

CONSUMO DE VÍDEO ENTRE JOVENS:

UM ESTUDO QUALITATIVO EM DOIS
MUNICÍPIOS DO NORTE E SUL DO BRASIL

FERNANDA CHOCRON MIRANDA



KU LEUVEN

UFRGS
UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO GRANDE DO SUL

TESE DE DOUTORADO

**CONSUMO DE VÍDEO ENTRE JOVENS:
um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil**

Fernanda Chocron Miranda

Porto Alegre, Brasil
2019

TESE DE DOUTORADO

CONSUMO DE VÍDEO ENTRE JOVENS:
um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil

Fernanda Chocron Miranda

Porto Alegre, Brasil
2019

CONSUMO DE VÍDEO ENTRE JOVENS: um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil

Fernanda Chocron Miranda

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação a ser concedido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, via Programa de Pós-Graduação em Comunicação, e de Doutora em Ciências Sociais concedido pela KU Leuven University, via Programa de Doutorado em Ciências Sociais, conforme Convenção de Cotutela assinada no dia 02 de maio de 2018.

Orientadora na UFRGS: Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks

Orientadora na KU Leuven: Profa. Dra. Bieke Zaman

Coorientador na KU Leuven: Dr. David Geerts

CIP - Catalogação na Publicação

Miranda, Fernanda Chocron

Consumo de vídeo entre jovens: um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil /
Fernanda Chocron Miranda. -- 2019.

382 f.

Orientadoras: Nilda Aparecida Jacks (UFRGS), Bieke Zaman (KU Leuven).

Coorientador: David Geerts (KU Leuven).

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Consumo de vídeo 2. Fluxo Interacional 3. Estudo de diário 4. Interior do Brasil 5. Jovens I. Jacks, Nilda
Aparecida, orient. II. Zaman, Bieke, orient. III. Geerts, David, coorient. IV. Título.

Fernanda Chocron Miranda

**CONSUMO DE VÍDEO ENTRE JOVENS:
um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil**

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação a ser concedido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, via Programa de Pós-Graduação em Comunicação, e de Doutora em Ciências Sociais concedido pela KU Leuven University, via Programa de Doutorado em Ciências Sociais, conforme Convenção de Cotutela assinada no dia 02 de maio de 2018.

Aprovada em 12 de março de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Sônia Elisa Caregnato

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) | Presidente da Banca Examinadora

Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks

Orientadora na UFRGS

Profa. Dra. Bieke Zaman

Orientadora na KU Leuven

Dr. David Geerts

Coorientador na KU Leuven

Dra. Vinoba Vinayagamoorthy

British Broadcasting Corporation (BBC) | Membro Externo da Banca Examinadora

Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher

Universidade Federal do Pará (UFPA) | Membro Externo da Banca Examinadora

Prof. Dr. Cédric Courtois

KU Leuven | Membro Interno da Banca Examinadora

Profa. Dra. Raquel da Cunha Recuero

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) | Membro Interno da Banca Examinadora

- Agradecimentos -

"A mudança mais importante começa a partir do nosso quintal. Se cada um que entrar na universidade se dedicar a alterar o seu quintal, daqui a pouco, teremos um encontro de quintais que foram transformados. E só assim mudamos nossa casa, nosso bairro e nossa sociedade. Aos poucos, portanto, teremos uma reunião de quintais que incomodarão os outros que ainda não se alteraram, a fazerem o mesmo".

A reflexão acima foi expressa por nós ao final de uma das entrevistas que baseou esta tese. Ao reler as transcrição desta entrevista, me peguei refletindo sobre o que curiosamente disse para uma querida jovem de Tavares. Nesse momento, fiquei emocionada por me ver, como uma filha de universidade pública brasileira, fazendo um relato sobre como minha vida tinha sido transformada desde que entrei na graduação. Um processo de transformação que não começou na UFRGS e tampouco no doutorado.

O começo foi na graduação, na Universidade Federal do Pará (UFPA), minha universidade do coração. Nela, fui recebida ainda iniciante para viver uma formação acadêmica e cidadã. Assim, toda a caminhada até o doutorado e até à defesa, é resultado direto de pesquisas desenvolvidas dentro e fora do Brasil financiadas a partir de recursos públicos de nosso país, capitaneados por esta instituição. Mais do que investimentos em ciência e tecnologia, os projetos dos quais participei e colaborei na UFPA tiveram metas ousadas: a de fazer pesquisa e formar recursos para a região Norte do país e, a partir disso, amenizar e, se possível, combater assimetrias regionais no que tange a ações de ensino, pesquisa e extensão no Brasil.

Minha formação e, conseqüentemente, esta tese, é resultado de um projeto de país que pela primeira vez incluiu o Norte de forma real e efetiva no cenário de ciência e tecnologia nacional. Um projeto que ainda hoje é severamente criticado, mas que independente do que tenha ocorrido, indiscutivelmente transformou a "cara" do nosso país e deu esperança (e não migalhas) aos que nunca puderam se manifestar, especialmente no Norte do país. Tenho certeza que foi esse movimento político, econômico e social que permitiu que jovens como eu pudessem ter para onde voltar após concluirmos o doutorado.

Diante disso, registro meus mais sinceros agradecimentos e enorme respeito às agências de fomento brasileiras, das quais obtive financiamento desde a iniciação científica até o doutorado sanduíche e depois dupla titulação. À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), minha gratidão e votos de vida longa neste país.

Agradeço imensamente à UFPA, universidade jovem e ousada, que me permitiu alçar voos que nunca pensei serem possíveis. Essa instituição foi agente direta deste doutorado, já que foi por meio de projetos liderados por ela e seus pesquisadores que pude realizar minha formação de doutorado com financiamento em diferentes etapas, dentro e fora do Brasil.

