

## De que jovens estamos falando? Perspectivas metodológicas sobre consumo midiático e convergência de meios nas pesquisas de Comunicação no Brasil<sup>1</sup>

Chirlei KOHLS<sup>2</sup>

Claudia Irene de QUADROS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### Resumo

O objetivo deste artigo é mapear pesquisas em Comunicação sobre jovens, consumo midiático e convergência de meios no Brasil, identificando abordagens e discutindo perspectivas metodológicas que reúnem essas três vertentes. A produção científica sobre o tema foi encontrada em diversas bases de dados, como o Banco de Tese da Capes e a Scielo. De 2006 a 2015, há oito teses, 29 dissertações científicas e 28 artigos acadêmicos. Os grupos de jovens mais pesquisados são estudantes universitários e o meio mais analisado relacionado a este público é a internet, seguida da revista impressa. A referida produção contribuiu para traçar possíveis caminhos metodológicos de pesquisa de mestrado em andamento. Neste artigo apresentamos dados quantitativos e desconstruímos três pesquisas para discussão metodológica.

**Palavras-chave:** comunicação; jovens; consumo midiático; convergência de meios; pesquisa.

### Introdução

Os jovens ditam tendências (Henry Jenkins, 2009) com seus usos e apropriações dos conteúdos midiáticos. A estreita relação dos jovens com os dispositivos tecnológicos tem despertado o interesse de diversos pesquisadores, como Nilda Jacks et al. (2015), Everardo Rocha e Claudia Pereira (2009), Jesús Martín-Barbero (2003). Neste artigo, o foco está na pesquisa brasileira sobre o tema. E um dos principais questionamentos que vem à tona neste cenário de convergência é: de que jovens estamos falando?

A questão pode ser respondida por meio do mapeamento de Comunicação sobre jovens, consumo midiático e convergência de meios no Brasil, que também identifica abordagens e discute perspectivas metodológicas. A importância de saber o que já foi produzido na área, identificar quais foram os caminhos percorridos e assim traçar novas abordagens é defendida por Braga (2011) e Bonin (2011), que instiga questionamentos

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Jornalista. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bolsista da Capes. Pós-graduada, com especialização em Novas Mídias, Rádio e Têvê pela Universidade Regional de Blumenau (FURB). Contato: [chirleidiana@gmail.com](mailto:chirleidiana@gmail.com)

<sup>3</sup> Jornalista e relações públicas pela UFPR. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Pompeu Fabra e doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna, ambas na Espanha. É professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e orientadora da pesquisa "Consumo midiático de jovens diante da convergência de meios e das múltiplas mediações". Contato: [clauquadros@gmail.com](mailto:clauquadros@gmail.com)

norteadores neste sentido: “(...) qual a importância da nossa pesquisa para o campo da Comunicação? Em relação ao estado de conhecimentos existentes sobre a questão investigada, que contribuição ela trará?” (BONIN, 2011, p. 23).

Além de mostrar um panorama das temáticas no campo e abrir possibilidades de investigações futuras, o mapeamento ajudará a traçar possíveis caminhos metodológicos para pesquisa de dissertação em andamento no mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). É importante destacar que a pesquisa está em processo de construção e de escolhas teórico-metodológicas. Nesse sentido, apontamos neste artigo pesquisadores que investigam o consumo midiático, a convergência e a Juventude, com a intenção de ampliar o debate sobre a questão problema da referida pesquisa: em que medida contextos socioculturais diferentes definem o consumo midiático de jovens ante a convergência de meios e das mediações? O objetivo geral é comparar e verificar como se dá o consumo midiático de jovens inseridos em contextos socioculturais diferentes ante a convergência de meios e as múltiplas mediações. Pretende-se abordar a mídia em geral e um dos grupos a ser analisado é de jovens infratores. A fundamentação teórica ganha destaque no item conexões teóricas entre juventude, consumo midiático e convergência. Este artigo também elenca os grupos específicos abordados nas pesquisas encontradas na busca em diferentes bases científicas.

As buscas foram realizadas com combinações de palavras em diferentes plataformas, como Banco de Teses da Capes, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Google acadêmico, Base Scielo, quatro sites de PPGCOMs (UFRGS, ESPM, USP e UFPR), além de portais de revistas (Revista Comunicação, Mídia e Consumo – ESPM e Revista Contemporânea – UFBA) e eventos acadêmicos (Compós e Comunicon). A escolha dos locais de busca está relacionada a um alcance maior de resultados e propostas de pesquisa da dissertação em andamento.

Foram encontrados oito teses, 29 dissertações e 28 artigos acadêmicos do período de 2006 a 2015. Quando confrontados com o problema de pesquisa, os resultados alcançados nas buscas abrem e confirmam possibilidades de caminhos metodológicos, conforme desconstrução de três trabalhos para aprofundamento metodológico e proposta da dissertação em andamento.

