

## **Práticas sociais em tempos de convergência midiática: Uma análise dos jovens nordestinos<sup>1</sup>**

Matheus Pereira Mattos Felizola<sup>2</sup>

Vitor José Braga Mota Gomes<sup>3</sup>

UFS- Universidade Federal de Sergipe

### **Resumo**

O presente artigo apresenta os resultados da pesquisa *Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência Midiática*, considerando especificamente dados referentes a Região Nordeste. Para tanto, foram discutidas questões voltadas ao uso de computadores e demais dispositivos móveis por parte dos jovens na interlocução com suas redes sociais. As observações foram baseadas em quatro eixos discursivos, provenientes do questionário aplicado em 2014 com jovens de 18 a 24 anos de todos os estados nordestinos. A partir dos resultados da pesquisa, pode-se observar como os jovens tendem a concentrar as suas interações em poucas ambiências digitais, tendo como destaque o Facebook, as interações com os dispositivos móveis com frequência em paralelo ao uso de outras mídias, como a televisão; e por fim, o e-mail e outras formas mais tradicionais de comunicação que ainda se apresentam como relevantes para os jovens, principalmente quando percebem estar diante de situações que venham a requerer uma comunicação mais oficial.

**Palavras-chave:** Consumo Cultural, Convergência midiática, Jovens, Nordeste.

### **1. Introdução**

Pudemos observar como as tecnologias digitais puderam trazer alterações tanto nos modos de recepção quanto no engajamento dos jovens com suas redes sociais. Essas tecnologias digitais são capazes de produzir sociabilidades por meio de sites ou aplicativos, ao mesmo tempo que são capazes de atualizar as formas tradicionais de produção de conteúdo dos meios de comunicação.

Para dar conta da compreensão das práticas de consumo cultural dos jovens nordestinos, a análise esteve baseada em cinco linhas de argumento, que foram desenvolvidas a partir de um questionário aplicado aos jovens de 18 aos 24 anos, que residem no nordeste brasileiro. Sendo que está é a região brasileira com o maior número de estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe, torna-se importante salientar as discrepâncias sociais, econômicas, e geográficas da região, além das dificuldades de acesso mesmo em regiões urbanas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor permanente do Mestrado em Comunicação da UFS. Publicitário e Doutor em Ciências Sociais - UFRN contato@matheusfelizola.com.br

<sup>3</sup> Professor da Universidade Federal de Sergipe. Jornalista e Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Membro do Grupo de Pesquisa em Interações, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS) e da Rede Brasil Conectado. vitorbragam@gmail.com

É importante mencionar, que o trabalho que será apresentado, é fruto de uma exaustiva pesquisa, que teve quatro momentos importantes, primeiramente houve uma análise contextual com levantamento de dados das realidades sociais, culturais, econômicas dos nove estados do nordeste, com dados mais aprofundados das suas capitais. Depois foi desenvolvido um estudo piloto, que serviu como um pré-teste para o trabalho. A terceira etapa foi a criação de um questionário com 31 perguntas coletivamente com a Rede Brasil Conectado. Finalmente na quarta etapa que será detalhada de maneira mais específica no artigo, foram coletados, tabulados e analisados os dados oriundos da pesquisa que teve uma abrangência nacional. Sendo, assim a pesquisa Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência Midiática, preenche uma lacuna importante na compreensão dos novos formatos de comunicação. É importante mencionar, que os dados foram colhidos por equipes residentes nos nove estados do nordeste, que participam da Rede, e que temos apoio do CNPq no projeto intitulado “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática” para concluir esse trabalho. Além disso, a equipe em Sergipe, contou com vários alunos da graduação da UFS, em especial os bolsistas do CNPQ/PROCAD - Bluesvi Santos e Hugo Fernando dos Santos que participaram ativamente da construção desse trabalho. Por fim, é interessante relatar que o trabalho conta com dezenas de tabelas para ilustrar a apresentação dos dados, mas o limite de quinze páginas impossibilita qualquer tipo exposição.

## **2. Referencial Teórico**

Esse trabalho integra um conjunto de estudos recentes sobre o uso da internet e dos dispositivos móveis de comunicação no Brasil. Em nosso caso, nos questionamos de que forma as ambiências digitais, promotoras de redes sociais, podem trazer repercussões na forma como os jovens fomentam sociabilidades no ato da recepção dos conteúdos midiáticos. Nestes, como problematizado por Fausto Neto (2010), teríamos um componente importante para a reflexão: o modo como se dá a circulação dos conteúdos dos veículos de comunicação.

