

JOVENS E CONSUMO MIDIÁTICO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA: UMA ABORDAGEM QUALITATIVA EM BLUMENAU, SANTA CATARINA¹

Ofelia Elisa Torres Morales²
Chirlei Kohls³
Eliane Pereira⁴

RESUMO

Os contextos midiáticos em tempos de convergências têm oportunizado formas diferenciadas de relacionar-se e compartilhar opiniões e valores. Pretende-se analisar essas relações a partir da perspectiva do conceito das mediações de Jesús Martín-Barbero (2009) e do conceito da comunicação ubíqua de Lucia Santaella (2013), assim como das interações sociais favorecidas pelas redes sociais digitais (RSD) segundo Raquel Recuero (2009), entre outros autores. Isto para compreender as perspectivas dos jovens sobre o uso, consumo e apropriação da comunicação nessa ambiência convergente. O estudo, de caráter exploratório, tem abordagem qualitativa e objetiva compreender o consumo midiático na cultura da convergência a partir principalmente das redes sociais digitais. Os procedimentos técnicos foram a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo com a aplicação de grupos focais e entrevistas em profundidade, todos relacionados ao universo dos jovens e a comunicação. O campo de observação foi a partir do cenário escolar, em sete escolas, públicas e particulares, totalizando as opiniões de 66 estudantes, de 13 a 19 anos, em Blumenau, Santa Catarina. Destacam-se indicações de cultura participativa, novas formas de sociabilidade e construção das subjetividades jovens.

Palavras-chave: Comunicação. Convergência. Redes Sociais Digitais. Jovens. Consumo.

¹ Trabalho inscrito para o GT Consumo, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

² Pós-doutora em Comunicação Social pela Cátedra UNESCO da Comunicação e Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Doutora em Jornalismo e Mestre em Rádio e TV pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Contato: ofeliatm@gmail.com

³ Jornalista. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e bolsista da Capes pela instituição. Pós-graduada, com especialização em Novas Mídias, Rádio e Têvê pela Universidade Regional de Blumenau (FURB). Contato: chirleidiana@gmail.com

⁴ Jornalista graduada pelo Instituto Blumenauense de Ensino Superior (IBES)/Sociedade Educacional de Santa Catarina (SOCIESC). Contato: nanepereira.np@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente texto pretende compreender as interações jovens em tempos de convergências midiáticas, a partir do cenário escolar. Considera-se a escola como ambiência de compartilhamento de conhecimentos, valores e atitudes, na qual os protagonistas juvenis desenvolvem suas subjetividades. Nesse sentido, faz-se relevante estudar o uso, consumo e apropriação que os jovens realizam no contexto da escola. Isto porque o perfil dos hábitos comunicacionais mostra pistas sobre as relações de sociabilidade da juventude tomando como prerrogativa a cultura da convergência.

Pretende-se discutir as considerações de Jesús Martín-Barbero (2009) que acunhou o conceito das “mediações”, como “pensar a comunicação a partir da cultura”. Nesse caso, o texto apresenta apontamentos a partir dos jovens, inseridos no universo escolar, para melhor compreender a construção de suas subjetividades, em contextos midiáticos convergentes. O uso e consumo da comunicação, a partir das plataformas hipermidiáticas e dispositivos móveis, permite aos jovens tecer redes de relacionamentos presenciais e virtuais (*off-line* e *on-line*). Ao mesmo tempo, Lucia Santaella (2013) questiona a relevância com que as redes sociais digitais (RSD) repercutem na construção das identidades juvenis e nas suas formas de sociabilidades. Além disso, Raquel Recuero (2009) esclarece sobre as interações sociais disponibilizadas pelas redes sociais digitais e o sentimento de “estar conectados” na cultura convergente.

Dessa forma, o texto apresenta pesquisa de abordagem qualitativa, realizada junto aos alunos de 13 a 19 anos, nas escolas públicas e particulares, em Blumenau, Santa Catarina, a partir de grupos focais e entrevistas em profundidade para conhecer as opiniões dos mesmos sobre as reconfigurações midiáticas e de como elas estão influenciando nas suas relações sociais, no seu uso, consumo e possibilidades de apropriação da comunicação nesses contextos de convergência.

O estudo traz, então, a opinião dos jovens blumenauenses, no cenário escolar, a partir do seu consumo midiático, em tempos da cultura de convergência. Percebem-se indicações de cultura participativa, novas formas de sociabilidade e de construção das subjetividades jovens.

2. CONSUMO MIDIÁTICO EM CONTEXTOS DE CONVERGÊNCIAS

O contexto midiático atual, em tempos de convergências, reforça a possibilidade de ampliar a expressão e o intercâmbio de ideias. O campo é amplo, porém, como indica Martín-Barbero (2014, p. 20), “pensar o acontecimento como práxis exige ir além das formas para entrever as mediações que religam a palavra à ação e constituem as chaves do processo de liberação”. Ou seja, a pluralidade das vozes, no amplo senso democrático, proporcionada pela Internet, através das plataformas hipermediáticas, ainda é um desafio, mas, ao mesmo tempo, é uma potencialidade. Claro exemplo disso são os movimentos sociais em rede, criados a partir das redes sociais digitais (RSD), como foi o caso brasileiro do movimento “Vem Pra Rua”, em junho de 2013, quando pessoas organizaram-se em torno de interesses em comum, buscando uma série de mudanças políticas e sociais.

