

Frequência do consumo midiático dos jovens do Brasil Profundo: Uma investigação no interior de Sergipe¹

Alberto Henrique Pereira Martins VENTURA²

Madianne Clemildes de Souza Nunes NUNES³

Heloísa Costa Idalino da SILVA⁴

Flávio Costa de MENDONÇA⁵

Resumo

O presente artigo é fruto de uma pesquisa chamada “Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo”, oriunda de uma parceria entre a UFRGS, a UFPA e a UFS, através do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD). A pesquisa teve como objetivo verificar a frequência de Consumo Midiático entre os jovens das cidades do Baixo São Francisco. Para isso, foi realizada a aplicação de um questionário que buscava entender, entre outras coisas, qual a frequência de consumo midiático por parte desses jovens. Assim, percebeu-se que o consumo midiático desses jovens em sua grande maioria é frequente, principalmente quando se trata das mídias digitais que eles têm acesso, sendo a televisão o único meio tradicional ainda constantemente utilizado pelos jovens.

Palavras-chave: Consumo; Consumo Midiático; Convergência Midiática; Jovem; Sergipe.

Introdução

O presente trabalho é referente a um recorte da terceira fase da pesquisa “Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo”, através do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), numa parceria entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Pará e Universidade Federal de Sergipe, sendo coordenada nacionalmente por Nilda Jacks (UFGRS).

Esta fase da pesquisa teve como objetivo investigar o consumo midiático de cidades que estivesse fora da zona de influência da capital. No caso da equipe da UFS, foi escolhido a região do Baixo São Francisco sergipano para fazer essa investigação. Apesar de Sergipe ser o menor Estado do Brasil, fazendo com que as cidades tenham pouco mais de 100

¹ Trabalho apresentado na IJ08 –Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Discente no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, Membro do Grupo de Marketing da UFS. E-mail: alberto.hpmventura@gmail.com

³ Graduada em Comunicação Social Hab. em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: madiannecsn@gmail.com

⁴ Discente no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: heloisapll@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Graduado em Publicidade, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe, Membro do Grupo de Marketing da UFS. E-mail: flaviocostademendonca@gmail.com

quilômetros de distância da capital, Aracaju, a realidade socioeconômica e acesso às mídias digitais são comprometidas por conta da qualidade de sinal de internet, por exemplo⁶. Para abranger toda a região, a equipe da UFS se dividiu em três equipes: a primeira abrangendo Nossa Senhora de Lourdes, Canhoba e Amparo de São Francisco; a segunda com as cidades de Cedro de São João, Telha e Propriá; e a terceira com as cidades de Neópolis, Santana de São Francisco, Ilha das Flores e Brejo Grande. Totalizando, desse modo, as 10 cidades do Baixo São Francisco sergipano. Em todas as cidades citadas foram realizadas a aplicação de 25 questionários (online e impressos)⁷ e de 10 entrevistas a jovens de 18 a 24 anos. O recorte para este trabalho é correspondente às cidades que a terceira equipe ficou responsável, compreendendo 4 cidades.

Porém antes de seguir para a apresentação de tais cidades, cabe aqui uma breve discussão sobre o consumo midiático na vida do jovem.

1. Consumo Midiático e os Jovens

No ramo da Comunicação e Consumo, tem-se que: “consumo midiático refere-se a tudo o que a mídia oferece, seja nos grandes meios como televisão, rádio, jornal, revista, internet etc., como também nos produtos e conteúdos são oferecidos por estes meios - como novelas, filmes, moda, publicidade e diversos outros” (JACKS et al, 2014 apud FELIZOLA; BRAGA, 2017, p. 2).

Segundo Santaella, as mídias conformam novos ambientes sociais, enquanto:

As novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as esferas da sociedade: o trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), gerenciamento político, atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), consumo (transferência de fundos eletrônicos), comunicação e educação (aprendizagem a distância), enfim, estão mudando toda a cultura em geral. (SANTAELLA, 2003, p. 1)

⁶ Outros trabalhos referentes às condições de acesso às mídias já foram realizados pela equipe da UFS, como por exemplo, o que investigou a cidade de Amparo de São Francisco, também localizada na região do Baixo São Francisco. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1848-1.pdf>. Acesso em: 22 de maio de 2018.