Em sua compreensão, Fausto Neto (2010) entende que a circulação instituiria novas formas de interação entre produtores e receptores, de acordo com novas dinâmicas de interface que a partir do final da década de 1990 aparecem de maneira mais forte no Brasil. A circulação deixaria de ser um elemento invisível ou insondável, justamente pela interveniência de novos dispositivos de comunicação e pela possibilidade de conferirem maior amplitude da rede social no qual o usuário se dirige.

Tal posição estaria indo de encontro a uma tradição funcionalista, que privilegiaria o discurso de que o poder da mídia sempre produziria uma assimetria; isto porque essa tradição tende a compreender o receptor em um estágio de “desproteção” (FAUSTO NETO, 2010). No caso da nossa pesquisa em andamento, percebemos uma circulação que vem ocorrendo prioritariamente em redes sociais nas ambiências digitais. É nesse ponto que nos interessa observar a interveniência de redes sociais digitais como capazes de ancorar as discussões dos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação e que passam, no cenário atual aqui discorrido, por uma produção de novos sentidos das mensagens, tendo em vista as apropriações dos usuários desses sites.

Tendo em vista esse novo cenário, a pesquisa tem como enfoque os jovens inseridos nessas redes sociais na internet. Isto porque estaríamos em um novo contexto interacional onde a possibilidade de compartilhar as informações veiculadas pela mídia de massa faz emergir aquilo que o autor supracitado aponta como uma zona nova, na qual embora não haja contornos claros, pode ser analisada pelas dinâmicas nela geradas.

De acordo com Aguiar (2007), essas redes estariam inseridas em ambientes cada vez mais amplos, complexos e estruturados no que tange à sua formatação, e muitas percepções e comportamentos seriam formatados preferencialmente ou apenas nesse contexto. Ao mesmo tempo, não é possível ignorar alterações que a comunicação ocorrida nessas ambiências digitais estaria provocando, tendo em vista que o resultado seria dependente tanto das redes presentes em sites de redes sociais como em ambientes em co-presença física (FERNÁNDEZ, 2002). As tecnologias digitais promotoras dessas ambiências voltadas às interações sociais tem como característica importante a sua capacidade de consolidar a convergência midiática e radicalizar a mudança no papel dos usuários, já que ganham a possibilidade de participar ativamente do processo comunicacional não apenas como receptores passivos (JENKINS, 2009). Jovens filmam, fotografam, comentam e publicam sobre suas experiências de vida nos ambientes digitais, em especial através dos sites de redes sociais, usando estes ambientes como mais um dos palcos nos quais desenvolvem amizades, namoram, estudam, socializam suas opiniões e, assim, constroem suas identidades (ELLISON *et. al.*, 2006).

Para a compreensão dos agrupamentos presentes nessas ambiências, é de grande importância o trabalho de Wellman (2001). Segundo este autor, muitos fatores perceptíveis nesses sites possibilitam a constituição de redes sociais, tais como: (1) o modo como são formatados os perfis; (2) as conexões entre usuários, no tocante à criação e manutenção de

laços; (3) a forma como ocorre a propagação de conteúdos; e (4) as estratégias de negociação entre o público e o privado, no que se refere à disponibilização de informações de ordem pessoal dos usuários.

Por meio de diferentes abordagens, um conjunto de pesquisas buscou compreender a interação entre usuários levando em consideração diferentes situações (TAYLOR & MCDONALD, 2002; FLANAGIN *et. al.*, 2007; ASHER *et. al.*, 2009). Esses autores consideraram em suas análises a constatação de variáveis que ofereceriam formato às interações em ambientes digitais. Essas variáveis seriam tanto aquelas percebidas na interação entre dois usuários – a audiência para qual cada um se dirige, a presença de laços fortes ou fracos na interlocução, dentre outras – quanto aquelas disponibilizadas pelos sites e aplicativos – recursos para auxiliar as interações, como a possibilidade de inserção de comentários, de fotos, dentre outros.

Ainda que problemática, autores como Jensen (2011) consideram que a fase de divisões entre práticas e espaços determinados – ou mundos *online* e *offline* – foi de certa forma necessária para o desenvolvimento das pesquisas nesse âmbito – mesmo que também tenha sido contraproducente ao realizar as separações observadas e ao não dar abertura à percepção de processos de convergência midiática e de plataformas distintas. Embora possamos compreender, como aponta Nancy Baym (2010), que os meios digitais dão continuidade a rupturas em termos temporais e espaciais iniciadas com a eletricidade, é notável que os meios de comunicação mais antigos raramente morrem e que, assim, mantemos nossos pontos de referência para as formas mais recentes de comunicação e interação (JENSEN, 2011).