A palavra explicita a consciência que vem da ação, e feita pergunta, penetra a espessura sólida da situação, rompe o feitiço da passividade frente à opressão. Se a palavra sozinha é impotente, a ação sozinha é estéril, a imagem do futuro se engendra entre as duas: a palavra desenha a utopia que as mãos constroem e o pedaço de terra libertada torna verdade o poema. (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 20)

Os meios de comunicação e novas mídias, como as redes sociais digitais, favorecem formas de relacionamentos, a partir das quais a sociedade conversa, relaciona-se e dialoga. Essas novas formas de expressão ocorrem no contexto midiático contemporâneo, fora do circuito hegemônico, no caso, disponibilizadas nas possibilidades que oferecem as plataformas hipermediáticas.

Nesse sentido, Henry Jenkins (2009) afirma que a cultura da convergência não é somente relacionada às sofisticadas tecnologias e aos fluxos de conteúdos, mas, sobretudo, “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interfaces sociais com os outros”. (JENKINS, 2009, p. 30). A sociedade do conhecimento compartilhado e colaborativo fortaleceu-se na cultura convergente e reforçou novas formas de conexões e relações. Portanto, considera-se, então, que o consumo midiático atual alcança vários fatores na relação comunicativa. Isto porque, “somos *on* e *off* ao mesmo tempo, simbioticamente formando um ser maior que o nosso corpo/cérebro biológico, nos expandindo para todo tipo de dispositivo e abrangendo outras mentes e corpos”. (GABRIEL, 2012, p.51 *apud* SANTAELLA, 2013, p. 112).

Seguindo essa linha de pensamento, observa-se que não importa a distância, os celulares oferecem às pessoas proximidade no contato, mesmo que não seja física ou geograficamente longe, porém, se “está sempre ao alcance”, o qual dota o dispositivo móvel

de proximidade subjetiva. Conforme Santaella, “o celular também incorporou a hibridização de linguagens que faz jus às formas de cognição humana, também híbridas”. (SANTAELLA, 2007, p. 250). É nessa alternância e hibridização que o consumo midiático acontece atualmente e, muito mais, se considerarmos o consumo midiático juvenil.

Dados do estudo “Consumidor Digital – Comportamento e Preferências”⁵, do Centro de Inteligência Padrão (CIP) em parceria com a MeSeems, realizado em 2015, registram indicadores sobre o ‘novo consumidor digital móvel’ na geração que o estudo identifica como a geração MoMo, ou seja, uma ‘geração moderna e móvel’. Essa pesquisa, apesar de não explicitarmos o número absoluto da população questionada, revela percentagem significativa indicando que “praticamente todos os entrevistados (94,6%) possuem um *smartphone*” (BARBA, 2015, p. 1), conforme mostra, a seguir, a Figura 01:

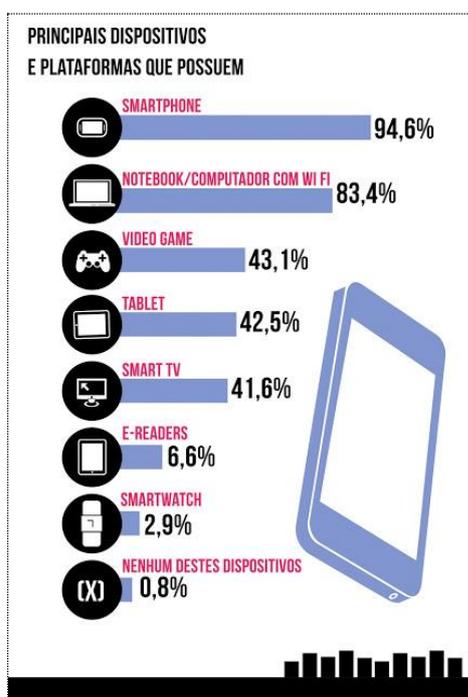


FIGURA 01 - PRINCIPAIS DISPOSITIVOS E PLATAFORMAS SEGUNDO CONSUMIDOR DIGITAL – COMPORTAMENTO E PREFERÊNCIAS.

Fonte: “Consumidor Digital – Comportamento e Preferências” - Centro de Inteligência Padrão (CIP) / MeSeems (2015). Disponível em: <<http://consumidormoderno.com.br/index.php/comportamento/relacionamento/item/29981-as-8-prioridades-da-geracao-momo-moderna-e-movel>> Acesso em: 06 ago. 2015.

⁵ BARBA, Danilo. As 8 prioridades da geração momo: moderna e móvel. (06/07/2015). Disponível em: <<http://consumidormoderno.com.br/index.php/comportamento/relacionamento/item/29981-as-8-prioridades-da-geracao-momo-moderna-e-movel>> Acesso em: 06 ago. 2015.