Seria impossível mencionar a todos que fazem essa universidade, mas registro alguns agradecimentos:

- Ao incansável trabalho de professores e grandes gestores como Emmanuel Zagury Tourinho, Horácio Schneider, Carlos Edilson Maneschy, Alex Fiúza, Cristovam Diniz, José Miguel Veloso, Selma Leite, Iracilda Sampaio, Janice Muriel, Edson Ortiz, Luciano Nicolau, Maria Lúcia Harada e José Maia.
- À professora Maria Ataíde Malcher por tudo que é e por tudo que construímos até aqui. Minha grande mestra e orientadora. À senhora dedicarei sempre todo meu respeito e gratidão. Esse doutorado foi um dos mais altos investimentos que fizemos até agora. Uma trajetória longa e bastante desafiadora, mas que, sem dúvida, nos deixou ainda mais fortes e unidas. Obrigada por seu compromisso com o que faz, por sua postura como avaliadora deste trabalho.
- À minha parceira incondicional de trabalho e que também ganhei na UFPA: Suzana Cunha Lopes. Obrigada por ser essa fortaleza e pela generosidade de todas as horas. Agora o ciclo está completo, estamos formadas!

- À Suelen Miyuki, por ser a mais incansável das parcerias, em todo e qualquer momento. O fechamento deste trabalho não teria acontecido se não estivesse comigo. Esta tese e todos os seus detalhes é apenas uma amostra do tamanho da tua generosidade.
- Aos amigos de *pesquisa-vida*, Weverton Raiol e Felipe Jailson, por tudo o que construímos e por tudo que ainda vamos construir. Obrigada por terem acreditado mesmo nos momentos mais difíceis. Agradeço pela generosidade e por terem assegurado, a partir da dedicação de vocês, que esse doutorado fosse possível.
- À querida Lorena Santos pela parceria e companhia em diferentes momentos da escrita da tese. Tua doçura deu o toque que eu não poderia dar a este trabalho.
- À Rose Pepe pela amizade que construímos e pela ajuda direta na construção desse trabalho. Gratidão eterna por tua generosidade e proteção.
- À equipe do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia da UFPA: Angela Alexandre, Any Corrêa, Arlene Cantão, Cleide Monteiro, Chrystiam Nascimento, Júlia Quemel, Kleberton Lima, Marcelo Rodrigues, Marcus Leal, Roberto Pantoja e William Gonçalves. Obrigada pela dedicação e ajuda!
- Aos pibicinhos Ana Luiza Pires, Antônio Bastos e Julianna Leão. Esse doutorado não teria sido o mesmo sem o brilho e dedicação de vocês.
- Aos professores com os quais tive a oportunidade de conviver durante minha jovem trajetória: Jane Marques, Marly Camargo, Maria Cristina Gobbi, Marianne Eliasquevici, Netília Seixas, Marcos Diniz e Sandro Colferai. Serei sempre muito grata a tudo que aprendi com vocês.
- Ao amigo Leandro Raphael por ter me acolhido no nosso grupo e pela parceria de todos esses anos.
- Aos queridos colegas de grupo de pesquisa Ronaldo Rodrigues, Marcilene Miranda e Daniella Barion. Vocês são muito especiais e fazem parte dessa conquista.
- À Ana Rosa e ao John Moon pela colaboração na tradução do texto da tese.

Agradeço à UFRGS pela acolhida e formação do doutorado. Essa instituição me trouxe até o Sul do Brasil e me permitiu um exercício muito sonhado: olhar o Brasil pela perspectiva do Norte. Um exercício desafiador, mas recompensado pela transformação que isso me causou.

- Ao PPGCOM e à FABICO, em nome dos professores Nísia do Rosário, Rudimar Baldissera, Ana Tais Portanova, Elisa Piedras e Karla Muller.
- À professora Nilda Jacks, uma das orientadoras deste trabalho, pela acolhida na UFRGS e no Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática, pela confiança e oportunidades de trabalho em diferentes projetos ao longo dos últimos quatro anos.
- À professora Raquel Recuero pelo diálogo nos últimos anos e pela avaliação sempre criteriosa. E à Profa. Sônia que gentilmente conduziu o processo de defesa.
- Ao professor Ruben Oliven, mestre que tive o privilégio de conhecer e de dialogar na UFRGS.
- Aos queridos Lúcia Loss, Cristiane Heidrich e Diego Tams pelo sério trabalho feito na secretaria do PPGCOM.- Às amigas cultivadas no doutorado. Em especial à Laura Wottrich, amorinha. Você foi o primeiro presente que ganhei de Porto Alegre. Obrigada por simplesmente tudo e pelo que ainda está por vir!
- Às amigas Sarah Moralejo, Paula Coruja, Dulce Mazer, Maria Clara Monteiro, Isaura Mourão e Cássia Lopes. E ao amigo Henrique Lucas. Obrigada pela parceria e apoio de vocês!
- Às professoras Mariângela Toaldo, Daniela Schmitz e Mônica Pieniz pela interlocução no Núcleo e acolhida em Porto Alegre.

Agradeço ainda à KU Leuven, universidade belga imponente e ao mesmo tempo encantadora. Nela, fui acolhida em todos os sentidos e estou muito honrada de ser doutora por esta instituição. Agradeço formalmente à Faculdade de Ciências Sociais, em nome dos professores Trui Steen, Tim Smith e Leen d'Haenens pelo incentivo para realizar a dupla titulação.

- Ao David Geerts, meu orientador, professor e grande parceiro de trabalho. A ti agradeço desde a acolhida em 2014 e por tudo mais que construímos juntos até aqui. Serei eternamente grata por todas as oportunidades, pelo diálogo sincero e pela orientação sempre atenta em todos os momentos do meu intercâmbio e escrita do trabalho. Que venham os próximos desafios!