Principalmente a partir de meados da década passada, pesquisadores do campo da comunicação começaram a examinar a natureza das interações em ambientes como os SRS e os aplicativos dos dispositivos móveis. A análise de variáveis técnicas e sociais levou pesquisadores à conclusão de que interação é uma das principais vantagens desses sites; a exemplo das pesquisas de Santana (2007), Wilson (*et. al.*, 2009) e Downes e Mcmillan (2002).

Com relação ao seu formato, essas ambiências estariam gradativamente incorporando características associadas a outras plataformas interacionais, tais como: a possibilidade de criação de *blogs*, o envio de mensagens instantâneas, a criação de *e-mails*, o contato por meio de *chats* nos aplicativos e o compartilhamento de conteúdos – como de

vídeos, músicas e fotografias. Tais ambiências seriam, dessa forma, uma fusão de vários gêneros existentes anteriormente às tecnologias digitais.

A diferença entre as redes digitais e outras formas de CMC, como aponta Raquel Recuero (2009, p. 102), “é o modo como (estas) permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*”. Ainda de acordo com Recuero (2009), sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares sociais* – ou seja: *softwares* com o propósito de permitir aos utilizadores dos mesmos interagir e compartilhar conhecimento numa dimensão social, realçando então o potencial humano ao invés da tecnologia que possibilita a transmissão.

Temos nessa comunicação mediada por computador a interveniência de performances, cujos jovens formam uma espécie de vitrine disponível em tempo integral. A identidade representada por eles se faz ver a partir de estratégias de negociação de sua impressão, na qual em certos momentos dispõem de traços de si com finalidades diversas, e que obedecem uma duração maior do que as ações realizadas em um contexto de co-presença física, no qual dependa de uma sincronicidade. Nos dizeres de Donath (2007), a identidade em *sites* de redes sociais são atuadas a partir de pistas relativas às posições sociais, as quais se remetem à situação de historicidade construída acima descrita. E para além de uma perenidade, tal configuração sociotécnica traz à tona aqueles aspectos que não só os fazem únicos (precisamente suas identidades) como também os possam retratar da maneira mais eficaz possível – e tal eficácia não necessariamente se coloca em relação à representação fiel, mas também em termos de uma busca de modos de representação.

Redes sociotécnicas, compreendidas do modo como foi definido por boyd e Ellison (2007), também desafiam as já não tão simples relações identitárias por meio da ampliação dos espaços de representação dos jovens. Quando distintas redes estabelecem laços tecnicamente cooperativos (vide, por exemplo, o sistema de *login* do *Facebook* sendo utilizado para autenticação em serviços diversos), presenciamos uma complexificação desses espaços: um mesmo indivíduo passa a ter sua identidade posta em redes sobre as quais pode não ter tanto controle, e de cujos membros já não pode estar assim tão certo (como acompanhar a suposta formatação de comunidades em ambientes distintos?).

Diante de situações como essas aventadas, perceber a duração das interações desses jovens é certamente um processo complicado, já que nem sempre aberturas ou fechamentos de situações se dão de formas devidamente claras. Em termos gerais, a dificuldade epistemológica diz respeito, inicialmente, ao modo como os jovens dialogam e interagem

entre si. Mas no tocante à manutenção de definições identitárias, a questão entra no domínio da contradição: determinadas ações, dizeres ou pistas passadas podem vir à tona, em distintos momentos, a caminho de choque com aquilo que está sendo tomado no presente. Ademais, de certa forma podemos falar agora de corpos divisíveis, na medida em que podemos situarmo-nos em distintas situações interacionais com pessoas e grupos diferentes/divergentes. Do ponto de vista da *durée*, o contexto igualmente ganha traços complexos à medida que as performances dos jovens deixam de apresentar um fechamento ou finalização facilmente verificável. Suas identidades não só se espalham para além de territórios escorregadios como também por traços temporais indeterminados.

É importante ressaltar que pesquisas desse porte no Nordeste não existem, dificultando assim uma compreensão mais ampla das ambiências digitais nas práticas sociais dos jovens; o que gera um caráter inovador em nossa proposição. Neste sentido, os resultados dessa pesquisa podem ter repercussões importantes tanto para o saber acadêmico quanto na adoção de políticas públicas voltadas a essa parcela da população.