⁷ Os questionários eram divididos em 5 blocos. Para esta pesquisa será considerado o bloco sobre a frequência do consumo midiático.

Assim, diante da atual era digital e da convergência das mídias, tem-se o fenômeno da cultura do digital ou virtual, ou Cibercultura (SANTAELLA, 2003). Nesse contexto, as mídias desempenham um papel exacerbado de fluxo de informações, e o impacto que isso tem especialmente nos jovens - que estão mais familiarizados com o universo das mídias e do digital coexistentes e co-dependentes - é de um “estímulo ao consumo, que pode ocorrer tanto pela oferta de bens, quanto de tendências, comportamentos” (FELIZOLA; BRAGA, 2017, p. 2). Logo, o consumo midiático perpassa as barreiras do entretenimento, e aprofunda-se em um consumo de identidade, tanto individual quanto social (FELIZOLA; BRAGA, 2017, p. 3), em uma cultura na qual o consumo é tido como uma forma de exercer cidadania (CANCLINI, 1995).

É importante aqui ressaltar a participação ativa do indivíduo diante das mídias digitais: elas permitem que o usuário não só consuma conteúdo, mas também seja produtor de conteúdo, criando um fenômeno conhecido como “inteligência coletiva” (LEVY, 1997), que colabora com o fluxo informacional nas mídias, principalmente no âmbito digital, e com a formação de grupos identitários através dessas produções/consumo. Assim, qualquer jovem do interior de Sergipe que tenha acesso à internet, pode produzir conteúdo sobre os mais diversos assuntos debatidos desde o nordeste brasileiro, ao norte dos Estados Unidos, em uma virtualidade que foge às regras de limites espaciais, como relatou Canclini (2008).

A força do consumo de mídia digital entre os jovens é visível. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016⁸, dos jovens de 18 a 24 anos, 50% têm a internet como mídia mais consumida - de 15.050 entrevistados; e a TV em segundo lugar, com 44%. Porém, é importante ressaltar que quanto menor é a renda familiar e a escolaridade, mais a internet perde espaço para a TV, ainda segundo a PBM 2016, não deixando essas duas mídias, porém, de serem as mais consumidas, em detrimento da rádio, jornais etc. A tendência é que o consumo digital cresça cada vez mais, com o surgimento e atualização de novas tecnologias. No mais, “o consumo midiático dos jovens passa por modificações tendo em vista o fluxo de conteúdo perpassado por diversas plataformas midiáticas, unindo as ‘velhas’ e as ‘novas’ mídias em um complexo comportamento de emigração e imigração de públicos”

⁸ Fonte: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>

(FELIZOLA; BRAGA, 2017, p. 3); ou seja, o contexto de multimídia e convergência midiática, assim como o fluxo informacional e de conteúdo que se tem nele, tem modificado o consumo midiático dos jovens, que se veem em uma infinidade de possibilidades de consumo, tanto de bens, quanto ideológicos.

Diante do exposto, é importante ressaltar que a “cultura de massa”, aquela difundida em massa pela TV aberta, por exemplo, ainda se faz presente e tem maior influência em interiores (que em grandes cidade), pequenas cidades e famílias de baixa renda (ainda segundo dados da PBM 2016⁹). Isso revela uma relação diretamente proporcional entre renda, nível de escolaridade e acesso à internet (e ao digital) no Brasil, e conseqüentemente, à informação. Porém, é verdade também que o consumo de mídias digitais quebra um pouco a barreira do acesso, pois a internet permite uma “cultura do acesso” (SANTAELLA, 2003). Assim, o consumo midiático se faz um ato de identidade, acesso e cidadania.

2 Cidades Visitadas

Considerando a limitação de páginas que o trabalho requer, iremos nos ater a apenas algumas particularidades de cada uma das cidades analisadas no recorte desta pesquisa, sabendo que todas estão localizadas na região do Baixo São Francisco sergipano.