Os novos usos sociais dos meios e novos modos de estar juntos, propostos por Martín-Barbero (2004), fortalecem algumas discussões da pesquisa que se propõe a um olhar aprofundado para os jovens considerando as mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009)

e os diferentes contextos socioculturais nos quais estão inseridos. Considera-se a perspectiva do consumo midiático com a conceituação de consumo relacionada à cidadania, proposta por Néstor Canclini (2015).

### **Conexões teóricas entre juventude, consumo midiático e convergência**

As audiências estão diante de contínuos e intensos bombardeios de informações com a acelerada produção de conteúdo dos meios de comunicação massivos e emergentes. O público também gera conteúdo em espaços próprios e nos meios convencionais, contribuindo para a sua entrada no processo de troca de papéis de receptor e emissor. O excesso de conteúdos tem gerado a sensação individual e coletiva de que o consumo midiático é cada vez mais integrante, muitas vezes inconscientemente, dos rituais cotidianos e do próprio reconhecimento dos sujeitos enquanto cidadãos. Antes de seguir as discussões, é necessário esclarecer a conceituação do termo consumo, que Canclini (2015, p. 60) define como “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”.

Relacionado também à globalização, o consumo assume papel importante no lugar social de cada indivíduo. Por isso, é importante considerar o contexto no qual o cidadão está inserido, o lugar de fala e as mediações às quais está sujeito, quando se trata de comunicação. Baccega (2011, p. 33) relaciona o consumidor e os meios de comunicação apontando características como o desenraizamento, a vida líquida, a velocidade no lugar da duração, entre outras:

Essa concepção relaciona-se diretamente com a concepção de receptor que temos hoje: sujeito ativo, não só interpreta, ressignificando, as mensagens da mídia, como também inclui essa ressignificação no conjunto de suas práticas culturais, modificando-as ou não. O receptor e o consumidor estão juntos.

Os apontamentos feitos acima se relacionam ao fluxo que o receptor segue e ao mesmo tempo conduz nas redes sociais digitais, numa resposta convergente de consumo midiático. A mídia acaba nos consumindo (SILVERSTONE, 2002), muitas vezes sem a percepção crítica das audiências, porque, afinal, a sociedade ali circula e está presente nos espaços midiáticos, sendo requisito básico para diferentes aspectos de trocas, inclusões e recirculações.

O olhar para o receptor quando se trata de mídia pode gerar alguns desdobramentos nas pesquisas em comunicação. Neste sentido, Toaldo e Jacks (2013, p. 8) traçam as diferenças entre consumo midiático e estudos de recepção:

No primeiro caso, o do consumo midiático, enfatiza-se seu entendimento como estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc. No caso dos estudos de recepção, trata-se de detalhar aspectos do fenômeno midiático na dimensão de seus conteúdos, fechando o foco de observação, o que não significa dispensar uma análise do consumo midiático para adentrar nas práticas dos receptores.

O consumo midiático também se relaciona cada vez mais à convergência de meios. E quando se aborda a convergência não se trata apenas de transformações mercadológicas, mas de transformações culturais e de mudanças de hábitos dos próprios consumidores, como defende Jenkins (2009, p. 30): “a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

As mudanças de hábitos de consumo midiático se relacionam a questões culturais e comunicativas da cultura. Martín-Barbero (2003, p. 66) pontua o movimento e o comportamento do público jovem diante do contexto de novos meios e de como a sociedade se relaciona com eles: “os jovens vivem hoje a emergência de novas sensibilidades, dotadas de uma especial empatia com a cultura tecnológica, que vai da informação absorvida pelo adolescente em sua relação com a televisão à facilidade para entrar e mover-se na complexidade das redes informáticas”.

A imprevisibilidade de fluxos e comportamentos nas redes, no que se refere à troca de conteúdos e de papéis entre emissores e receptores, pode ser relacionada com a não linearidade de transição da fase jovem para adulta, quando se trata do público jovem, proposta por Rosalía Winocur (2009, p. 48):

Ya no existe algo parecido a un proceso de evolución lineal y previsible de la juventud a la adultez, donde los que no podían superar el tránsito eran tachados de inmaduros o marginales, porque ya nada indica que si se siguen ciertos caminos, se cumplen ciertos rituales, y se cuenta con ciertas oportunidades – como el acceso a la educación superior –, esto garantice un futuro de estabilidad y empleo.

Muitos caminhos já foram percorridos para discutir e aprofundar as questões relacionadas ao consumo midiático, convergência e jovens. Mas ainda há várias

perspectivas a serem exploradas para compreender nuances e processos aprofundados da vida relacionada à mídia na juventude. Um passo inicial pode ser saber o que se tem feito.

### **Panorama da pesquisa em Comunicação sobre jovens no Brasil**

Conhecer o que se fez para saber para onde se pode caminhar. Esta é uma das propostas básicas do “estado da arte”, “estado da questão”, “pesquisa da pesquisa”, ou como quer que diferentes autores nomeiem, como parte integrante da elaboração de um projeto de pesquisa. Além disso, é processo importante para fortalecimento e novas contribuições para a área, conforme defende Bonin (2011, p. 36):

Observando o sentido deste movimento, vemos que oferece elementos teóricos, metodológicos, contextuais e empíricos para a elaboração da problemática. Entrar em contato com a produção do campo e trabalhar com ela é, portanto, uma prática fundamental para sustentar efetivos avanços na produção de conhecimentos deste campo.