### **3. Metodologia**

Com a finalidade de colher os dados da maneira mais eficaz possível, foi realizada uma pesquisa de campo, nos meses de agosto, setembro e outubro de 2014, em todas as capitais do Nordeste e em algumas cidades do interior. Nessa etapa, a única definição em relação ao grupo a ser investigado foi a determinação etária, manteve-se o intervalo entre 18 e 24 anos, mas sem qualquer delimitação de classe ou condição educacional.

Através de um endereço da página da Rede Brasil Conectado, os jovens de tinham acesso a um questionário contendo 31 questões (abertas e fechadas), definidas a partir do enfoque das práticas dos jovens, De acordo com Jacks et al (2015), em sua elaboração, foram levantados alguns pontos para reflexão, dentre estes a plataforma e a disposição do questionário, o número de perguntas, a definição das abertas e fechadas, a disposição das alternativas de respostas nas questões fechadas, e a elaboração de questões com alternativas secundárias, ou derivadas de questões anteriores.

O plano de divulgação do questionário consistiu na publicização do link da sua página em sites de redes sociais e aplicativos de grupos de pesquisa de cada estado, que ficaram de fazer a devida divulgação na sua localidade. As equipes receberam de antemão um protocolo com as estratégias de divulgação do questionário online. Uma série de materiais foi criada para dar suporte às equipes: cartas convite para instituições de ensino e

professores, *releases* para os meios de comunicação e materiais diversos para sites de redes sociais e aplicativos: mensagens, banner digital, cartazes e imagens. Além da divulgação seguindo o referido protocolo, as redes de pesquisadores estiveram também atuando *in loco*, conversando diretamente com os jovens.

Após a coleta, utilizamos o método comparativo para lidar com os dados aqui apresentados. Trata-se de um método que possui dois momentos em sua aplicação: o analógico, relacionado à identificação das semelhanças; e o contrastivo, dedicado à busca das diferenças entre os casos estudados.

Gil (1999) reconhece este método como de ampla utilização nas ciências sociais porque oportuniza o estudo comparativo de grandes grupamentos sociais. É empregado em estudos de largo alcance, tanto para estudos qualitativos como quantitativos, e como estratégia a comparação pode ser utilizada em todas as fases e níveis da pesquisa: nas descritivas para encontrar analogias entre elementos de uma estrutura, nas classificações para construção de tipologias, nos estudos explicativos ou no nível explicativo da pesquisa para apontar vínculos causais, entre outros fatores.

Dessa forma, o presente artigo se valeu do método comparativo no sentido de selecionar questões oriundas da pesquisa “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”, numa análise da Região Nordeste para verificar como é a atuação dos jovens brasileiros a partir de suas práticas socioculturais e diferentes condições de acesso às tecnologias digitais, regidas por diferentes condições estruturais.

Para chegarmos nessa análise, decidimos trabalhar com quatro eixos que pudessem dar conta da lente interpretativa escolhida para os propósitos desse artigo: as formas de interação dos jovens na contemporaneidade, considerando a interveniência das tecnologias e das ambiências digitais. Os quatro eixos foram elaborados a partir dos resultados obtidos com o questionário; sendo assim, eles derivam da nossa observação de algumas questões que pudessem dar conta de compreender os objetivos aqui propostos. A tabela 1 apresenta os eixos, com um breve descritivo para cada um:

| # | Eixo                             | Descrição  |
|---|----------------------------------|--|
| 1 | Centralidade do Facebook         | A utilização e a importância do Facebook para os jovens nordestinos                    |
| 2 | Utilização de outras plataformas | A importância do e-mail para os jovens nordestinos em tempos de convergência midiática |
| 3 | Ação entre dispositivos          | Uma análise sobre os jovens usuários multi-tela do NE                                  |

|   |                                       |   |
|---|---------------------------------------|---|
| 4 | Exclusividade no uso dos dispositivos | Análise sobre o uso do computador e dos dispositivos móveis |
|---|---------------------------------------|---|

**Tabela 1:** Eixos discursivos elaborados para a análise do artigo.

Nos próximos tópicos, explicaremos de maneira detalhada cada um dos eixos, apresentando as observações a partir de deduções realizadas por nós com os dados ponderados do questionário, na Região Nordeste.

#### **4. Análise e discussão dos resultados**

De modo a sistematizar a análise feita no artigo, foram apresentados a seguir quatro subtópicos, em correlação aos quatro eixos discursivos ora criados: *Centralidade do Facebook*, contemplando a importância dessa rede social para os jovens do nordeste; *utilização de outras plataformas*, relacionando a utilização do e-mail e suas apropriações frente a outros meios no computador, notebook e dispositivos eletrônicos; *ação entre dispositivos*, falando sobre algo que tem sido cada vez mais constante, a utilização de meios de forma simultânea; *exclusividade no uso dos dispositivos*, onde falaremos sobre a utilização de forma inversa do eixo anterior, onde cada aparelho é utilizado sem a utilização de outro simultaneamente.

