1978). O ofício de etnólogo ou como ter anthropological blues. In: Nunes, E. de O. *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Duarte, J., & Barros, A. (Org.). (2005). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.

<sup>16</sup> Trata-se de 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". E, em segundo plano, conteúdos noticiosos.

<sup>17</sup> Além do compartilhamento de conteúdos produzidos por terceiros, destacamos a fotografia como importante vetor de interações sociais para os jovens, visto que as imagens de si são compartilhadas nas redes sociais, como o *Instagram*.

- Felizola, M., Braga, V., Mezzaroba, C., Gouveia, D., Garcia, L. C. P., Santana, D. O., Silva, J. L., & Dias, M. (2014). Sergipe. In: Jacks, N., & Toaldo, M. (Orgs.). *Brasil em Números: dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais*. Florianópolis: Insular, p. 171-175.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Tradução: Joice Elias Costa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed.
- Franca, L., Jacks, N., Miranda, F., Felizola, M., & Braga, V. (2016). Os Jovens Nordestinos no Facebook. In: *Olhar Diverso*, v. 2, p. 9-51.
- García Canclini, N. (2010). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Geertz, C. (1997). *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Tradução: Vera Mello Joscelyne. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Trad. Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H., Green, J., & Ford, S. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.
- Martín Barbero, J. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Pascual, R. de M. (2005). El grupo de discusión y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación masiva. In: Conde, M. R. B., & Román, J. A. R. S. *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Poupart, J. (2010). A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: Poupart, J. et al. (Orgs.). *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Stake, R. (2011). *Pesquisa Qualitativa: estudando como as coisas funcionam*. Tradução: Karla Reis. Porto Alegre, Penso.