Para alcançar o objetivo de mapear as pesquisas em Comunicação sobre jovens, consumo midiático e convergência de meios no Brasil foram feitas buscas com combinações de palavras em diferentes plataformas. Além dos dados quantitativos, foi realizada a desconstrução de três trabalhos para aprofundamento metodológico e para identificar o que já foi produzido sobre as temáticas para traçar possíveis caminhos metodológicos para pesquisa em andamento no mestrado em Comunicação da UFPR.

As buscas nas plataformas foram feitas com palavras gerais sobre jovens para noção de abrangência, depois foram feitas combinações de palavras, como com variações dos termos jovens, jovem, juventude relacionados à consumo midiático, convergência e mediações para direcionamento dos resultados de acordo com o problema de pesquisa da dissertação. Na busca dos sites dos programas foram usadas apenas as palavras mais gerais pela quantidade menor de resultados e houve limitações de pesquisa de acordo com a plataforma de cada site, que em alguns casos considerou apenas os títulos dos trabalhos.

A tabela 1 mostra a grande quantidade de teses e dissertações relacionadas a jovens, quando consideradas todas as áreas de pesquisa nacionais. Porém, num direcionamento com as temáticas da dissertação em andamento observa-se número menor de resultados. Quando confrontados com o problema de pesquisa, os resultados alcançados abrem e confirmam possibilidades de caminhos metodológicos. Neste sentido, concorda-se com Martino (2010, p. 157), quando aponta que “(...) nenhum fenômeno pode ser apreendido de forma completa, nenhuma abordagem pode esgotá-lo”. Certamente, reforça-se a importância de

analisar o que já foi pesquisado sobre o objeto e a busca de outras arquiteturas metodológicas para contribuições à área.

Plataforma	Palavras de busca	Quantidade <sup>4</sup>
Banco de Teses da Capes <sup>5</sup>	Jovens	2.830 (22 de Comunicação)
	Jovem	676 (24 de Comunicação)
	Juventude	45 (uma de Comunicação)
	Jovens + consumo midiático	3
	Jovem + consumo midiático	Nenhuma
	Juventude + consumo midiático	3
	Jovens + convergência	16 (três de Comunicação)
	Jovem + convergência	6 (duas de Comunicação)
	Juventude + convergência	5 (uma de Comunicação)
	Jovens + mediações	28 (oito de Comunicação)
	Jovem + mediações	8
	Juventude + mediações	15 (três de Comunicação)
	Jovens + observação participante	92 (uma em Comunicação)
	Jovem + observação participante	23 (três em Comunicação)
	Juventude + observação participante	12 (nenhuma de Comunicação)
	Jovens + convergência + consumo	2
	Jovem + convergência + consumo	3
	Juventude + convergência + consumo	2
	Jovens infratores	13 (nenhuma de Comunicação)
Jovem infrator	2 (nenhuma de Comunicação)	
Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações <sup>6</sup>	Jovens	8.710
	Jovem	2.111
	Juventude	1.753
	Jovens + consumo midiático	4
	Jovem + consumo midiático	1
	Juventude + consumo midiático	3
	Jovens + convergência	54 (duas de comunicação)
	Jovem + convergência	Nenhuma
	Juventude + convergência	Nenhuma
	Jovens + mediações	1
	Jovem + mediações	1
	Juventude + mediações	1
	Jovens + observação participante	1 (nenhuma de comunicação)
	Jovem + observação participante	Nenhuma
	Juventude + observação participante	2 (uma de comunicação)
	Jovens + convergência + consumo	2
	Jovem + convergência + consumo	Nenhuma
	Juventude + convergência + consumo	Nenhuma
	Jovens infratores	Nenhuma
Jovem infrator	Nenhuma	
PPGCOM UFRGS <sup>7</sup>	Jovens	Nenhuma
	Jovem	Nenhuma
	Juventude	1
	Juvenil	1
PPGCOM ESPM <sup>8</sup>	Jovens	2
	Jovem	3
	Juventude	3
PPGCOM USP <sup>9</sup>	Jovens	2
	Jovem	Nenhuma
	Juventude	1
	Jovens	1

<sup>4</sup> Alguns trabalhos se repetiram na busca de diferentes combinações de palavras na mesma plataforma.

<sup>5</sup> Disponível em [bancodeteses.capes.gov.br/](http://bancodeteses.capes.gov.br/) Acesso em 16 de jan. de 2016.

<sup>6</sup> Disponível em [bdtd.ibict.br/](http://bdtd.ibict.br/) Acesso em 17 de jan. de 2016.

<sup>7</sup> Teses de 2004 a 2015 e dissertações de 1998 a 2015. Disponível em [www.ufrgs.br/ppgcom](http://www.ufrgs.br/ppgcom) Acesso em 20 de jan. 2016.