##### **4.1 Centralidade do Facebook**

As Redes Sociais fazem parte do cotidiano dos jovens e são utilizadas em larga escala pelos usuários da internet, mostrando o poder de influência desses sítios. o *Facebook* concentra uma grande quantidade dos nordestinos na internet e esse número foi refletido na pesquisa quando o número de “não utilização do *Facebook*” chegou a 0% (zero) em Alagoas, nos demais estados esse número não ultrapassou 4%, em outras palavras a quase totalidade dos jovens acessa . Sergipe (17,4%) e no Piauí (15,5%) foram os estados onde mais jovens afirmaram que o *Facebook* é a principal rede social utilizada por eles.

Além de ser um dos principais meios que os usuários utilizam para se comunicar com seus amigos, familiares e colegas de trabalho, a pesquisa mostrou que os internautas usam o *Facebook* para outros fins, um deles é busca de informação sobre o Brasil, destacando Pernambuco (17,8%) e Ceará (16,5%) como os estados de maiores índices nessa categoria. As ferramentas e possibilidades que o *Facebook* oferece, faz com que alguns usuários concentrem a maioria de suas atividades exclusivamente nessa Rede Social,



em Pernambuco 8,4% dos jovens da pesquisa não fazem outra coisa quando estão logados no Facebook, no Maranhão esse número sobe para 10%.

De uma forma geral, com base nos dados fornecidos pela pesquisa, os usuários do *Facebook* usam a plataforma principalmente para se comunicar com as pessoas de sua lista de amigos e colher informações sobre assuntos de seu gosto pessoal. O número de usuários que bloqueiam as atualizações de pessoas que publicam conteúdo fora do interesse dos entrevistados chegou a 11,8% em Alagoas, 10,2% na Bahia e 10,1% no Piauí.

#### **4.2. Utilização de outras plataformas**

A pesquisa adentrou na utilização de outras plataformas de comunicação para o acesso à internet, pois é possível perceber o avanço na utilização desses mecanismos a partir da segunda metade da década de 2000, a seguir foram repassados os dados referentes a essa perspectiva.

##### **4.2.1 – Uso do e-mail no celular**

Sobre o acesso no celular, os jovens nordestinos em sua maioria, tiveram como terceira principal opção de acesso o *e-mail*, variando entre 13,4% (Maranhão) e 16,6% (Sergipe), ficando atrás apenas de opções como *Mensageiros instantâneos (Gtalk, WhatsApp, Skype, Facebook Messenger e similares)* e o *Facebook*, que ficaram na primeira e segunda principal opção de escolhas respectivamente. Em dois estados o e-mail ficou em segunda opção de acesso no dispositivo: Alagoas (16,4%) e Maranhão (14,4%).

Não podemos deixar de levar em consideração que as duas primeiras opções escolhidas para esse dispositivo tiveram porcentagens entre 14,4% e 22,6%, mostrando uma grande proximidade da importância de utilização do e-mail, mesmo no celular, dispositivo que não apresenta características que facilitem o acesso do meio em questão tanto quanto o *Instagram ou similares*, por exemplo, pois o e-mail foi mais escolhido em todos os estados do Nordeste e sobre essa característica de acesso, podemos ainda relacionar a outros dispositivos que veremos na sequência, como *tablet* ou computador (desktop), por exemplo.

##### **4.2.2 – Uso do e-mail no smartphone**

No smartphone, a utilização do e-mail foi muito parecida com o uso do celular segundo as escolhas dos jovens nordestinos. O e-mail ficou de uma forma geral como terceira opção nas escolhas, mas obteve a segunda maior quantidade de escolhas em Sergipe (15%) e nos estados de Pernambuco (14,9%) e Piauí (14,1%).

Como as formas de uso do smartphone e celular, ficou evidente a importância do uso do e-mail nos dois aparelhos, mesmo com esses aparelhos tendo diversas outras funções e não sendo tão voltados para esse fim, os jovens afirmaram utilizá-lo à partir dos dados apresentados.