2.1 Brejo Grande

A cidade de Brejo Grande fica a 137 quilômetros da capital, Aracaju, localizada na ponta extrema norte e direita de Sergipe, onde também é contemplada pela Foz do Rio São Francisco (CINFORM CIDADES, 2002); com 7,742 habitantes, distribuídos em quatro povoados: Terra Vermelha, Brejão, Saramém e Farol do Cabeço (IBGE, 2010). Em Brejo Grande há uma comunidade quilombola, a Brejão dos Negros, onde residem 410 famílias. A comunidade foi reconhecida pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária de Sergipe-INCRA em 2011, porém foi reconhecida pela Fundação Palmares em 2005 (SINTESE, 2011).

A cidade de Brejo Grande possui um PIB (Produto Interno Bruto) de 8.100,59 em valores de reais, de acordo com os dados de 2015 IBGE. A principal ocupação da população

⁹ Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/#!/Geral/details-917>

brejo-grandense está no setor de serviços, de acordo com o IBGE (Cadastro Central de Empresas-CEMPRE, de 2015)

Em todo o estado de Sergipe são encontrados três tombamentos históricos, e um deles está localizado na cidade de Brejo Grande, a Canoa de Tolda, tombada em 2010, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional-IPHAN¹⁰.

2.2 Ilha das Flores

A cidade de Ilha das Flores fica a 135 quilômetros de Aracaju, localizada entre as cidades de Brejo Grande, Neópolis e Pacatuba. A cidade possui 8.604 habitantes e dois povoados: Bongue e Serrão. O primeiro, que também é conhecido como Comunidade Santa Luzia, é sede de da comunidade quilombola que leva o mesmo nome, Bongue, reconhecida pela Fundação Cultural Palmares.

O PIB *per capita* do município é de 7.226,31, em valores reais, sendo a principal ocupação da população no setor de serviços (CEMPRE, 2015).

2.3 Neópolis

A cidade de Neópolis fica a 121 quilômetros de Aracaju, localizada entre os municípios de ilha das Flores, Santana do São Francisco, Pacatuba, Japoatã e Propriá. A cidade possui 18.506 habitantes, de acordo com o censo do IBGE (2010). Um fato interessante sobre a cidade é que um de seus povoados, nomeado como Carrapicho, foi elevado a título de município, em 1992¹¹. Tal povoado é a atual cidade de Santana de São Francisco. Neópolis também é conhecida por suas festas carnavalescas, sendo considerada a capital sergipana do frevo¹².

O PIB *per capita* do município é de 12.184,83 em valores reais, e a maioria da população está ocupada no setor de serviços (CEMPRE, 2015).

2.4 Santana do São Francisco

¹⁰ Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/se>. Acesso em 22 de maio de 2018.

¹¹ Disponível em: <http://camaradesantanadosaofrancisco.se.gov.br/cidade.php>. Acesso em: 22 de maio de 2018.

¹² Disponível

em: <http://www.correiodopovo-al.com.br/index.php/noticia/2012/02/23/capital-sergipana-do-frevo-neopolis-manteve-a-tradicao-de-grande-publico>. Acesso em: 22 de maio de 2018.

A cidade de Santana do São Francisco fica a 125 quilômetros de Aracaju, localizada vizinha ao município de Neópolis. A cidade possui cerca de 7.751 habitantes (IBGE, 2010). Como já mencionado, a cidade era um povoado que se desvinculou de Neópolis nas eleições de 1992.

O PIB per capita da cidade é 7.284,59 (IBGE, 2015) em valores reais, sendo a principal ocupação de seus habitantes o artesanato com o barro extraído das margens do Rio São Francisco (G1 SERGIPE, 2012).

3. Procedimentos Metodológicos

Os dados contidos nesta pesquisa são parte do resultado da Terceira Fase do projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Brasil Profundo” realizado pelo Programa Nacional de Cooperação Acadêmica - PROCAD. No estudo buscou-se analisar o consumo midiático dos jovens das cidades do Baixo São Francisco, que totalizam 10 cidades. Para isso foram divididos três grupos em que cada equipe ficou responsável por uma região. Este trabalho contém os dados das cidades de Neópolis, Santana do São Francisco, Ilha das Flores e Brejo Grande, que foram as cidades visitadas pela equipe dos integrantes deste trabalho.