Ainda segundo indicadores da pesquisa “Consumidor Digital – Comportamento e Preferências”, a geração MoMo utiliza de forma significativa os navegadores para entretenimento e redes sociais, em primeiro lugar, e só depois para realizar compras, entre outras atividades pelo *smartphone* ou *tablet*:

Apesar da infinidade de aplicativos disponíveis para download em lojas virtuais, a geração MoMo ainda *usa bastante os navegadores para surfar a web. Seja no smartphone ou no tablet*, eles são utilizados na maioria das vezes para entretenimento, redes sociais e e-mail. Quanto ao uso do navegador para realizar compras online, o celular sai na frente: 34,3% dos usuários de *smartphone* e 32,1% de *tablet* utilizam o browser desta maneira. (BARBA, 2015, p. 3).

A Figura 02 registra os usuários que utilizam o navegador de internet e seu acesso, a seguir:

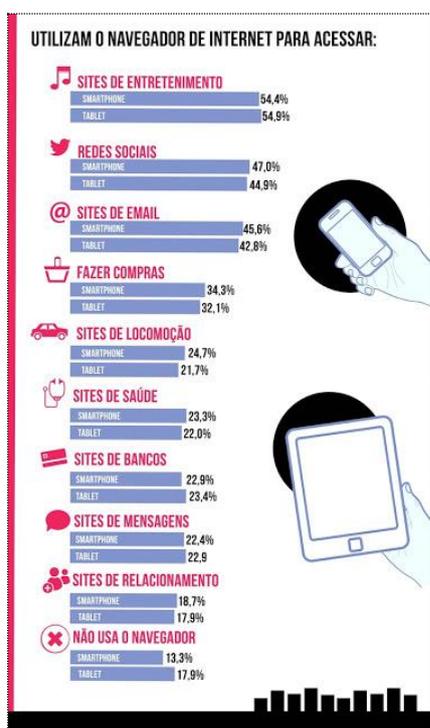


FIGURA 02 – UTILIZAM O NAVEGADOR DE INTERNET PARA ACESSO.

Fonte: “Consumidor Digital – Comportamento e Preferências” - Centro de Inteligência Padrão (CIP) / MeSeems (2015). Disponível em: <<http://consumidormoderno.com.br/index.php/comportamento/relacionamento/item/29981-as-8-prioridades-da-geracao-momo-moderna-e-movel>> Acesso em: 06 ago. 2015.

Nesse sentido, as plataformas hipermediáticas oferecem novos padrões de relacionamentos sociais criando espaços de interação em que “[...] o papel do indivíduo na construção de sua própria rede social é preponderante. Na rede, o ator determina com quem irá interagir e com quem irá constituir laços sociais”. (RECUERO, 2009, p. 142) Essas relações sociais complexas e esses laços fortalecem-se devido ao “capital social de rede”, que

disponibilizaria as redes sociais digitais (RSD) como a capacidade que a rede propicia como o “sentimento de estar conectado” (RECUERO, 2009, p.143). Os compartilhamentos nas redes de fotos, vídeos e outras informações pessoais “mostram cada vez mais que os adolescentes usam a internet para experimentar suas identidades [...] está mudando a forma como os adolescentes comunicam entre si suas identidades”. (STRASBURGER et al., 2011 , p. 35)

Os jovens realizam diversas atividades, a partir das plataformas hipermediáticas, as quais podem categorizar-se como atividades direcionadas à comunicação, busca de informações e criação de conteúdo (STERN; TAYLOR, 2009, p. 258). Portanto, o uso, consumo midiático e apropriação das mídias pela juventude, no contexto da convergência, oferecem abrangentes perspectivas. Em outras palavras, relacionar-se de forma instantânea, ter acesso a informações e possibilidade de divulgar suas ideias.

Em primeiro lugar, a categoria da comunicação permite a geração juvenil construir relações sociais e formas de autoexpressão que auxiliam no desenvolvimento das subjetividades. Da mesma forma, a instantaneidade das mensagens comunicativas propiciadas nesse contexto convergente reforça-se com o fato de poder realizar muitas atividades simultâneas de forma eficiente, ou multitarefas. A informalidade na escrita feita para as RSD, por exemplo, facilita a conversação entre amigos nas redes, de forma descontraída. Em segundo lugar, a busca de informações oferece aos jovens conteúdos que atendem as suas necessidades e desejos pela ampla gama de informações, sejam de cunho informativo, entretenimento, de compra, entre outras. Muitos deles utilizam as plataformas hipermediáticas para adquirir bens ou serviços, contudo, podem encontrar dificuldade em comprar diretamente na Internet por falta de cartão de crédito, muitas das vezes dos pais. Porém, é conveniente destacar que “mais frequentemente, os jovens usam a internet para ‘olhar as vitrines’, antes de fazer suas compras *off-line*” (PASTORE *apud* STERN; TAYLOR, 2009, p. 260).