#### **4.2.3 – Uso do e-mail no tablet**

Agora o dispositivo em destaque é o tablet. É interessante a evolução do e-mail nesse item da questão, pois podemos observar uma melhora na posição do meio no que se refere ao uso desse dispositivo. Na maioria dos estados o e-mail foi marcado como principal escolha de acesso. Entre eles, Bahia(15,8%), Pernambuco(17%), Rio Grande do Norte(22,4%), Alagoas(15,5%) e Ceará (15,6%).

No tablet, a escolha dos jovens pelo e-mail tem maior força, mas isso se dá também pelo dispositivo em questão que tem as suas funcionalidades mais ligadas ao uso de um notebook/netbook, por ser portátil e por ter uma tela maior que os dispositivos citados anteriormente (celular e smartphone).

É interessante o destaque também, que mesmo com a possibilidade de acessar *mensageiros instantâneos* (*Gtalk, WhatsApp, Skype, Facebook Messenger e similares*), a opção, diferentemente dos outros resultados anteriores, chegou ficou no 7º lugar da preferência, como no caso dos jovens da Bahia(9,5%) e Paraíba(10,9%), reforçando assim a importância da utilização do e-mail nesse dispositivo.

#### **4.2.4 – Uso do e-mail no notebook**

Nesse item, em todos os estados do Nordeste, de acordo com a resposta dos jovens, o e-mail protagoniza a opção de acesso no notebook. Com resultados entre 15,8% (Bahia e Paraíba) e 18,5% (Sergipe). O que se apresenta de forma relevante nesse fato, é que mesmo com o e-mail sendo uma ferramenta em que não possui tantos atrativos comunicacionais, ficou à frente entre outros itens, do Facebook, dos Portais de Notícia e do Youtube, respectivamente.

Como o notebook é portátil e pode carregar muitas informações, o público pesquisado que é de jovens em situação de estudos, se utiliza bastante do dispositivo, e nele, o e-mail ganha um grande protagonismo, principalmente por ser um meio característico de confiança de recebimento ou envio de arquivos e principalmente por estar

ligado a trabalhos escolares/faculdade. Ainda nesse artigo teremos a confirmação das *motivações de uso do e-mail* por parte dos jovens ilustrando melhor essa afirmação.

#### **4.2.5 – Uso do e-mail no desktop(PC)**

Nesse item da pesquisa, os resultados são bem similares aos do uso no notebook, logo, o e-mail segue como preferência pelos jovens nordestinos em todos os estados. As porcentagens de escolha do e-mail como acesso preferencial no desktop, ficaram entre 15,5% (Paraíba) e 18,8% (Maranhão). No estado do Piauí o e-mail teve a mesma porcentagem que o Facebook, ambos obtendo 16,7% da preferência.

Mesmo não sendo portátil como o notebook, o desktop, para as formas de uso dos jovens nordestinos pesquisados, tem funções muito próximas do primeiro. Então o e-mail seguiu tendo um destaque como preferência na escolha e com as porcentagens muito próximas do item anterior.

#### **4.2.6 – Motivações de uso do e-mail**

Na décima quinta questão os jovens foram questionados sobre quais eram os “motivos de uso do e-mail” e aqui observou-se a utilização do meio pelos jovens pesquisados. Entre as variadas opções, quatro delas levaram um maior destaque e devem ser citadas para a melhor compreensão do eixo: Trabalhos de escola/faculdade, conteúdos profissionais, enviar arquivos e cadastros para serviços e compras.

Em 8 dos 9 estados nordestinos, os *trabalhos de escola/faculdade* tiveram a preferência das escolhas, nos estados que teve a preferência, com porcentagens entre 27,6%(Pernambuco) e 31,3%(Bahia). A menor porcentagem entre os estados foi a do Piauí(26,7%), que escolheu como principal motivo de uso do e-mail, obtendo 28,5% das escolhas dos jovens piauíenses, o uso para *conteúdos profissionais*, opção essa, que foi escolhida como a segunda preferência de uso pelos jovens nordestinos novamente em 8 estados, com porcentagens entre 25,4% (Sergipe) e 27,6% (Pernambuco). O estado em que a segunda preferência foi a opção *enviar arquivos*, foi o estado da Paraíba(28,9%), nos outros 8 estados, enviar arquivos ficou como terceira opção tendo o menor percentual de escolhas no estado do Piauí(22,4%) e a maior no Maranhão(24,6%)

Com a escolha desses itens como prioritários para os jovens, podemos verificar a importância do e-mail para os jovens nordestinos, mesmo não sendo uma ferramenta com a proposta de trazer respostas rápidas, traz um nível de seriedade maior que outros meios

quando se trata de recebimento, troca ou compartilhamento de informações e/ou arquivos, principalmente porque o e-mail tem um caráter documental e tem de uma forma geral, uma utilização totalmente diferente de outros meios que ganharam apropriações semelhantes, como os grupos criados no Facebook, por exemplo, levando em consideração a criação visando o compartilhamento de informações, envio e recebimento de arquivos/links relacionados aos estudos/atividades profissionais.