<sup>8</sup> Dissertações de 2008 a 2015. Disponível em <http://goo.gl/ZMqUJE> Acesso em 20 de jan. de 2016.

<sup>9</sup> Disponível em [www.teses.usp.br/](http://www.teses.usp.br/) Acesso em 20 de jan. de 2016.

PPGCOM UFPR <sup>10</sup>	Jovem	Nenhuma
	Juventude	Nenhuma

**Tabela 1:** Quantidade de resultados de teses e dissertações. Autoria própria (2016).

A quantidade de teses e dissertações da área de Comunicação foi identificada com base no próprio sistema de busca do Banco de Teses da Capes e da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, que tem apenas a opção mais genérica “assunto”, questão que dificultou a identificação de trabalhos da área em quantidades maiores de resultados. Os sites dos quatro PPGCOMs foram escolhidos levando em consideração as linhas de pesquisa, que de alguma forma estão relacionadas com a pesquisa da dissertação, considerando aspectos de mediações, consumo e formações socioculturais.

Ao todo, foram encontradas oito teses e 29 dissertações, com defesas realizadas de 2006 a 2015. Mas apenas cinco têm relação mais direta com esta pesquisa, considerando as três vertentes principais da dissertação. Os resultados da combinação das palavras “jovens, consumo e convergência de meios” apontaram quatro dissertações e uma tese, respectivamente<sup>11</sup>. Apenas pelos títulos pode-se perceber que nenhuma das cinco obras converge com todos os aspectos metodológicos da dissertação em andamento, seja por analisar o consumo de apenas um meio de comunicação ou pela proposta de trabalhar com a abordagem de outras problemáticas, como a questão da identidade e educação. A questão se repete nas abordagens da oito teses e 29 dissertações encontradas, que envolvem a análise de diferentes meios, como rádio, Internet, televisão, jornal impresso, revista impressa, sendo que a maioria dos trabalhos foca em apenas um meio.

Para uma abrangência maior da pesquisa em Comunicação sobre jovens no Brasil, foram feitas buscas por artigos acadêmicos em plataformas com alcance maior, revistas e eventos acadêmicos. Devido à grande quantidade de resultados no Google acadêmico, Google livros e Base Scielo, optou-se em focar nas buscas com combinação das três palavras-chaves principais da pesquisa. Alguns artigos encontrados em revistas e eventos acadêmicos estavam relacionados às teses e dissertações já encontrados na busca apresentada na tabela 1. As revistas e eventos acadêmicos foram escolhidos de acordo com as linhas de pesquisa e grupos de trabalhos (GTs) mais relacionados com a pesquisa da dissertação em andamento. A tabela 2 reforça a grande quantidade de resultados quando

<sup>10</sup> Dissertações de 2010 a 2014. Disponível em <http://goo.gl/Pv4Vj2> Acesso em 20 de jan. de 2016.

<sup>11</sup> “A mídia dos jovens e os jovens da mídia na era da convergência tecnológica: o caso do Folhateen, suplemento da Folha de S. Paulo”, de Marcella Rases Carneiro (2011); “Consumo da telefonia móvel por jovens universitários: o papel da comunicação na construção da identidade do jovem”, de Denio Dias Arrais (2011); “O imperativo do consumo na obra 'Harry Potter': o encontro da cultura da convergência e a juventude contemporânea”, de Luciane Pereira Viana (2012); “Rádio escola Roda Pião: comunicação, mídia e cidadania na prática pedagógica”, de Divino Alves Bueno (2013); e “Processos educativos e formação de jornalistas: redirecionamento das práticas profissionais a partir das possibilidades interativas das redes digitais”, de Claudia Maria Moraes Bredarioli (2014).

feitas as buscas das palavras mais gerais relacionadas aos jovens, com quantidade bem inferior quando feitas combinações das palavras que norteiam a pesquisa.