- À professora Bieke Zaman, pela confiança, por ser um exemplo de pesquisadora e mulher. Uma verdadeira inspiração. Estou muito honrada por ter sido sua orientanda.
- Agradeço ainda ao professor Cédric Courtois pela oportunidade de diálogo e contribuições diretas a esta tese desde nosso primeiro contato.
- Aos colegas e parceiros de trabalho do Mintlab: Arne Jansen, Bert Vandenberghe, Evert van Beek, Françoise van Dessel, Jan Derboven, Karin Slegers, Kevin Sanders, Maarten Van Mechelen, Marije Nouwen, Oscar Alvarado, Rob van Roy e Roos Voorend. E ao professor Dirk De Grooff que iniciou tudo no grupo. A oportunidade de diálogo com vocês foi decisiva para este trabalho. O Mintlab foi a minha segunda casa nesse doutorado e serei eternamente grata a isso.
- À Michèle Van Buggenum e Kristien Hermans por todo suporte durante o processo de dupla titulação.
- Aos amigos que a Bélgica me deu: Amanda Estevez e Karen Bens por terem me ensinado um novo significado de amizade; Haleh Chizari e Teresa Castro, pela amizade doce e pelos planos de vida que ainda realizaremos juntas; Leandro Aristizábal e Alexandra Gaona pela amizade sincera e pelos dias especiais em Leuven; Martina Balli pelo encontro de almas Brasil-Itália e por teres sido decisiva para este doutorado duplo; Ellen Thuben pela doçura e parceria; e Plínio Costa, pela companhia na encantadora Leuvenzinha.

Meus mais sinceros agradecimentos às pessoas que me acompanham desde antes mesmo de eu entrar na universidade.

- Agradeço meus avós Ana Maria e Fortunado Chocron. Ter vocês em minha defesa representou a maior de minhas conquistas. Obrigada pelo incentivo permanente, nas orações, palavras de carinho. Obrigada por serem parceiros de pesquisa desde o meu Trabalho de Conclusão de Curso. Foi com vocês que aprendi a sonhar e como grandes mestres que são, eu aprendi muito bem e aqui estamos todos conquistando essa vitória.
- À minha mãe, Mary Chocron, minha maior de todas as amigas e parceiras. Obrigada por tudo. Para ti é sempre impossível agradecer por uma coisa só. A ti dedicarei sempre todas as conquistas, pois sei que sentes elas como se fosse eu ou o Vitor. Somos muito privilegiados por te termos por perto e obrigada por cuidar sempre de tudo para que tenhamos sempre o melhor lugar para voltar e descansar em paz.
- Ao meu irmão Vitor Chocron. Contigo aprendo desde pequena. Das piadas às mais bonitas provas de amor e amizade. Obrigada por ser o exemplo mais vivo de que Deus existe. Juntos tenho certeza que alcançaremos os mais lindos sonhos que sonhamos e que ainda sonharemos.
- À minha madrinha, Ana Amélia Chocron e sua amada Bibi. Tu és um exemplo de mulher, de amor e dedicação à família. Sou muito grata por ter crescido contigo por perto e por ter sempre com quem contar nas mais diferentes situações.
- Ao meu pai João Barbosa. Obrigada pelo amor vigilante e por seres sinônimo de proteção.
- Ao meu pai Fernando Miranda aos primeiros ensinamentos ainda criança.
- Aos meus tios Abraham e Salomão Chocron, Zezinho, Neydson e Nuno Miranda, Gilberto Erichsen, Rosária Barbosa, Ana Matilde, Antonio, Rodrigo e Márcia Barbosa, e ainda a todos os meus primos e primas. Obrigada por todo incentivo e carinho!
- Aos meus amados amigos e amigas: Renato Arero, Maritiza Wanzeler, Luê Soares, Camila Duarte, Marina Duarte, Lorena Henriques e Izabela Sauma. Obrigada por acreditarem e me incentivarem ao longo desses anos.

Agradeço ainda a todos os participantes desta pesquisa. Obrigada pela contribuição que cada um de vocês deu. Estou muito honrada de defender uma tese que é resultado de um trabalho conjunto com cada um. Um obrigado especial à família Ferreira pela acolhida, à comunidade de Rio Furtados em Cametá, especialmente à Ana Lígia; à direção da Escola Municipal Isabel Cristina de Tavares, na pessoa das professoras Soraia e Ana; ao Chrystiam, exemplo de jovem comprometido com seu contexto e ao qual eu agradeço pela acolhida em Tavares.