Por fim, sobre a categoria da criação de conteúdo a partir da Internet, ou apropriação midiática propriamente dita, percebe-se que apesar de que a juventude está apropriando-se dessa alternativa ainda existem formas que poderiam ser mais exploradas. A busca pela identidade por parte deles é característica da construção das subjetividades jovens, por isso, os contextos midiáticos em tempos das convergências podem “auxiliar a facilitar a autorreflexão, a experimentação da identidade e a autoexposição de forma saudável”. (STERN *apud* STERN; TAYLOR, 2009, p. 262). Essa criação de conteúdo exemplifica-se, muitas vezes, pelo *remix* de vídeos, criação de blogs, e mais recentemente, na criação de páginas pessoais nas RSD como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* ou *Instagram*.

Tomando como prerrogativa o conceito de comunicação ubíqua de Santaella (2013) – a autora comenta sobre a vida ubíqua nas redes sociais, sendo que a vida transcorre entre a cotidianidade concreta e virtual. Claro exemplo é o *Facebook*, no qual divulgam-se mensagens na virtualidade dessa rede, de forma simultânea e constante, enquanto o cotidiano da vida real dos usuários vai acontecendo. Essa é uma característica que evidencia uma das diversas mudanças ocorridas com as plataformas hipermediáticas.

Saber o que fazemos com as redes sociais digitais é fundamental, porém mais importante ainda é saber o que as redes estão fazendo conosco. O que estão fazendo com a nossa subjetividade e sociabilidade, com a nossa memória, com os nossos anseios e desejos, o que estão fazendo com nossos modos de receber informação, de nos darmos conta dos fatos, de adquirir conhecimento, de perceber e representar o mundo, enfim, o que estão fazendo com os nossos processos de aprendizagem e, possivelmente, com as nossas maneiras de ensinar e educar. (SANTAELLA, 2013, p. 112).

Neste sentido, é importante perceber as relações cotidianas do público, além de um foco apenas para a mídia. Os hábitos cotidianos passaram e passam por transformações a partir do consumo midiático, sentimentos são fortalecidos e gerados nas redes sociais digitais, conversas são pautadas pelo que foi visto na televisão. Martín-Barbero (2009, p. 265) fortalece esta discussão com o conceito de mediações: “O campo daquilo que denominamos mediações é constituído pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade”.

Muito além de um meio de compartilhamento de conteúdos, as RSD são vistas como espaços de visibilidade, de formas de expressão, de estar e sentir-se inserido diante de um contexto por que não dizer social, sendo que “[...] qualquer um passa a funcionar como gerador de conteúdos e de vínculos emocionais”. (SANTAELLA, 2013, p. 116). As ideias e opiniões são curtidas, compartilhadas ou comentadas, o que reforça os laços entre os integrantes das redes. Sued define o *Facebook* como “um espaço emergente da convergência de meios de comunicação preexistentes, culturas colaborativas e audiências participativas”. (SUED 2010 *apud* SANTAELLA, 2013, p. 317). A cultura participativa está relacionada com as possibilidades de que além de acolher conteúdos, as pessoas produzem estes conteúdos midiáticos nas redes sociais digitais.

3. ABORDAGENS E OPÇÕES METODOLÓGICAS

O presente estudo, de caráter exploratório, tem abordagem qualitativa. Em primeiro lugar, a pesquisa exploratória não busca resolver problemas, mas desvendar, descobrir, esclarecer e modificar conceitos e ideias, isto é, “destina-se a esclarecer do que se trata, a

reconhecer a natureza do fenômeno, a situá-lo no tempo e no espaço”. (RODRIGUES, 2007, p.28).

Em segundo lugar, nos estudos qualitativos “o objetivo muitas vezes está mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas”. (DUARTE, 2006, p. 63) A escolha pela abordagem qualitativa indica a importância da interpretação das informações para a explicação e compreensão das descobertas científicas: “o pesquisador qualitativo normalmente tenta assegurar o leitor de que o objetivo não é alcançar uma generalização, mas fornecer exemplos situacionais à experiência do leitor” (STAKE, 2011, p. 33-34). Assim sendo, entende-se como qualitativa a pesquisa que “pondera, sopesa, analisa e interpreta dados relativos à natureza dos fenômenos”. (RODRIGUES, 2007, p.38).

Além disso, os procedimentos técnicos foram a pesquisa bibliográfica, a partir dos temas e autores relacionados à área do estudo, e a pesquisa de campo com a aplicação de grupos focais e entrevistas em profundidade, todos relacionados ao universo dos jovens e a comunicação.

A escolha pela pesquisa qualitativa contribuiu para o entendimento das subjetividades jovens relacionadas ao uso, consumo midiático e apropriação em tempos de convergência. Por isso, optou-se pelos grupos focais que “são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São na verdade uma entrevista coletiva que busca identificar tendências”. (COSTA, 2006, p.181)

Na pesquisa qualitativa objetiva-se obter dados gerais, inferências que auxiliem na melhor compreensão do fenômeno a ser estudado, de forma abrangente. Por isso, utilizaram-se, prioritariamente, os grupos focais e, em segundo lugar, as entrevistas em profundidade. Por um lado, a entrevista em profundidade é:

(...) extremamente útil para estudos do tipo exploratório, que tratam de conceitos, percepções ou visões para ampliar conceitos sobre a situação analisada. Pode ser empregada para o tipo descritivo em que o pesquisador busca mapear uma situação ou campo de análise, descrever e focar determinado contexto. (SELLTIZ et al., 1987 *apud* DUARTE, 2006, p.64)

Por outro lado, “qualquer discussão de grupo pode ser chamada de um grupo focal, contanto que o pesquisador esteja ativamente atento e encorajando às interações do grupo” (KITZINGER e BARBOUR, 1999, p.20 *apud* BARBOUR, 2009, p. 21).