Plataforma	Palavras de busca	Quantidade <sup>12</sup>
Google acadêmico <sup>13</sup>	Jovens	1.030.000
	Jovem	293.000
	Juventude	189.000
	Jovens + convergência + consumo	27.500
	Jovens + convergência + consumo midiático	320 (16 mais relacionados com algumas das vertentes da pesquisa)
	Jovens + convergência de meios + consumo midiático"	18 (dois mais relacionados com as vertentes da pesquisa)
Base Scielo <sup>14</sup>	Jovens	4.799
	Jovem	1.075
	Juventude	352
	Jovens + convergência + consumo	1 (não tem relação com a pesquisa)
	Jovens + convergência + consumo midiático	Nenhum
	Jovens + convergência	5 (nenhum relacionado com a pesquisa)
	Jovens + consumo midiático	1
	Jovens + mediações	9 (nenhum relacionado)
	Jovens + observação participante	22 (nenhum relacionado)
Revista Comunicação, Mídia e Consumo - ESPM <sup>15</sup>	Jovens infratores	19 (nenhum relacionado)
	Jovem infrator	2 (nenhum relacionado)
Revista Contemporânea - UFBA <sup>16</sup>	Jovens	18 (dois mais relacionados com as três vertentes principais da pesquisa)
Revista Contemporânea - UFBA <sup>16</sup>	Dossiê temático: Jovens e consumo midiático	9 (quatro mais relacionados com a pesquisa)
Compós - GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos <sup>17</sup>	Jovens	1
	Jovem	2
	Juventude	1
	Juvenil <sup>18</sup>	1
Comunicon <sup>19</sup>	GT Comunicação, consumo e cidadania: políticas de reconhecimento, redes e movimentos sociais – Sessão: Juventude, cidadania, comunicação e consumo. 2015	2 (um relacionado com a pesquisa)
	GT Comunicação, consumo e cultura contemporânea: imagem, cidade, juventude. 2013	3 (nenhum relacionado com a pesquisa)
	GT Comunicação, consumo e memória – Sessão: Consumo, memória, espaço e práticas culturais juvenis. 2013	6 (nenhum relacionado com a pesquisa)
	GT Comunicação, consumo e cultura contemporânea: imagem, cidade, juventude – Sessões: Culturas juvenis I e II. 2012	10 (três mais relacionados com a pesquisa)
	GT Comunicação, consumo e memória – Sessão: Mídia e juventude. 2012	2 (nenhum relacionado com a pesquisa)

**Tabela 2:** Artigos acadêmicos. Autoria própria (2016).

<sup>12</sup> Os trabalhos mais relacionados com as vertentes da pesquisa foram definidos de acordo com o título dos resultados de busca devido à grande quantidade no caso do Google acadêmico. Nas demais buscas, a definição foi feita de acordo com a leitura dos resumos dos artigos.

<sup>13</sup> Disponível em [scholar.google.com.br](http://scholar.google.com.br) Acesso em 17 de jan. de 2016.

<sup>14</sup> Disponível em <http://www.scielo.org/> Acesso em 18 de jan. de 2016.

<sup>15</sup> Disponível em <http://revistacmc.espm.br/> Acesso em 18 de jan. de 2016.

<sup>16</sup> Disponível em <http://goo.gl/rfTm2I> Acesso em 19 de jan. de 2016.

<sup>17</sup> A biblioteca disponibiliza os textos apresentados nos Grupos de Trabalho (GTs) dos Encontros Anuais da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) desde o ano de 2000. Disponível em <http://www.compos.org.br/biblioteca.php> Acesso em 21 de jan. de 2016.

<sup>18</sup> Palavra sugerida pelo sistema para busca de acordo com os resultados anteriores.

<sup>19</sup> Congresso Internacional em Comunicação e Consumo organizado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing desde 2011. Para a busca dos artigos foi feita escolha de GTs e sessões específicas sobre jovens. Os GTs de 2011 não apresentaram as sessões específicas no site. Por isso foram considerados apenas os nomes dos GTs daquele ano, que não tinham direcionamento para jovens. Disponível em <http://www2.espm.br/comunicon-2015> Acesso em 21 de jan. de 2016.

Desta forma, ao todo, foram encontrados 28 artigos que de alguma forma estão mais relacionados com algumas vertentes da pesquisa, publicados de 2007 a 2015. Da mesma maneira como ocorreu nos resultados de teses e dissertações, quando confrontados com a questão problema da dissertação em andamento, nenhum dos trabalhos converge totalmente com a proposta da pesquisa, sendo por analisar meios específicos, apenas um grupo de jovens ou grupos equivalentes, ou propor outras abordagens, como o foco da questão da identidade jovem. Outro dado interessante é que dos 28 artigos 13 estão relacionados à pesquisa “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”<sup>20</sup>.

Na leitura dos resumos<sup>21</sup> das oito teses, 29 dissertações e 28 artigos acadêmicos encontrou-se carência na explicitação da metodologia e técnicas utilizadas para realização das pesquisas, o que dificultou algumas identificações. Porém, mesmo com o risco de trazer dados superficiais, optou-se em tabular os resultados (grupos de jovens e os meios analisados, além das técnicas de pesquisa) para ter uma visão geral e inicial de algumas escolhas empíricas e metodológicas. Com os resultados alcançados na tabela 3, abrem-se perspectivas de análise de diferentes grupos de jovens, sendo que os universitários/estudantes (12) foram os mais abordados.

<b>Grupo de jovem analisado</b>	<b>Quantidade de trabalhos</b>
Universitários/estudantes	12
Jovens de localidades periféricas	3
Jovens de movimentos populares/sociais	2
Mulheres	2
Meninas de classe alta	1
Mulheres de classe popular	1
Coletivo jovem ligado a movimentos sociais	1
Jovens em conflito com a lei/Jovens infratores	1
Grupo de hip hop	1
Jovens de classe C	1
Jovens sem terra	1
Jovens de instituição religiosa	1
Jovens eleitores	1
Jovens rurais	1

**Tabela 3:** Grupos de jovens analisados. Autoria própria (2016).

A tabela 4 reforça o interesse em pesquisas de Comunicação sobre a Internet (11) relacionada aos jovens brasileiros e traz um dado curioso com a revista impressa (8) sendo o segundo meio mais analisado quando se pesquisa o público jovem.