Para esta etapa foram aplicados em cada uma das cidades 25 questionários com jovens de 18 a 24 anos das mais diversas localidades das cidades, desde zona urbana e rural a comunidades quilombolas e de pescadores. O questionário pode ser classificado como uma técnica de coleta de informações quantitativas, que é uma ferramenta indicada para a coleta de dados de um grande número de respondentes, uma vez que possui a capacidade de ser autoaplicável. Sua organização com perguntas iguais facilita a tabulação dos dados e o estabelecimento de comparações entre as respostas (DUARTE, 2011, p.67).

O principal objetivo com a aplicação dos questionários, era de verificar se existiam diferenças significativas entre a frequência de uso de determinada mídia entre os jovens dessas cidades. Foi realizada uma primeira viagem, com o objetivo de encontrar contatos que pudessem ajudar a reunir esses jovens para a aplicação do questionário. Fizemos contatos com diretores e coordenadores das escolas estaduais e municipais, com lideranças políticas, padres e líderes das comunidades quilombolas. Na segunda viagem, houve a aplicação desses questionários, que ocorreu nas mais diversas localidades, desde em salas de aula do EJA -

Educação de Jovens e Adultos, sala de aula do ensino médio e com jovens nas comunidades quilombolas.

4. Resultados Obtidos

É possível perceber nas das cidades analisadas, que os jovens de cada uma possui singularidades em relação à frequência do consumo midiático. Sendo algumas mídias mais consumidas por jovens de uma determinada cidade, com hábitos de consumo diferentes, mesmo em uma região muito próxima.

4.1 Brejo Grande

Na cidade de Brejo Grande responderam o questionário 12 jovens do gênero feminino e 13 do masculino. A maioria desses jovens moram na Zona Urbana (13), os demais se dividem entre Comunidade Quilombola (2), Zona Rural (5), Comunidade de Pescadores (5). A maioria deles não possuem nem o ensino médio completo, contando com apenas quatro jovens que estão cursando o nível superior e apenas um que já concluiu a faculdade.

De acordo com os dados obtidos, checamos que os mais da metade dos jovens da cidade de Brejo Grande afirmam assistir televisão sempre, enquanto os demais assistem de vez enquanto. Ouvir músicas também é uma prática comum entre esses jovens, já que todos em algum momento do dia param para escutar músicas. A internet também é muito consumida por esses jovens, tendo apenas uma pessoa dizendo que não gosta de ficar na internet, e somente uma dizendo que não possui acesso.

Percebemos também de acordo com as respostas dos questionários, que mídias tradicionais como jornais e revistas, perderam o espaço, já que nenhum jovem afirmou ler jornais diariamente e somente duas pessoas afirmam ter o hábito de ler revistas constantemente. Em compensação a leitura de livros é comum por esses jovens que responderam o questionário, com apenas três pessoas afirmando que não costuma ler por não gostar da prática.

Cinemas, teatros e Centros Culturais também não fazem parte da rotina desses jovens, mas isso se deve ao fato da cidade não possuir esses espaços culturais. Em contrapartida, eles afirmam assistir muitos filmes, sejam piratas, baixados ou em plataformas de *streaming*.

Grande parte dos jovens que participaram do questionário afirmam jogar *games*, principalmente em computadores ou notebooks, celulares ou tablets.

4.2 Ilha das Flores

Dos 25 respondentes da cidade de Ilha das Flores, 17 são da zona urbana e 8 da zona rural. Destes apenas 4 terminaram o ensino médio. A partir das respostas fornecidas pelos jovens, pudemos perceber que a televisão obtém uma frequência de uso considerada, quando 13 jovens afirmam que assistem sempre à Tv e apenas 2 afirmando que nunca usam esse meio.

Essa mesma frequência de uso é encontrada quando a questão se referiu à navegação na internet, com 16 jovens afirmando que sempre estão acessando as redes. A frequência do uso da internet aparece como plano de fundo para questões como ouvir músicas mesmo que seja na internet, sendo que também 16 respostas apontaram para frequência constante.

Em contraposição ao mencionado acima, percebemos que as mídias consideradas tradicionais tais como jornal e revista, mesmo quando em formatos digitais, não são atrativos para os jovens da cidade de Ilha das Flores, uma vez que a frequência cai para 5 respostas referentes à jornais e 6 para revistas. Porém, não significa que a leitura esteja distante da realidade desses jovens, o que pode ser compreendido através da frequência da leitura de livros, quando 17 jovens respondem que fazem essa prática de vez em quando, ou seja, uma parte considerável deles não exclui a leitura de suas vidas.