### **4.3. Ação entre dispositivos**

A segunda questão foi voltada para quais atividades os jovens faziam ao mesmo tempo em que usavam o computador. Os itens foram diversificados, mas alguns merecem destaques nesse trabalho quando se trata de utilização simultânea entre meios, pela ligação com o fenômeno da segunda tela, tão presente na convergência midiática e que tem uma ligação com as formas de utilização dos jovens pesquisados.

#### **4.3.1 Uso do computador com outros meios simultaneamente**

A *televisão* obteve o segundo lugar na preferência dos pesquisados em todos os estados e as porcentagens variaram entre 22,7% (Ceará) e 26,4% (Alagoas). Na preferência de utilização dos jovens juntamente com o computador, está o celular, com menor índice de escolha no estado de Pernambuco(35,2%) e o maior no estado do Maranhão(40,1%).

Para o item celular, subtópicos foram criados afim de detalharem mais de acordo com as escolhas dos jovens, quais atividades eles faziam enquanto utilizavam o computador e o celular simultaneamente.

Em todos os estados nordestinos, a primeira opção foi a de *uso de aplicativos de mensagens instantâneas (Whatsapp, Snapchat, etc)*. Tendo resultados entre 23%(Bahia e Ceará) e 26,6%(Alagoas). A segunda opção mais apreciada pelos jovens de 8 estados segundo as respostas obtidas, foi a de acessar redes sociais no aparelho celular enquanto usam o computador, tendo como maior número de uso dessa maneira em Sergipe(19,3%), sendo que apenas na Paraíba essa não foi a segunda opção mais escolhida, foi a de *fazer ligações* com 18,5% , que no restante dos estados ficou em terceiro lugar, com escolhas entre 12,1% (Maranhão) e 17% (Rio Grande do Norte).

Dessa forma, percebemos que o celular e sua característica fundamental, que é a chamada de voz, tem nessa pesquisa a confirmação da redução de espaço frente aos

aplicativos de mensagem instantânea e as redes sociais, que estão em alta no presente momento quando se trata da utilização simultânea com o computador.

#### **4.4. Exclusividade no uso dos dispositivos**

Nesse tópico abordaremos a utilização do computador e do celular de formas separadas, com dedicação exclusiva a eles. A décima nona questão foi diretamente ligada para essas formas de utilização e quais as atividades são geralmente executadas pelos jovens pesquisados quando estão utilizando apenas o meio escolhido. Os dados mostram que os percentuais de pessoas que focam apenas em um meio quando os estão utilizando são parecidos entre os estados.

##### **4.4.1 Uso exclusivo: computadores**

Quando tratamos de uso exclusivo de computadores, em que os entrevistados não fazem uso de qualquer outro dispositivo, os maiores números são concentrados nos estados de Sergipe (17%), Paraíba (16,7%), Pernambuco (14,1%) e Rio Grande do Norte (12,7%). A partir da décima nona questão a pesquisa procurou afunilar o objeto de pesquisa e interrogou quais os principais motivos que levavam os entrevistados a dedicarem exclusividade ao meio de comunicação em questão. Nos computadores, os maiores índices foram encontrados quando os indivíduos executavam atividades relacionadas ao trabalho e/ou estudos. Em Sergipe, 36,2% afirmaram que quando estão trabalhando ou estudando não interagem com outros dispositivos a não ser o computador, em Alagoas esse índice foi de 32,9%.

Outra atividade que recebe atenção exclusiva é quando os jovens submetidos aos questionário acessam as redes sociais, nesse quesito, o Piauí (25,7%), Rio Grande do Norte (20,8%) e Paraíba (20,4%) foram os estados com os maiores índices. Algumas atividades são priorizadas pelos entrevistados, já outras dividem seu tempo com demais ações, como é o caso dos jogos, nessa opção, apenas 2,9% no Piauí e 3,9% em Alagoas se dedicam exclusivamente ao computador quando estão jogando.

##### **4.4.2 Uso exclusivo: celular**

Nos casos dos celulares o maior número de uso exclusivo desse dispositivo é encontrado no Maranhão com 17,6% e em Sergipe 15,8%, Alagoas ficou com o menor índice entre todos os estados pesquisados com 10,7%. Fazer ligações, uso de aplicativos e

acesso às redes sociais são as atividades em que os usuários mais dedicam atenção exclusiva ao aparelho celular sem fazer uso de outro dispositivo ou computador.