<b>Meio analisado</b>	<b>Quantidade<sup>22</sup></b>
Internet	11
Revista impressa	8

<sup>20</sup> Pesquisa coordenada por Nilda Jacks, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e “desenvolvida por pesquisadores de Universidades (federais e privadas) de todos os Estados do País vinculados à Rede Brasil Conectado, tendo seu início em 2012. A pesquisa objetiva entender as práticas dos jovens brasileiros na internet. Trata-se de um estudo comparativo entre todos os estados do país (...)”. Disponível em <https://goo.gl/IPZyMt> Acesso em 25 de jan. 2016.

<sup>21</sup> Muitos resumos não traziam as informações detalhadas nas tabelas ou não analisaram grupos de jovens específicos.

<sup>22</sup> Alguns trabalhos analisaram mais de um meio.

Mídia em geral	7
Televisão	4
Rádio	4
Telefonia móvel	3
Jornal impresso	2

**Tabela 4:** Meio analisado nos trabalhos. Autoria própria (2016).

As técnicas de pesquisa mais adotadas nos trabalhos foram entrevistas (8) e questionários (6). Na dissertação em andamento pretende-se aplicar grupo focal, observação participante e entrevistas em profundidade, além de abordagem em mídias digitais.

Técnica de pesquisa	Quantidade <sup>23</sup>
Entrevistas	8
Questionários	6
Observação participante	4
Análise de discurso	4
Análise/observação de perfis	4
Etnografia	3
Análise de conteúdo	2
Grupo focal	2
Netnografia	2
Observação sistemática	2
Diário de campo	1
Análise documental	1

**Tabela 5:** Técnicas de pesquisa adotadas nos trabalhos. Autoria própria (2016).

Além disso, foi realizada consulta no Google livros<sup>24</sup> com a combinação das mesmas palavras. Encontrou-se sete resultados na busca por “jovens + convergência + consumo midiático”, com três<sup>25</sup> livros mais relacionados com a pesquisa. De acordo com a leitura prévia, os livros dialogam com a dissertação, mas com propostas diferentes, que não problematizam todas as vertentes da pesquisa em andamento.

### Perspectivas metodológicas e abordagens teóricas propostas

Outras pesquisas (SCHMITZ, 2014; TERENCEZZO, 2012) já foram realizadas para um mapeamento sobre os jovens do ponto de vista de receptores no cenário de consumo midiático, com dados importantes para fundamentar e complementar as buscas deste artigo. De acordo com pesquisa sobre os estudos de recepção no Brasil, “(...) entre 2000 e 2009, são 44 investigações que trabalham somente com jovens/adolescentes. Em comparação com a produção da década anterior, em que houve apenas sete trabalhos, é possível afirmar que,

<sup>23</sup> Alguns trabalhos adotaram mais de uma técnica de pesquisa.

<sup>24</sup> Disponível em books.google.com.br Acesso em 17 de jan. de 2016.

<sup>25</sup> BIEGING, Patricia; BUSARELLO, Raul Inácio. (Orgs.) **Experiências de consumo contemporâneo: pesquisas sobre mídia e convergência**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.

CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo. (Orgs.) **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

em termos absolutos, ocorreu um generoso crescimento no interesse pelo público juvenil” (SCHMITZ, 2014, p. 190).

Considerando que a busca feita para este artigo vai de 2006 a 2015 e que tem um direcionamento maior, podemos afirmar que o interesse em pesquisar jovens no Brasil continua crescendo, com possibilidades diferentes de abordagens e problematizações acerca do objeto. A televisão é o meio mais investigado nas teses e dissertações analisadas na pesquisa citada anteriormente (SCHMITZ, 2014). Este dado reforça a escolha de estudar a mídia em geral, com tensosamento entre consumo midiático, convergência de meios e mediações.

A análise traz outro dado indispensável para a dissertação em andamento: “Partindo de características e condições do público investigado, tem-se dois<sup>26</sup> trabalhos dedicados a menores privados de liberdade”. (SCHMITZ, 2014, p. 192) O levantamento motiva a escolha do grupo de jovens infratores para trabalhar as questões do consumo midiático, mediações e convergência de meios, abordagens analisadas de maneira diferenciada nos dois trabalhos citados, enquanto um analisou a relação do público com a televisão, o outro, que também levou em consideração o mesmo meio, verificou ainda a produção textual.

Para aprofundamento de algumas perspectivas de pesquisa, foram escolhidos três trabalhos para desconstrução metodológica:

DORNELES, Luciana Bochi. **Adolescentes privados de liberdade e a televisão**: estudo do meio como mediação. Porto Alegre: UFRGS, 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em <http://goo.gl/cLhwCT> Acesso em 25 de jan. de 2016.

SIMÃO, Núbia da Cunha. **Violência e cidadania**: a recepção do Programa Chumbo Grosso junto ao jovem em conflito com a lei. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Goiás, 2012. Disponível em <http://goo.gl/RaErbu> Acesso em 25 de jan. de 2016.