- Resumo em Português -

RESUMO

Esta tese de doutorado apresenta um estudo das práticas de consumo de vídeos realizadas por jovens (18 a 24 anos) que residem em áreas rurais do interior do Brasil, especificamente nos municípios de Cametá, no estado do Pará (PA), e de Tavares, no estado do Rio Grande do Sul (RS), localizados respectivamente nas regiões Norte e Sul do país. No decorrer dessa experiência da pesquisa, foi desenvolvida uma proposta teórico-conceitual baseada no conceito de fluxos interacionais, que entendemos como conexões pluridimensionais estabelecidas pelas audiências a partir de interações comunicativas (FRANÇA & SIMÕES, 2016) durante a assistência de vídeos oriundos de diversas plataformas de conteúdo para além da televisão, estas online ou offline e acessíveis via dispositivos variados, em diferentes lugares e horários do dia. Nós articulamos os dados empíricos construídos em pesquisa de campo nos dois municípios citados com aportes teóricos diversos (WILLIAMS, 2016; JENSEN, 1995, 2010; MORLEY & SILVERSTONE, 1990; SILVERSTONE, 1994; CARLON, 2014; COURTOIS, 2012; FECHINE, 2013, 2014; OROZCO GÓMEZ, 2010, 2011, 2014a, 2014b, 2014c; SCOLARI, 2014a, 2014b; MILLER, 2001, 2007; GARCÍA-CANCLINI, 2008a, 2008b, 2013) no intuito de compreender como os 21 participantes da pesquisa combinam as oito dimensões constitutivas dos fluxos interacionais (tela, tipo de audiência, horário, local, conteúdo, fonte de conteúdo, forma de seleção de conteúdo e regime de assistência) para viabilizar suas situações de assistência. Essa proposta orientou a montagem de um desenho metodológico híbrido, que permitiu o mapeamento de dados sobre um fenômeno cada vez mais disperso em tempo e espaço, que é o consumo de vídeos. Assim, desenvolvemos estratégia metodológica baseada na associação do estudo de diários com entrevistas semiestruturadas individuais. O material do estudo de diários – criado exclusivamente para a tese –, consiste em um conjunto de cartões que foi preenchido pelos participantes durante 10 dias. Após o preenchimento do diário, os jovens foram entrevistados, relatando e analisando as situações de consumo registradas nos cartões. Os resultados obtidos apontaram para existência de sete fluxos interacionais: (i) conteúdo favorito; (ii) notícias à mesa; (iii) relaxando em casa; (iv) companhia pela manhã; (v) ficção no tempo livre; (vi) zapping nas redes sociais; (vii) aprendendo com vídeo. Esses fluxos evidenciaram que o consumo de vídeos no atual cenário de convergência midiática (JENKINS, 2001; 2009; TERLUTTER & MOICK, 2013; KAZAKOVA & CAUBERGHE, 2013; AQUINO, 2012) demanda cada vez mais competências dos sujeitos (SCOLARI, 2018; LIVINGSTONE, 2002) com repertórios de mídia diversificados (HASEBRINK & HÖLIG, 2013), que vão além dos acumulados a partir das interações com o televisivo (OROZCO GÓMEZ, 2011). É a partir dessas competências, articuladas com seus contextos imediatos (individual, microsocial e macrossocial), que os participantes estabelecem distintos níveis de uso de mídia com diversos conteúdos e plataformas e delineiam seus fluxos interacionais para o consumo de vídeos.

Palavras-chave: Consumo de vídeos; Fluxos interacionais; Estudo de diários; Interior do Brasil; Jovens.

- Resumo em Inglês -

ABSTRACT

This doctoral dissertation presents a study about video consumption practices of young people (18 to 24 years old) that live in rural areas of the countryside of Brazil, more specifically in the municipalities of Cametá, in the state of Pará (PA) and Tavares, in the state of Rio Grande do Sul (RS), located, respectively, in the northern and southern regions of the country. During this study, a theoretical-conceptual proposal based on the concept of interaction flows was developed, that we understand as multidimensional connections established by the audiences throughout communicative interactions (FRANÇA & SIMÕES, 2016) during situations of watching video, in which the content came from several platforms beyond television, that can be online or offline and are accessible via several devices, in different locations and times of the day. We articulated with the empirical data collected in the field study, performed in both municipalities, with theoretical concepts from previous work (WILLIAMS, 2016; JENSEN, 1995, 2010; MORLEY & SILVERSTONE, 1990; SILVERSTONE, 1994; CARLON, 2014; COURTOIS, 2012; FECHINE, 2013, 2014; OROZCO GÓMEZ, 2010, 2011, 2014a, 2014b, 2014c; SCOLARI, 2014a, 2014b; MILLER, 2001, 2007; GARCÍA-CANCLINI, 2008a, 2008b, 2013) to better understand how the 21 participants of this study combined the eight constitutive dimensions of interaction flows (screen, type of audience, time, place, content, source of content, form of content selection, viewing regime) to enable their viewing situations. This proposal guided us in establishing a hybrid methodological design, which allowed us to capture data about video consumption, a phenomenon increasingly spread in time and space. The methodological strategy was based on the association of a diary study and individual semi-structured interviews. The material of the diary study – created exclusively for this dissertation –, consists of a stack of cards that was filled out by the participants during 10 days. After filling out the diary, the young people were interviewed, while reporting and analysing the consumption situations registered in the cards. The results lead to the description of seven interaction flows: (i) favourite content; (ii) news at the table; (iii) relaxing at home; (iv) company in the morning; (v) fiction during free time; (vi) zapping on social networks; (vii) learning through video. These flows demonstrated that video consumption in the current media convergence scenario (JENKINS, 2001; 2009; TERLUTTER & MOICK, 2013; KAZAKOVA & CAUBERGHE, 2013; AQUINO, 2012) demands increasingly more competences from subjects (SCOLARI, 2018; LIVINGSTONE, 2002) which contain diverse media repertoires (HASEBRINK & HÖLIG, 2013) that go beyond the ones needed for interacting with television (OROZCO GÓMEZ, 2011). Based on these competences, articulated in combination with their immediate contexts (individual, microsocial and macrosocial), the participants establish distinct levels of media usage with diverse content and platforms and outline their interaction flows for video consumption.

Keywords: Video Consumption; Interaction Flows; Diary Study; Brazilian Countryside; Young People.