Ponto crucial no melhor desenvolvimento dos grupos focais são as interações obtidas no percurso da discussão em grupo, a partir dessas opiniões e expressões que serão úteis tanto na interpretação dos dados já que “a maior busca é a de compreender e não inferir nem generalizar” (COSTA, 2006, p. 181).

Também é considerada a interação no sentido da “importância de observar as interações do grupo: as dinâmicas do grupo e as atividades nas quais ele se engaja”. (BARBOUR, 2009, p.21) A organização dos tópicos a serem discutidos, de forma prévia pelo entrevistador, ou moderador, oportunizará estimular a interação e respeitando a diversidade de opiniões e perspectivas que surgiram nas conversações. Conforme Barbour (2009, p.55), “na análise da interação grupal, é importante, portanto, examinar as vozes individuais na discussão”, com o objetivo de ampliar as facetas registradas proporcionando assim diversas perspectivas e opiniões.

Tomando como base as considerações de Triviños (2001), os grupos focais tiveram acompanhamento de uma moderadora, tendo registro com gravador de áudio e câmera fotográfica, sendo todos cientes disso. A gravação facilitou a transcrição e análise posterior dos depoimentos obtidos nos grupos focais. Tanto os alunos como os orientadores pedagógicos das escolas participantes das pesquisas qualitativas, sejam grupos focais ou entrevistas em profundidade, assinaram termo de consentimento e autorização de uso de imagens e áudio.

Nesse sentido, as pesquisas qualitativas relatadas no presente texto foram realizadas no próprio ambiente escolar, no laboratório de informática e na sala de aula, seguindo as considerações de Flick (2009, p.13), que indica o fato de acessibilidade às interações dos grupos no seu contexto natural.

3.1 CAMPO DE OBSERVAÇÃO

Em relação à pesquisa qualitativa, foram aplicados grupos focais e entrevista em profundidade, com alunos de escolas públicas (estaduais e municipais) e particulares, com alunos na faixa etária de 13 a 19 anos, em Blumenau, Santa Catarina. Foram grupos focais e entrevistas em profundidade relacionadas ao uso, consumo e apropriação de Internet, RSD e do celular. Os estudos tomaram como critério de inclusão na escolha das escolas fatores como natureza (pública e particular), tamanho ou densidade populacional de estudantes, e representatividade social. Assim, foram aplicadas as pesquisas em duas escolas estaduais, de significativa população de estudantes, e uma escola particular representativa, e foi aplicado

mais um grupo focal numa escola municipal, de perfil socioeconômico baixo, com alunos de 13 e 14 anos. Foram seis grupos focais e um grupo com entrevistas em profundidade com auxílio do computador.

Natureza da Escola	Pesquisa Qualitativa (Grupos Focais e Entrevistas em profundidade)		Número de Alunos
	Feminino	Masculino	
Pública Estadual A	5	4	9
	5	5	10
Sub-Total (A)	10	9	19
Pública Estadual B	6	4	10
	2	3	5
Sub-Total (B)	8	7	15
Pública Municipal C	8	5	13
Sub-Total (C)	8	5	13
Particular D	10	4	14
	3	2	5
Sub-Total (D)	13	6	19
TOTAL (A+B+ C+D)	39	27	66

TABELA 01 - COMPOSIÇÃO DA PESQUISA QUALITATIVA COM ESTUDANTES DE 13 A 19 ANOS, EM ESCOLAS PÚBLICAS E PARTICULAR, EM BLUMENAU, SANTA CATARINA, EM 2011. (EM NÚMERO ABSOLUTO)

FONTE: AS AUTORAS (2015).

A composição dos participantes da pesquisa, como mostra a Tabela 01, envolveu 61 estudantes blumenauenses, nos grupos focais, sendo que as entrevistas em profundidade foram realizadas com 5 jovens, de forma individual, de escola particular, entre 15 e 16 anos, focalizando-se como temática a Internet. Essas entrevistas realizaram-se no laboratório de informática da escola. No total, então, a pesquisa qualitativa, seja nos grupos focais e na entrevista em profundidade, envolveu 66 alunos de Blumenau.