JACKS, Nilda. et al. **Pequeno relato de um grande esforço**: “jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura: Universidade Federal da Bahia (UFBA), v. 13, n. 1, 2015. Disponível em <http://goo.gl/TPN6dV> Acesso em 25 de jan. de 2016.

As escolhas foram de acordo com as propostas das pesquisas. As dissertações de Dorneles (2003) e Simão (2012) abordam aspectos de recepção midiáticos relacionados a jovens infratores e a primeira considera a mediação. Já o artigo de Jacks (2015) traz dados

---

<sup>26</sup> DORNELES, Luciana Bochi. **Adolescentes privados de liberdade e a televisão**: estudo do meio como mediação. Porto Alegre: UFRGS, 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

ABDALLA, Janaina de Fatima Silva. **Prisão concreta, liberdade virtual**: atos comunicativos de jovens infratores. Niterói: UFF, 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Federal Fluminense, 2003.

de pesquisa nacional sobre jovens, consumo midiático e convergência, que envolve pesquisadores de todos os Estados do país.

O objetivo central da dissertação de Dorneles (2003, p. 7) é “verificar como os adolescentes privados de liberdade, internos em três casas da Fundação de Assistência Sócio-educativa do Estado do Rio Grande do Sul (FASE-RS), relacionam-se com a televisão antes e durante a sua internação e de que forma esse meio de comunicação de massa atua como uma mediação entre a instituição e a sociedade”. A metodologia adotada foi quantitativa e qualitativa, com uso de formulários com perguntas abertas e fechadas, aplicados a 93 adolescentes de três diferentes casas, na etapa quantitativa; e, na etapa qualitativa, aplicação de entrevistas individuais com seis adolescentes, selecionados por tempo de permanência na instituição e participação na etapa anterior da pesquisa, e dois grupos de discussão, cada um com cinco adolescentes, na terceira etapa da pesquisa.

O tensionamento teórico foi feito com autores como Guillermo Orozco Gomez, que teve embasamento central no trabalho com o Modelo das Múltiplas Mediações, Nilda Jacks e Jesús Martín-Barbero. Entre alguns resultados, Dornelles (2003, p. 7) aponta que “durante a recepção televisiva, esses jovens apropriam, reapropriam ou refutam as mensagens veiculadas, realizando, na maioria das vezes, uma leitura coletiva dessas mensagens, a qual é mediada, principalmente, por suas experiências pessoais”.

A dissertação de Simão (2012, p. 8) também analisa jovens infratores e o meio televisivo, mas “busca estudar como se dá a recepção de informações e imagens de violência, transmitidas cotidianamente no programa Chumbo Grosso, junto ao jovem em conflito com a lei. Para tanto faz-se uma análise das origens e do conceito de violência, buscando problematizar a apropriação midiática da violência”. Os sujeitos analisados foram jovens em conflito com a lei, que cumprem medida socioeducativa no Centro de Internação para Adolescentes (CIA), na área física do 1º Batalhão da Polícia Militar, no setor Marista, em Goiânia, Goiás. Ao todo foram realizadas sete entrevistas em profundidade para alcançar os objetivos propostos.

A autora ancorou a pesquisa na Teoria da Recepção e usou como principais autores Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gomez. Simão (2012, p. 120) conclui que “por meio da recepção cotidiana das imagens e informações de violência do diário eletrônico os jovens demonstraram uma tendência para a desvalorização tanto da morte, como de outros casos de violência. Porém, não são insensíveis a todos os tipos de crimes, continuam recriminando aqueles contra a família e os sexuais”.

O artigo de Jacks et al. (2015, p. 10-11) “objetiva apresentar as principais estratégias e procedimentos de uma pesquisa nacional comparativa, desenvolvida por 27 equipes, sobre as práticas e consumo midiático de jovens brasileiros, em tempos de convergência midiática”. A investigação compõe a Rede Brasil Conectado e é coordenada pela professora Nilda Jacks. Sobre a pesquisa, “o objetivo geral foi conhecer as realidades regionais brasileiras no que diz respeito ao uso e apropriação dos recursos multimidiáticos em processo de convergência, por parte de jovens.” (JACKS, 2015, p. 12)

O trabalho de campo da pesquisa começou em 2012 e foi feito em três etapas: pesquisa sobre cada estado e sua capital, de cunho bibliográfico/documental, e muitas vezes *in loco*; aplicação de um questionário junto a 10 universitários de classes populares, entre 18 e 24 anos, seguido da observação de uma semana do perfil do Facebook de outros 10 jovens; e questionário on-line disponibilizado para jovens de todo o país. O artigo detalha cada uma das etapas e fazendo um tensionamento teórico com os passos percorridos, com referências como Jesús Galindo Cáceres e Maria Immacolata Lopes. O texto não apresenta resultados das técnicas de pesquisa aplicadas.