ABSTRACT

Dit proefschrift presenteert een studie over videoconsumptiegewoontes door jongeren (18 tot 24 jaar oud) die op het platteland van Brazilië wonen, met name in de gemeenten Cametá, in de staat Pará (PA) en Tavares, in de staat Rio Grande do Sul (RS), respectievelijk gelegen in de noordelijke en zuidelijke regio's van het land. Tijdens het onderzoek werd een theoretisch-conceptueel voorstel ontwikkeld op basis van het concept van interactiestromen, dat we begrijpen als multidimensionale verbindingen die door het publiek worden bepaald doorheen communicatieve interacties (FRANÇA & SIMÕES, 2016) tijdens het kijken naar videos, waarbij de inhoud afkomstig is van verschillende platformen voorbij de televisie, die online of offline kunnen zijn en toegankelijk zijn via verschillende apparaten, op verschillende locaties en tijdstippen van de dag. Uitgewerkt met de empirische gegevens verzameld in een veldstudie uitgevoerd in beide gemeenten, putten we uit een theoretisch kader (WILLIAMS, 2016; JENSEN, 1995, 2010; MORLEY & SILVERSTONE, 1990; SILVERSTONE, 1994; CARLÓN, 2014; COURTOIS, 2012; FECHINE, 2013, 2014; OROZCO GÓMEZ, 2010, 2011, 2014a, 2014b, 2014c; SCOLARI, 2014a, 2014b; MILLER, 2001, 2007; GARCÍA-CANCLINI, 2008a, 2008b, 2013) om te begrijpen hoe de 21 deelnemers aan dit onderzoek de acht samengestelde dimensies van interactiestromen (scherm, type publiek, tijd, plaats, inhoud, inhoudsbron, vorm van inhoudselectie, kijkregime) hebben gecombineerd om hun kijksituaties mogelijk te maken. Dit voorstel leidde ons bij het opzetten van een hybride methodologisch ontwerp, waarmee we gegevens konden verzamelen over videoconsumptie, een fenomeen dat steeds meer verspreid is in tijd en ruimte. De methodologische strategie was gebaseerd op de combinatie van een dagboekstudie en individuele semi-gestructureerde interviews. Het materiaal van het dagboekonderzoek – specifiek gemaakt voor dit proefschrift - bestaat uit een stapel kaarten die de deelnemers gedurende 10 dagen moesten invullen. Na het invullen van het dagboek werden de jongeren geïnterviewd, waarbij ze de consumptiesituaties die in de kaarten waren geregistreerd rapporteerden en analyseerden. De resultaten leidden tot het beschrijven van zeven interactiestromen: (i) favoriete inhoud; (ii) nieuws aan de tafel; (iii) thuis ontspannen; (iv) gezelschap in de ochtend; (v) fictie tijdens de vrije tijd; (vi) zappen op social netwerken; (vii) leren door video. Deze stromen toonden aan dat het videoverbruik in het huidige mediaconvergentiescenario (JENKINS, 2001; 2009; TERLUTTER & MOICK, 2013; KAZAKOVA & CAUBERGHE, 2013; AQUINO, 2012) steeds grotere competenties van de deelnemers vereist (SCOLARI, 2018; LIVINGSTONE, 2002) en mediarepertoires bevat (HASEBRINK & HÖLIG, 2013), die verder gaan dan dewelke nodig zijn voor de interactie met televisie (OROZCO GÓMEZ, 2011). Op basis van deze competenties, uitgedrukt in combinatie met hun onmiddellijke contexten (individueel, microsociaal en macrosociaal), creëren de deelnemers verschillende niveaus van betrokkenheid met diverse inhoud en platformen en schetsen ze hun interactiestromen voor videoconsumptie.

Sleutelwoorden: Videoconsumptie; Interactiestromen; Dagboekstudie; Braziliaans platteland; Jongeren.

- Lista de Figuras -

Figura 1 – Exemplo de entrevista com jovem durante pesquisa de campo exploratória em Cametá (PA)	79
Figura 2 – Exemplo de entrevista com jovem durante pesquisa de campo exploratória em Tavares (RS).....	79
Figura 3 – Exemplo de entrevista com moradora de Rio Furtados, Cametá (PA) durante pesquisa de campo exploratória	80
Figura 4 – Formas de acesso a experiências e tipos de conhecimentos	91
Figura 5 – Exemplo de cartão (frente e verso padrão) criado para uso no projeto <i>NPO</i>	98
Figura 6 – Exemplos de cartões (frente padrão e 2 versos) com perguntas extras do projeto <i>NPO</i>	99
Figura 7 – Exemplo de cartões especiais (2 frentes e verso padrão) do projeto <i>NPO</i>	99
Figura 8 – Exemplo de cartões especiais (2 frentes e verso padrão) do projeto <i>NPO</i>	100
Figura 9 – Primeiro workshop de co-criação na sede da <i>NPO</i> em Hilversum, Bélgica.....	101
Figura 10 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto <i>NPO</i> (Telas usadas)	102
Figura 11 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto <i>NPO</i> (Local de assistência X Tipo de conteúdo)	102
Figura 12 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto <i>NPO</i> (Cartões especiais)	103
Figura 13 – Momento de socialização de ideias pelas famílias no primeiro workshop do projeto <i>NPO</i>	103
Figura 14 – Exemplo de cluster feito com cartões do projeto <i>NPO</i> (Dia da pesquisa X Fonte de conteúdo)	105
Figura 15 – Exemplo de cluster feito com cartões do projeto <i>NPO</i> (Tela X Fonte de conteúdo X Formato conteúdo)	105
Figura 16 – Exemplo de cartões formulário elaborados para o pré-teste da metodologia com perguntas extras (frente padrão e 2 versos)	112
Figura 17 – Exemplos de cartões de perfil elaborados para o pré-teste da metodologia (2 frentes e verso padrão).....	112
Figura 18 – Cartão de instruções com exemplo de preenchimento no verso usado no pré-teste	113
Figura 19 – Cartões do projeto <i>NPO</i> usados no processo de adaptação do diário.....	114
Figura 20 – Caixa plástica, caneta e conjunto de cartões elaborados no pré-teste da metodologia	114
Figura 21 – Material do estudo de diário: pré-teste em Leuven (Bélgica).....	116
Figura 22 – Anúncio de recrutamento de participantes para o pré-teste da metodologia em Leuven, Bélgica	118
Figura 23 – Participante agrupando cartões durante entrevista realizada no pré-teste da metodologia	123
Figura 24 – Exemplo de quadro montado com cartões preenchidos e categorizados durante entrevista no pré-teste da metodologia.....	124
Figura 25 – Exemplos de cartões relacionados ao Fluxo Interacional 1	130
Figura 26 – Sequência de cartões do pré-teste com registros das melhorias/adaptações a serem feitas	140
Figura 27 – Material do estudo de diário: pesquisa de campo em Cametá (PA)	141
Figura 28 – Material do estudo de diário: pesquisa de campo em Tavares (RS).....	142
Figura 29 – Mapa com percurso percorrido na viagem Belém (PA) – Mocajuba (PA)	146
Figura 30 – Embarcação usada na viagem Mocajuba (PA) - Rio Furtados, Cametá (PA).....	147
Figura 31 – Reunião com participantes em Rio Furtados, Cametá (PA) para entrega dos diários.....	148
Figura 32 – Mapa percurso percorrido na viagem Porto Alegre (RS) – Tavares (RS)	150
Figura 33 – Participantes durante entrevistas em Cametá (PA)	154
Figura 34 – Participante durante entrevista em Rio Furtados, Cametá (PA).....	155
Figura 35 – Banner com calendário da pesquisa.....	155