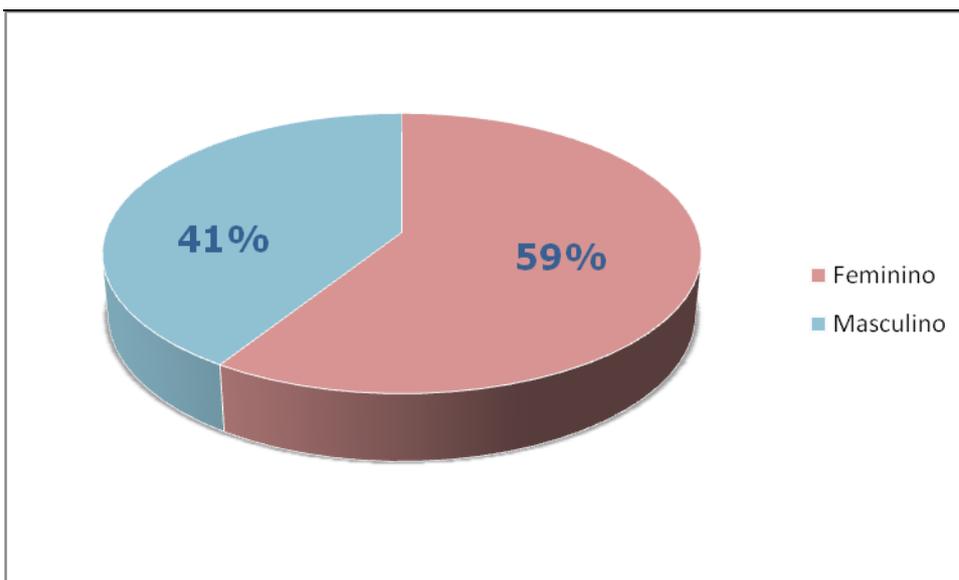


GRÁFICO 01 – COMPOSIÇÃO DA PESQUISA QUALITATIVA, POR GÊNERO, COM ESTUDANTES DE 13 A 19 ANOS, EM ESCOLAS PÚBLICAS E PARTICULAR, EM BLUMENAU, SANTA CATARINA, EM 2011. (EM PERCENTAGEM)

FONTE: AS AUTORAS (2015).

Como registra o Gráfico 01, a população feminina foi de 59%, sendo 41% a população masculina de estudantes, de 13 a 19 anos, que participaram dos grupos focais e das entrevistas em profundidade. Em relação ao desenvolvimento e aplicação da pesquisa qualitativa, ela teve duração aproximada de duas horas por cada grupo e entrevistas, sendo na totalidade 14 horas de material gravado em áudio, com acompanhamento de câmera fotográfica e, em alguns casos, câmera de vídeo, sendo que foi prioritariamente utilizada para registro dos grupos a câmera do celular. Sendo assim, foram 14 horas registrando os depoimentos juvenis, os quais foram transcritos no programa Word. Todos os alunos que participaram das pesquisas qualitativas assinaram termo de autorização de imagens, voz e depoimentos devidamente autorizados pelos pais ou responsáveis da escola. Entretanto, deve-se enfatizar que durante a

realização propriamente dos grupos focais e entrevistas categorizaram-se os depoimentos de cada aluno para proteger suas identidades, favorecendo maior liberdade na expressão das opiniões e ideias dos participantes.

4. USO, APROPRIAÇÃO E CONSUMO MUDIÁTICO DOS JOVENS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

As pesquisas qualitativas registraram as opiniões, ideias e valores da juventude blumenauense sobre o uso, consumo e apropriação midiáticos no contexto da cultura da convergência. Por um lado, sobre o uso de outras redes sociais digitais como *Twitter* e *Facebook*, os estudantes comentam sobre suas diferenciações e facilidades. Especificamente sobre o *Twitter*, os jovens relatam que enviam mensagens para os amigos. E que o fato de ser um texto curto de apenas 40 caracteres, nem sempre incomoda o seu uso. Porém, outros sentem-se incomodados com a brevidade do discurso.

Menina - O Twitter se eu quero falar com uma amiga em casa, que vive no computador... eu mando no Twitter, não preciso ficar mandando mensagem. Eu tenho certeza que ela vai ver... E outra que eu não gasto celular, pago um fixo na internet e pronto. E outra que eu tenho certeza que ela vai ver. (confiança)

Menino - Incomoda, mas tem um Twitter longo... Que é um site que tu podes escrever até mais caracteres. Conectado com o Twitter.

Menina - Ah, eu escrevo assim e quando chega no final daí eu escrevo mais o resto... e vou fazendo assim até acabar (risos), mas eu não tenho muita coisa longa pra escrever, eu acho. (riso)

Menino - Fiquei umas duas semanas com ele. Mas por isso mesmo. Muito limitado na minha opinião e sempre enche a minha caixa de e-mails. Tinha vezes que eu queria expressar meus pensamentos e tinha que ser em duas vezes (dois tweets), ou seja, eu tinha que começar de trás pra frente pra que quem lesse entendesse. Acaba ficando bem estranho pra mim que não sou acostumado com isso.

Além disso, estudos relatam que a geração atual, a partir da convergência tecnológica, possa ter sido estimulada a novos processos de cognição, no que define-se como ‘inteligência coletiva’. Isso se expressa, sobretudo, na apropriação e criação de conteúdo *online*: “nessa cultura participativa, a capacidade de interagir tanto com pessoas quanto com computadores pode expandir as nossas capacidades mentais” (JENKINS *apud* TAPSCOTT, 2010, p.141). Ou seja, o conhecimento colaborativo.