Sobre as práticas culturais os jovens afirmam que não frequentam por conta da falta de oferta em Ilha das Flores, sendo 17 respostas negativas para ao uso do cinema, mas com a justificativa de que a cidade não comporta esse espaço, apenas uma resposta foi referente a frequência constante. A mesma percepção é encontrada quando se trata de teatro e a centros culturais, onde o primeiro obteve 16 respostas negativas e a segunda, com 11 respostas igualmente negativas.

Talvez pela falta do cinema os jovens da cidade não assistem muito à filmes, mesmo aqueles baixados da internet, com 17 jovens afirmando que só assistem a filmes de vez em quando, e apenas 3 respostas com a frequência constante nessa mesma prática.

4.3 Neópolis

Na cidade de Neópolis, 25 jovens responderam ao questionário, 13 deles possuindo idade média de 21 ou 22 anos, sendo que entre eles, 14 residem na zona rural e 11 na zona urbana, representando dessa forma uma exclusividade em relação às outras três cidades analisadas, sendo a única que demonstrou ter uma maioria de respondentes residentes da zona rural. 6 jovens afirmaram possuir o ensino médio completo e apenas 1 afirmou ter ensino superior completo, enquanto 1 afirmou não possuir nem mesmo o ensino fundamental. Em relação às mídias tradicionais a TV também se destacou como uma alta frequência de uso, 11 respondentes apontaram que sempre assistem TV, enquanto 13 indicaram que “as vezes”, apenas 1 jovem destacou não utilizar o meio.

Essa frequência recorrente também ocorreu com o uso da internet, assim como observado nas demais cidades, no caso específico de Neópolis, 13 jovens responderam que sempre acessam a internet, acompanhados por 9 que citaram uso regular, somente 2 destacaram que não fazem uso da internet.

Embora meios mais tradicionais como jornais e revistas também tenham sido poucos citados como sempre usados, foi possível notar um certo equilíbrio entre os jovens que responderam que leem esses meios as vezes e os que nunca leem, 10 contra 12 respectivamente em relação a jornais e 12 contra 10 em relação a revistas. Em relação aos livros 8 responderam que nunca fazem consumo literário, porém 5 responderam que sempre leem, e 12 que fazem leitura de vez em quando. Totalizando 17 jovens que não descartam a literatura dos seus hábitos de consumo.

Na questão cultural a taxa de respostas que apontam que os respondentes nunca frequentam cinema ou teatro é bastante alta, 16 e 13 jovens respectivamente, porém como já citado, essas cidades não comportam esses espaços, excluindo da vida desses jovens essa oportunidade de consumo midiático cultural, ocorrendo apenas quando eles se deslocam para cidades maiores ou a capital Aracaju. Porém 7 jovens citaram que frequentam centros de cultura com frequência regular, além de uma interessante alta taxa de comparecimento a Igreja, 12 responderam que sempre vão e 8 que vão às vezes.

4.4 Santana do São Francisco

Em Santana do São Francisco, também foi de 25 o número de jovens que responderam ao questionário, uma maioria bastante expressiva de 18 jovens apontaram ter 18 anos, apenas

1 apontou ter 21 anos e foi o mais velho entre os respondentes da cidade, 16 se identificaram como sendo do gênero feminino e 9 do masculino, outra grande maioria se manifesta na localidade de residência declarada, onde 23 do total de 25 responderam que habitam a zona urbana da cidade, em concordância com a baixa idade dos respondentes da cidade está o fato que 22 deles alegaram possuir o ensino médio incompleto.

Em relação ao consumo de mídias tradicionais, a TV se destaca mais uma vez com 14 jovens respondendo que fazem uso regular dela e 11 afirmando que sempre usam, confirmando que ainda é um meio forte. Em relação a internet esse número dispara, 19 jovens afirmam que estão sempre usando o meio e apenas 1 respondeu que nunca faz o uso por não gostar.

Em relação a mídia impressa, nenhum respondente afirmou que sempre lê jornal, e 18 afirmaram que leem às vezes. No quadro das revistas a realidade é um pouco melhor: 2 sempre fazem a leitura e 14 afirmam que fazem uma leitura regular. Em relação a livros 6 sempre leem e 17 realizam leituras regulares.