Figura 36 – Embarcação usada em parte da viagem da área urbana de Cametá (PA) até Rio Furtados, Cametá (PA)	157
Figura 37 – Organização da sala para entrevistas em Tavares (RS)	158
Figura 38 – Participante durante entrevista em Tavares (RS).....	159
Figura 39 – Exemplo de cartões com codificação manual.....	162
Figura 40 – Mapa do território de Cametá (PA) e municípios vizinhos	189
Figura 41 – Exemplos de casa na comunidade de Rio Furtados, Cametá (PA).....	195
Figura 42 – Igreja Católica (edificação antiga) e barracão da comunidade de Rio Furtados, Cametá (PA)	196
Figura 43 – Exemplo de antena para captar sinal de celular em Rio Furtados , Cametá (PA)	199
Figura 44 – Antena para captação do sinal de internet instalada na casa de Gael em Rio Furtados, Cametá (PA)	200
Figura 45 – Mapa do território de Tavares (RS) e municípios vizinhos.....	202
Figura 46 – Praça de Tavares (RS).....	205
Figura 47 – Exemplo de habitação na localidade Praia do Farol, Tavares (RS).....	207
Figura 48 – Entrada do Parque Nacional da Lagoa do Peixe que dá acesso à Praia do Farol, Tavares (RS).....	208
Figura 49 – Via principal da localidade Praia do Farol, Tavares (RS)	208
Figura 50 – Exemplo de casa com antena para sinal de celular no topo de uma casa na Praia do Farol, Tavares (RS)	209
Figura 51 – Ruas de Tavares (RS) com presença de areia de praia.....	210
Figura 52 – Exemplo de pedras usadas nas vias do centro urbano de Tavares (RS).....	211
Figura 53 – TV na sala de estar de uma casa na comunidade de Rio Furtados (Cametá) durante pesquisa de campo exploratória.....	315
Figura 54 – Contextos que baseiam os fluxos interacionais de consumo de vídeo	319

- Lista de Gráficos -

Gráfico 1 – Telas usadas pelas participantes durante o pré-teste em Leuven.....	125
Gráfico 2 – Telas usadas por município.....	272
Gráfico 3 – Tipo de Local de assistência por município X Sala de estar	273
Gráfico 4 – Distribuição das situações de assistência por período do dia e municípios	274
Gráfico 5 – Gêneros/Formatos de conteúdos mais assistidos (Panorama Geral & Municípios)	278
Gráfico 6 – Gêneros/Formatos X Fontes de Conteúdo mais assistidos	280
Gráfico 7 – Cruzamento das Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson).....	290
Gráfico 8 – Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo por participante de Cametá (PA)	296
Gráfico 9 – Condições de Assistência X Formas de seleção de conteúdo: panorama geral Cametá.....	298
Gráfico 10 – Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo por participante de Tavares (RS).....	301
Gráfico 11 – Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo: panorama geral Tavares.....	303
Gráfico 12 – Participante com nível de uso de mídia 1.....	307
Gráfico 13 – Participantes com nível de uso de mídia 3.....	308
Gráfico 14 – Participantes com nível de uso de mídia 4.....	309
Gráfico 15 – Participantes com nível de uso de mídia 2.....	310
Gráfico 16 – Participantes com nível de uso de mídia 5.....	312
Gráfico 17 – Participantes brasileiros e belgas com nível de uso de mídia 3	341
Gráfico 18 – Participantes brasileiros e belgas com nível de uso de mídia 5	342

- Lista de Tabelas -

Tabela 1 – Etapas metodológicas	72
Tabela 2 – Perfil das participantes do pré-teste da metodologia em Leuven	120
Tabela 3 – Total de cartões preenchidos por participante do pré-teste da metodologia em Leuven	122
Tabela 4 – Porcentagem de cartões por categoria de provedor	126
Tabela 5 – Total de cartões preenchidos por participante de Cametá (PA)	153
Tabela 6 – Total de cartões preenchidos por participante de Tavares (RS)	153
Tabela 7 – Agenda de entrevistas realizadas em Cametá (PA).....	156
Tabela 8 – Agenda de entrevistas realizadas em Tavares (RS).....	159
Tabela 9 – Percentual de acesso à internet nos domicílios brasileiros em 2014	166
Tabela 10 – Renda mensal dos moradores de domicílios com internet das Regiões Norte e Sul em 2014	166
Tabela 11 – Percentual de acesso à Internet nos domicílios do Pará e do Rio Grande do Sul e suas respectivas RM em 2014	167
Tabela 12 – Percentual de domicílios com acesso à internet por tipo de dispositivo em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	169
Tabela 13 – Percentual de moradores de domicílios com acesso à internet por tipo de dispositivo em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	169
Tabela 14 – Percentual de domicílios com acesso à internet por tipo de conexão em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	173
Tabela 15 – Percentual de moradores de domicílios com acesso à internet por tipo de conexão em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	173
Tabela 16 – Percentual de domicílios com TV por tipo de recepção de sinal e de aparelho em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	176
Tabela 17 – Percentual de moradores de domicílios com TV por tipo de recepção de sinal e de aparelho em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)	176
Tabela 18 – Ambientes virtuais mais acessados pelos jovens brasileiros	178
Tabela 19 – Posse de TICs por domicílios brasileiros nos anos 2006 e 2014	179
Tabela 20 – Posse de computador desktop e acesso à internet nos domicílios brasileiros (2006 e 2014).....	180
Tabela 21 – Penetração de tecnologia em Cametá (PA) (Ano base 2010)	192
Tabela 22 – Penetração de tecnologia em Tavares (RS) (Ano base 2010).....	206
Tabela 23 – Perfil dos participantes em Cametá (PA) durante pesquisa de campo	219
Tabela 24 – Disponibilidade de tecnologia e acesso à internet entre participantes de Cametá (PA)	223
Tabela 25 – Telas usadas pelos participantes de Cametá (PA)	228
Tabela 26 – Conexão a internet entre os participantes de Cametá (PA).....	229
Tabela 27 – Período do dia em que os jovens de Cametá (PA) assistiram vídeos	231
Tabela 28 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos jovens de Cametá (PA).....	232
Tabela 29 – Gêneros/Formatos de conteúdos X Fontes/provedores assistidos pelos participantes de Cametá (PA).....	238