Os alunos relatam que utilizam o celular para comunicar-se com família e amigos mediante o uso de mensagens seguindo o estilo do *WhatsApp*. A linguagem utilizada nas

mensagens é diversa: alguns criaram linguagem própria com abreviações e variados diminutivos, enquanto outros utilizam linguagem coloquial.

Menina - Eu uso cadê com k, uso barras para abreviar, encurto a palavra, por ser mais rápido.

Menino – Eu acho que quando você fala com um amigo não precisa usar o português correto, porque a maioria dos assuntos não são coisas sérias.

Menino - É aquela língua de internet que todo mundo sabe, todo mundo usa.

Por outro lado, em relação à apropriação dos elementos disponibilizados pela Internet, essa apreensão tem menor destaque. Os jovens acessam o *Youtube*, assistem televisão na Internet, contudo, não costumam postar vídeos produzidos por eles mesmos. Porém, nem sempre apropriam-se dela para produzir seus próprios materiais audiovisuais.

Menina - Já. A minha foi bem vergonha (risos). Fiz em 2007. Eu e minhas amigas a gente fez um vídeo com a música das Spacegirls ... gravou o vídeo e colocamos no Youtube (risos) ficou horrível. (engraçado). Agora eu fiz um filme e minha amiga quis colocar no Youtube e até mas eu não sei depois dessa se a gente vai continuar fazendo vídeos. (risos)

São poucos os estudantes que relataram ter blog próprio, sobretudo, porque precisa de tempo e dedicação para atualizá-lo. Contudo, os jovens que têm blog destacam que ele contribui no reforço dos seus laços e conexões de sociabilidade.

Menino – A pessoa que tem blog, ela sempre tem que estar todo dia na internet pra atualizar né, tipo, tem muita gente que tem internet, mas daqui a pouco perde daí fica sem atualizar e aquilo ali vai acumulando.

Menino – Eu tenho blog, de música, de uma cultura nova que tá surgindo. Mas eu comecei de brincadeira com os meus amigos pra compartilhar, porque eles são de Curitiba. E agora já juntamos mais uns caras, que um é de São Paulo e tem festa fundada com o nome do blog, tipo mais sobre música e sobre essa cultura nova, mais urbana, que tá surgindo ainda.

Menina - Eu acho que blog é uma coisa que você tem que ter muita dedicação. É difícil eu entrar na internet pelo meu desktop e, aí vou acabar abandonando o blog. E eu acho que quem tem blog tem que se dedicar.

Menina - É por isso que eu digo que pra ter um blog tem que ter muita dedicação. E eu não sou tão dedicada assim em relação à internet. Eu gosto mais de coisas instantâneas que tenham uma resposta rápida.

Diante da sugestão de fazer um blog da turma da escola, alguns comentaram que se fizessem, iriam inserir fotos e vídeos do colégio, temas de interesse e humor, namoros, música, notícias sobre os artistas, notícias em geral, fofocas, entre outras temáticas jovens.

Menino – Eu faria uns vídeos do colégio.

Menino – Têm muitas vezes que rola briga.

Menina – Não é muito legal mostrar a parte ruim do colégio né.

Menino – Podia colocar fotos do colégio.

Menina – Devia mostrar as coisas boas do colégio, da festa junina.

Menino – Eu faria um blog de encontros, de namoros, pra se conhecerem, pra sei lá ter relacionamentos novos, pra conhecer mais pessoas.

Menino – Erotismo (risos).

Menina – Vídeos engraçados.

Menina – Fofocar.

Menina – Notícias.

Em relação à leitura das mensagens veiculadas na Internet, o processo de leitura hipermidiática acontece entre os entrevistados, sendo que eles destacaram ainda a adaptação à narrativa não-linear favorecida por essa plataforma.

Menina - No jornal você vê aquilo naquele formato só aquilo, na internet não, você clica sobre música e dali você pode clicar sobre um outro tipo de música... daqui a pouco eu já tô falando de sei lá o que...é tudo muito mais interligado.

Em relação às páginas da Internet o que chama a atenção dos estudantes nos sites que costumam acessar, imagens, fotos, cores, alguma animação, contudo, a leitura das narrativas hipermidiáticas destaca a imagem como critério de seleção do que será acessado na Internet.

Menino - Na maioria das vezes, eu vou pela imagem, que ela força a minha atenção pela imagem e acabo lendo o que está escrito embaixo e acabo vendo se me convém esse assunto, senão eu deixo passar em branco, mesmo com imagem. E é difícil eu parar pra ler um texto, direto assim, se parar, por exemplo, se viesse nos sites, normalmente tem uma imagem daí eu clico, vejo o que está escrito embaixo e entro pra saber mais sobre aquilo, então é a imagem mesmo que me chama a atenção.

Isto relaciona-se com estudo de Tapscott (2010, p. 130-1), a geração digital ‘olha para as coisas de outra maneira’, ou seja, a leitura dos conteúdos hipermidiáticos ou na Internet é diferenciada se relacionada com a leitura dos adultos.