Nota-se importantes contribuições para a área dos três trabalhos, como a apropriação e reapropriação das mensagens televisivas relacionada também à questão da violência e a abrangência da pesquisa sobre o consumo midiático de jovens em âmbito nacional. As contribuições dos trabalhos também deixam possibilidades de outras abordagens envolvendo jovens, consumo midiático, convergência e mediações, como a proposta do estudo comparativo de jovens inseridos em contextos socioculturais distintos.

### **Considerações**

As pesquisas em Comunicação no Brasil têm mostrado que não é apenas às redes sociais digitais que o jovem se relaciona quando se trata de consumo de mídia. A internet lidera a maior parte das pesquisas nos últimos anos, mas também há várias investigações sobre outros meios, como revista impressa e televisão, conforme aponta a tabela 4 e o estudo de Schmitz (2014). Este é apenas um dos dados promissores para motivar os próximos passos da pesquisa de dissertação em andamento no mestrado em Comunicação da UFPR e de outros estudos dentro destas perspectivas metodológicas.

Mapear pesquisas em Comunicação que tensionam jovens, consumo midiático, convergência de meios e mediações foi essencial para fortalecer processos de pesquisa e dar vazão a novas perspectivas. O objetivo geral da dissertação em andamento é comparar e verificar como se dá o consumo midiático de jovens inseridos em contextos socioculturais

diferentes ante a convergência de meios e as múltiplas mediações. Um dos grupos a ser analisado será de jovens infratores, motivo pelo qual foram desconstruídas duas dissertações. Durante a pesquisa da pesquisa foi possível selecionar autores que serão fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa em andamento. Neste artigo, destacamos autores que fazem conexões com três vertentes: consumo midiático, convergência e juventude. Em estudos futuros nos aprofundaremos mais nas mediações e suas interfaces comunicacionais ante a convergência de meios.

Os trabalhos que já percorreram caminhos similares na pesquisa brasileira em Comunicação trazem contribuições importantes para o campo, como olhares diferenciados para os mesmos objetos e diversidades de abordagens. Dão suporte e também abrem novos caminhos metodológicos, como por exemplo o tensionamento entre as mediações, a convergência e o uso midiático em geral de jovens infratores, que foram abordados apenas relacionados à televisão nas pesquisas levantadas neste artigo.

A pesquisa comparativa nacional sobre consumo midiático de jovens em tempos de convergência certamente será base importante para esta dissertação por se relacionar com as três principais vertentes, com dados gerais sobre esta audiência no Brasil. A pesquisa da dissertação pode contribuir com um olhar específico para grupos de jovens inseridos em diferentes realidades socioculturais considerando as múltiplas mediações, agregando dados mais gerais ou mesmo específicos do panorama nacional.

Este artigo não pretende ser instrumento fechado de um mapeamento de pesquisas no país. Sabe-se que há muitas outras possibilidades de investigações sobre jovens no Brasil, mas pretendeu-se fazer um recorte direcionado para perspectivas metodológicas de novos estudos sobre as vertentes da dissertação em andamento. Espera-se que seja o passo inicial para muitos outros passos investigativos do público jovem, do consumo midiático, da convergência de meios e das mediações, que tanto têm a contribuir para o campo acadêmico. Que de alguma forma possa inspirar novas abordagens, assim como os jovens já têm inspirado pesquisadores brasileiros.

### **Referências bibliográficas**

BACCEGA, M. A. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel ativo do sujeito. In: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, R. M. (Orgs.) **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011, p. 26-44.

BONIN, J. A. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, A. E. et al. **Metodologias da Pesquisa em Comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 19-42.

BRAGA, J. L. **A prática da pesquisa em comunicação**: abordagem metodológica como tomada de decisões. E-Compós (Brasília), v. 14, p. 1-33, 2011. Disponível em <http://goo.gl/19Gm3i> Acesso em 25 de jan. de 2016.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

JACKS, N. et al. **Pequeno relato de um grande esforço**: “jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura: Universidade Federal da Bahia (UFBA), v. 13, n. 1, 2015. Disponível em <http://goo.gl/TPN6dV> Acesso em 25 de jan. de 2016.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

\_\_\_\_\_. **Ofício de Cartógrafo** – travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. (Org.). **Por outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 57-86.

MARTINO, L. C. Panorama da pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V.; MARTINO, L. C. (Org.). **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 135-160.

ROCHA, E.; PEREIRA, C. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SCHMITZ, D. M. Será que o jovem só vê TV? A juventude nas pesquisas de recepção. In: JACKS, N. (Org.) **Meios e audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 187-216.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

TERENZZO, M. **Comunicação, consumo e juventude**: mapeamento de dissertações brasileiras de 2005 a 2009. São Paulo: ESPM, 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo), Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2012.

TOALDO, M.; JACKS, N. **Consumo midiático**: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, 04 a 07 de junho de 2013. Disponível em <http://goo.gl/Ag2d5l> Acesso em 25 de jan. de 2016.

WINOCUR, R. **Robinson Crusoe ya tiene celular**: la conexión como espacio de control de la incertidumbre. México: Siglo XXI: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.