Os dados coletados mostram o percentual de pessoas que se dedicam apenas ao celular quando estão fazendo uso de aplicativos como *Whatsapp* e *Snapchat*, a divisão ficou a seguinte para cada estado: Alagoas (28,2%), Sergipe (26,9%), Bahia (25,8%), Pernambuco (25%), Rio Grande do Norte (25%), Maranhão (24,6%), Ceará (22,9%), Piauí (22,4%) e Paraíba (17,6%). Fazer ligações mostrou-se uma ação mais exclusiva em um estado do que em outros, enquanto no Rio Grande do Norte 23,5% das pessoas dedicam-se prioritariamente a essa atividade, o percentual no Maranhão foi de apenas 13,1%.

Assim como no caso dos computadores, os celulares concentram um certo percentual de jovens que acessam as redes sociais, o acessos dessas redes sociais fazem com que 18,6% dos jovens baianos e 18,1% dos pesquisados em Pernambuco voltem suas atenções unicamente aos celulares, nessa categorias os percentuais foram equilibrados sem muita desproporção entre eles, o menor percentual foi encontrado em Alagoas que apresentou 12,8%.

## **5. Considerações Finais**

A partir dos dados da pesquisa, foi possível evidenciar as formas de utilização dos meios por parte dos jovens nordestinos em tempos de convergência midiática, que mesmo vivendo em estados diferentes e tendo todas as interferências culturais, peculiares de cada lugar, demonstram formas de consumo muito semelhantes, com poucos variações entre os estados.

No desenvolvimento dos eixos de análise que foram colocadas no decorrer desse artigo, foi possível perceber que no primeiro deles. O Facebook se mostrou como uma ferramenta de muita influência entre os jovens nordestinos e com diversas formas de utilização, entre elas, a busca de informações que foi uma das opções mais escolhidas. Já o segundo eixo traz o e-mail com papel importante, mesmo com tantas outras atividades a serem realizadas simultaneamente, levando consigo a utilização como um meio mais sério, por se tratar do compartilhamento, recebimento e envio de informações importantes e conteúdos profissionais.

No terceiro eixo foi abordada a ação entre dispositivos, sendo que os dados comprovam a maior utilização dos meios pelos jovens de forma simultânea, ilustrando as formas de utilização do celular com o computador e comprovando que os aplicativos de

mensagens instantâneas e as redes sociais têm realmente protagonizado as formas de utilização do aparelho celular

O quarto e último eixo, foi dedicado para a utilização dos meios de forma exclusiva, teve o computador e o celular analisados de forma separada, e comprovou que quanto ao uso do computador a concentração ligada aos estudos ainda é maior, mesmo com os atrativos das outras atividades presentes na pesquisa. Já no uso do celular, foi comprovada mais uma vez a utilização dos aplicativos de mensagens instantâneas como prioridade na utilização pelos maioria dos jovens nordestinos, em outras palavras, a principal função do celular que é a chamada de voz, perdeu sua operacionalidade.

## 6- Referências

- AMARAL, Adriana. Plataformas de música online. Práticas de comunicação e consumo através dos perfis. In: **Contracampo**, Niterói, n. 20, novembro de 2009.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil (2011). Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2010 – TIC Domicílios e TIC Empresas. São Paulo: Comitê Gestor da Internet. Disponível em: <http://cetic.br>. Acesso em março de 2015.
- ELLISON, Nicole; HEINO, Rebecca; GIBBS, Jennifer. **Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment**. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 11, n. 2. Nova York: Wiley, 2006.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais. In: **Animus**, v. 2, n. 1, p. 69-79, 2004.
- FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação. In: **Alceu**, V. 10, N. 20, p. 55-69, janeiro a junho de 2010.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Atlas, 1999.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.
- JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; MAZER, Dulce; OIKAWA, Erika; NOLL, Gisele; WOTTRICH, Laura Hastenpflug; SILVA, Ronei Teodoro; MORALEJO, Sarah. Pequeno relato de um grande esforço: “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. In: **Contemporânea**, v. 1, n. 1, p. 1-15, maio de 2015
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2001.
- LIU, Hugo. Social network profiles as taste performances. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 34-47, 2007.
- PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- WENDT, Brooke. **The allure of the selfie: Instagram and the new self-portrait**. Amsterdam: Nwetwork Notebook, 2014.