5. CONSIDERAÇÕES

Por um lado, percebe-se que muitos dos jovens ainda não se apropriaram das novas mídias com todas as potencialidades de produção de conteúdo que elas oferecem: 95% dos estudantes não têm blog, por exemplo. Por outro lado, quando questionados se os alunos gostariam de desenvolver um blog na escola, vários depoimentos dos estudantes relatam que gostariam, sim, fazer um blog escolar com fotos, vídeos e comentários da turma. Porém, muitas vezes a vontade de expressar opiniões e compartilhar conteúdos é suprida nas próprias redes sociais digitais de outra maneira, como é o caso do *Twitter* e *Facebook*.

Notou-se a preocupação da instantaneidade nos meios convergentes nos depoimentos durante a pesquisa, o que reflete em questões emocionais, também observadas durante os

grupos focais, como a ansiedade, cada vez mais presente no público diante das novas mídias. A espera por respostas no *WhatsApp*, curtidas no *Facebook*, vídeos a serem carregados no *YouTube*, entre outros, estão diretamente relacionados aos sentimentos gerados ou fortalecidos no contexto do consumo digital.

As expressões juvenis também se associam ao conceito de mediações proposto por Martín-Barbero (2009), com um olhar a partir da cultura, quando revelam a inserção das redes sociais digitais em seus diferentes ambientes sociais, em família, com os amigos, tanto no contexto cultural das escolas públicas como da instituição particular, com realidades socioeconômicas bem diferentes entre elas. Observa-se como ponto de encontro das culturas híbridas dos jovens estudantes blumenauenses a dependência pelo consumo midiático, neste caso as redes sociais digitais, como espaço de expressão de opiniões e conexão com o mundo, muitas vezes idealizado na ambiência virtual.

O uso das redes sociais digitais é maciço pelos alunos. Os depoimentos dos jovens mostram que as redes estão presentes nos seus cotidianos. O uso e consumo midiático são significativos. Apesar disso, a apropriação midiática no contexto convergente poderia ser mais explorada. O presente texto mostra a relevância que a comunicação tem em tempos de convergência, destacando-se indicações de cultura participativa, novas formas de sociabilidade e construção das subjetividades na condição juvenil. Por isso, considera-se conveniente realizar monitoramentos periódicos nesse sentido, para continuar revelando as opiniões da juventude em futuras pesquisas.

6. REFERÊNCIAS

BARBA, Danilo. **As 8 prioridades da geração momo**: moderna e móvel. (06/07/2015). Disponível em: <<http://consumidormoderno.com.br/index.php/comportamento/relacionamento/item/29981-as-8-prioridades-da-geracao-momo-moderna-e-movel>> Acesso em: 06 ago. 2015.

BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais**. Porto Alegre: Bookman/Artmed, 2009.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo focal. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

FLICK, Uwe. Introdução à coleção pesquisa qualitativa. In: BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais**. Porto Alegre: Bookman/Artmed, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

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

_____. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Rui Martinho. **Pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

STAKE, Robert E. **Pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Penso, 2011.

STERN, Susannah. R.; WILLIS, Taylor J.. O que os adolescentes estão querendo *on-line*? In: MAZZARELLA, Sharon. **Os jovens e a mídia**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

STRASBURGER, Victor; WILSON, Barbara J.; JORDAN, Amy B. **Crianças, adolescentes e a mídia**. Porto Alegre: Penso, 2011.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TORRES-MORALES, Ofelia Elisa Torres; KOHLS, Chirlei Diana. **Recepção, Jovens e Representações Midiáticas no cenário escolar em Blumenau, Santa Catarina, Brasil**. DT - Recepção e consumo na comunicação. In: XIV Congresso Ibero-americano de Comunicação - IBERCOM 2015. São Paulo, de 30 de março a 02 de abril de 2015. AssIBERCOM, ECA-USP, SOCICOM.

TORRES-MORALES, Ofelia Elisa; SOUZA, Carlos Alberto de; VIGLUS, Marina Vera. Identidades jovens e contextos midiáticos: um perfil paranaense em tempos de convergências. In: SOUZA, Carlos Alberto de; TORRES-MORALES, Ofelia Elisa. **Mídias contemporâneas: possibilidades e desafios**. Ponta Grossa: UEPG/PROEX, 2014. p. 163-180. Disponível em: <https://uepgfocafoto.wordpress.com/> Acesso em: 06 ago. 2015.

TORRES-MORALES, Ofelia; PEREIRA, Eliane; KOHLS, Chirlei Diana. Juventude e mídias contemporâneas nos contextos escolar e familiar: perspectivas qualitativas. In: SOUZA, Carlos Alberto de; TORRES-MORALES, Ofelia Elisa. (orgs.). **Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania: aproximações jovens**. PG: UEPG/PROEX, 2015. (Vol. II). p.148-178. Disponível em: <http://ideiaemovimento.blogspot.com.br/> Acesso em: 26 jul. 2015.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. **Bases teórico-metodológicas da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Faculdades Integradas Ritter dos Reis, 2001.