Em relação ao consumo de cultura 13 jovens não quiseram opinar em relação ao cinema e 9 responderam que vão as vezes, provavelmente quando visitam a capital, 16 responderam que nunca vão ao teatro. Santana é uma cidade que se desenvolveu graças a sua cultura de artesanato, a cidade possui alguns pequenos centros voltados para a atividade, sendo assim 16 respondentes afirmaram que vão regularmente a centros culturais. A religiosidade também se mostra forte na cidade, com 16 jovens afirmando que sempre vão a igrejas ou celebrações religiosas

Considerações Finais

Diante dos procedimentos metodológicos aplicados - das respostas dos questionários pelos jovens, percebe-se certo padrão nas quatro cidades visitadas: as mídias mais utilizadas - e utilizadas com maior frequência - são TV e internet (meio digital). Outros meios como jornais e revistas são utilizados com menor frequência - mostrando-se obsoletos e desinteressantes para esses jovens. O hábito da leitura, entretanto, se mostra mais presente a partir dos livros, que os jovens citam ter (22 em Brejo Grande; 17 em Ilha das Flores; 17 em Neópolis; 23 em Santana).

As variáveis de uma cidade para outra são existentes. Porém, em todas elas os jovens em sua maioria têm escolaridade até o ensino médio - completo ou incompleto, mas mostram-se usuários do meio digital, com redes sociais, não sendo excluídos digitalmente por habitarem os interiores do menor estado brasileiro; pela baixa renda familiar. Em todas, a TV aberta tem presença marcante também.

Assim, o consumo midiático - das mídias e seus conteúdos - dessas quatro cidades, com jovens de 18 a 24 anos, dos sexos feminino e masculino, segue o padrão observado nacionalmente: a marcante presença da TV e da internet - tendo a TV maior destaque entre aqueles com menor escolaridade e renda familiar, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia, citado acima. Presenciamos jovens que sabiam utilizar bem as redes sociais como Facebook e Whatsapp, principalmente, em detrimento de redes como LinkedIn e Twitter. Apesar do acesso mais limitado à rede WIFI e 3G, os jovens dessas cidades têm contato muitas vezes diário com o meio digital, através de smartphones, principalmente. Quanto à TV aberta, citam principalmente a Globo/SBT, em programação como jornais, principalmente. Assim, mantêm-se atualizados sobre os acontecimentos no estado.

Conclui-se então que em cada cidade encontramos vários jovens com suas peculiaridades - escolaridade, interesses, local onde reside - mas que observa-se o predomínio principalmente da TV e internet como meios consumidos com maior frequência por eles.

Referências bibliográficas

BASTOS, MT. **Medium, media, mediação e midiaticização: a perspectiva germânica.** In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. **Mediação & midiaticização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 53-77. ISBN 978-85-232-1205-6. Available from SciELO Books.

BRAGA, Vitor *et al.* **Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência: Avanços Preliminares em Sergipe.** 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0825-1.pdf>> Acesso em 20 de maio de 2018.

CINFORM CIDADES. **História dos Municípios.** Globo Cochrane: 2002.

DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** (orgs.) São Paulo: Atlas, ed.2, 2011, 380p.

FELIZOLA, Matheus; BRAGA, Vitor. **Consumo Midiático em um Brasil profundo: uma incursão no interior sergipano.** 2017. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0288-1.pdf>> Acesso em 20 de maio de 2018.

G1 SERGIPE. **Barro é transformado em arte em Santana do São Francisco, em SE.** 2012.

Disponível em:

<http://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2012/05/barro-e-transformado-em-arte-em-santana-do-sao-francisco-em-se.html>. Acesso em: 22 de maio de 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano.** Revista FAMECOS. Porto Alegre; no 22; Dezembro 2003; Quadrimestral.

SINTESE. **Quilombolas conquistam terras em Brejão dos Negros.** Disponível em: <<http://www.sintese.org.br/index.php/panorama/meio-ambiente/3452-quilombolas-conquistam-terras-em-brejao-dos-negros>>. Acesso em: 26 de jul. 2017.