Tabela 30 – Tempo aproximado de assistência durante a pesquisa entre os jovens de Cametá (PA).....	242
Tabela 31 – Duração das situações de assistência X Tipo de conteúdo visto pelos participantes de Cametá (PA).....	243
Tabela 32 – Perfil das participantes da pesquisa de campo em Tavares (RS)	248
Tabela 33 – Disponibilidade de tecnologia e acesso à internet entre participantes de Tavares (RS)	251
Tabela 34 – Telas usadas pelos participantes de Tavares.....	254
Tabela 35 – Conexão a internet entre os participantes de Tavares (RS).....	255
Tabela 36 – Período do dia em que os jovens de Tavares (RS) assistiram vídeos	257
Tabela 37 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos participantes de Tavares (RS)	258
Tabela 38 – Gêneros/Formatos de conteúdos X Fontes/provedores assistidos pelos participantes de Tavares (RS).....	262
Tabela 39 – Tempo aproximado de assistência durante a pesquisa entre os jovens de Tavares (RS)	266
Tabela 40 – Duração das situações de assistência X Tipo de conteúdo visto pelos participantes de Tavares (RS).....	267
Tabela 41 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos jovens da pesquisa	274
Tabela 42 – Cruzamento entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson).....	287
Tabela 43 – Pesos atribuídos às interseções entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo.....	289
Tabela 44 – Pesos atribuídos às interseções entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson).....	289
Tabela 45 – Distribuição dos jovens de Cametá por níveis de uso de mídia.....	300
Tabela 46 – Distribuição dos jovens de Tavares por nível de uso de mídia.....	304
Tabela 47 – Distribuição dos jovens de Cametá por níveis de uso de mídia.....	306
Tabela 48 – Fluxos interacionais identificados.....	336
Tabela 49 – Distribuição dos participantes por níveis de uso de mídia.....	340

SUMÁRIO | TESE DE DOUTORADO

TABLE OF CONTENTS | DOCTORAL DISSERTATION

INTRODUÇÃO	20	17	INTRODUCTION
PARTE 1 – ABORDAGENS TEÓRICO-METODOLÓGICAS			PART 1 - THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES
1 CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA, FLUXOS E PRÁTICAS DE CONSUMO	29	26	MEDIA CONVERGENCE, FLOWS AND CONSUMPTION PRACTICES 1
1.1 Fluxo interacional: uma proposta teórico-conceitual	35	32	Interaction flow: a theoretical-conceptual proposal 1.1
1.1.1 O(s) fluxo(s) para Williams e Jensen	35	32	The flow(s) for Williams and Jensen 1.1.1
1.1.2 Interação	41	37	Interaction 1.1.2
1.2 Audiências conectadas	43	40	Connected audiences 1.2
1.2.1 Regimes de assistência	46	42	Viewing regimes 1.2.1
1.2.2 Materialidade da convergência	47	44	Materiality of convergence 1.2.2
1.2.3 Centralidade da narrativa	51	47	Centrality of the narrative 1.2.3
1.3 Convergência midiática e “novos” modelos de negócio	53	49	Media convergence and ‘new’ business models 1.3
1.4 Aspectos teóricos sobre práticas de consumo	59	55	Theoretical aspects about consumption practices 1.4
1.5 Competências de mídia e os modos de comunicação	63	59	Media competences and the communication modes 1.5
2 ETAPAS METODOLÓGICAS E INCURSÕES EXPLORATÓRIAS	70	65	METHODOLOGICAL STEPS AND EXPLORATORY INCURSIONS 2
2.1 Análise de dados contextuais	74	69	Contextual data analysis 2.1
2.2 Pesquisa de campo exploratória	77	72	Exploratory field study 2.2
3 EXPERIMENTAÇÕES E INSPIRAÇÃO METODOLÓGICA	82	77	EXPERIMENTATION AND METHODOLOGICAL INSPIRATION 3
3.1 Revisão de literatura	84	79	Literature review 3.1
3.1.1 Usando diário na pesquisa científica	86	80	Using diary study on scientific research 3.1.1
3.1.2 Acessando conhecimento tácito	89	83	Accessing tacit knowledge 3.1.2
3.1.3 Mapeando o uso de mídia	92	86	Mapping media use 3.1.3
3.1.4 Recomendações para realização de um estudo de diário	94	88	Recommendations for conducting a diary study 3.1.4
3.2 Material do estudo de diário e sua aplicação	98	91	Diary study material and its application 3.2
3.2.1 Inspirações e constatações sobre o método	104	97	Inspirations and discoveries regarding the method 3.2.1
4 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA E PRÉ-TESTE	107	100	METHODOLOGICAL STRATEGY AND PRE-TEST 4
4.1 Definindo a estratégia metodológica	107	100	Defining the methodological strategy 4.1
4.2 Adaptação e criação do diário	111	104	Adapting and creating the diary material 4.2
4.3 Pré-teste da estratégia metodológica	117	110	Pre-test of methodological strategy 4.3
4.3.1 Recrutamento	117	110	Recruitment 4.3.1
4.3.2 Perfil dos participantes	119	112	Participants' profile 4.3.2
4.3.3 Construção dos dados	122	115	Data collection 4.3.3
4.3.4 Primeiros achados	125	118	First findings 4.3.4
4.3.5 Primeiras evidências de fluxos interacionais	129	122	First evidences of interaction flows 4.3.5
4.3.6 Principais insights	135	127	Main insights 4.3.6
5 PESQUISA DE CAMPO E ANÁLISE DE DADOS	136	129	FIELD STUDY AND DATA ANALYSIS 5
5.1 Ajustes na estratégia metodológica	136	129	Adjustments to the methodological strategy 5.1
5.2 Pesquisa de campo	143	135	Field study 5.2
5.2.1 Viagem e Recrutamento	144	136	Travel and Recruitment 5.2.1
5.2.2 Construção dos dados	152	144	Data collection 5.2.2
5.2.3 Contato com participantes durante a pesquisa	160	151	Contact with participants during the study 5.2.3
5.3 Sistematização e análise de dados	161	152	Data systematisation and analysis 5.3
PARTE 2 – ANÁLISES E RESULTADOS			PART 2 - ANALYSIS AND RESULTS
6 CONTEXTO TECNOLÓGICO NO BRASIL	165	155	TECHNOLOGICAL CONTEXT IN BRAZIL 6
6.1 Dados sobre o acesso à internet	165	155	Data on internet access 6.1
6.2 Dados sobre a posse de TV	175	165	Data on TV ownership 6.2
6.3 Dinâmicas de consumo de vídeos a partir de dispositivos móveis conectados	178	168	Dynamics of video consumption using connected mobile devices 6.3
6.4 Reconfiguração do consumo de vídeos	181	171	Reconfiguration of video consumption 6.4
7 PONTOS DE REFERÊNCIA NO INTERIOR DO BRASIL	188	177	POINTS OF REFERENCE IN THE COUNTRYSIDE OF BRAZIL 7
7.1 Ponto de referência no Norte: Cametá	188	177	Northern reference point: Cametá 7.1
7.1.1 Rio Furtados	194	183	Rio Furtados 7.1.1
7.2 Ponto de referência no Sul: Tavares	201	190	Southern point of reference: Tavares 7.2
7.3 Primeiros achados	211	200	First findings 7.3
7.3.1 Evidências sobre consumo de vídeos	212	201	Evidences about video consumption 7.3.1
8 PRÁTICAS DE CONSUMO DE VÍDEOS EM CAMETÁ	218	207	VIDEO CONSUMPTION PRACTICES IN CAMETÁ 8
8.1 Perfil dos participantes	218	207	Participants' profile 8.1
8.2 Disponibilidade de tecnologia e repertório de mídia	222	211	Availability of technology and media repertoire 8.2
8.3 Dimensões articuladas pelos jovens para o consumo de vídeos	227	216	Dimensions articulated by the young people for video consumption 8.3
9 PRÁTICAS DE CONSUMO DE VÍDEOS EM TAVARES	247	234	VIDEO CONSUMPTION PRACTICES IN TAVARES 9
9.1 Perfil dos participantes	247	234	Participants' profile 9.1
9.2 Disponibilidade de tecnologia e repertório de mídia	250	237	Availability of technology and media repertoire 9.2
9.3 Dimensões articuladas pelos jovens para o consumo de vídeos	254	240	Dimensions articulated by the young people for video consumption 9.3
10 APROXIMANDO AS REALIDADES ESTUDADAS	270	257	APPROXIMATING THE STUDIED REALITIES 10
10.1 Dimensões articuladas pelos jovens	272	259	Dimensions articulated by the young people 10.1
10.2 Resultados parciais	282	268	Partial results 10.2
11 NÍVEIS DE USO DE MÍDIA	284	270	LEVELS OF MEDIA USAGE 11
11.1 Notas metodológicas	285	271	Methodological notes 11.1
11.2 Níveis identificados	291	277	Identified levels 11.2
11.3 Níveis de uso de mídia entre os participantes de Cametá	295	281	Levels of media usage among participants from Cametá 11.3
11.4 Níveis de uso de mídia entre os participantes de Tavares	300	286	Levels of media usage among participants from Tavares 11.4
11.5 Níveis de uso de mídia e competências midiáticas	306	292	Levels and competences for media usage 11.5
12 FLUXOS INTERACIONAIS	318	304	INTERACTION FLOWS 12
12.1 Fluxo Interacional 1 - Conteúdo favorito	320	306	Interaction Flow 1 - Favourite content 12.1
12.2 Fluxo Interacional 2 - Notícias à mesa	322	308	Interaction Flow 2 - News at the table 12.2
12.3 Fluxo Interacional 3 - Relaxando em casa	324	309	Interaction Flow 3 - Relaxing at home 12.3
12.4 Fluxo Interacional 4 - Companhia pela manhã	325	311	Interaction Flow 4 - Company in the morning 12.4
12.5 Fluxo Interacional 5 - Ficção no tempo livre	326	312	Interaction Flow 5 - Fiction during free time 12.5
12.6 Fluxo Interacional 6 - Zapping nas redes sociais	329	315	Interaction Flow 6 - Zapping on social network 12.6
12.7 Fluxo Interacional 7 - Aprendendo com vídeo	332	317	Interaction Flow 7 - Learning trough video 12.7
12.8 Fluxos interacionais em perspectiva	334	319	Interaction flows in perspective 12.8
12.9 Jovens brasileiros e belgas em relação	339	323	Brazilian and Belgian young people in relation 12.9
CONSIDERAÇÕES FINAIS	346	331	FINAL CONSIDERATIONS
REFERÊNCIAS	360	345	REFERENCES
APÊNDICES	375	361	APPENDICES



INTRODUÇÃO

Esta tese de doutorado tem como objetivo geral mapear e caracterizar os fluxos interacionais para o consumo de vídeos delineados por jovens (18 a 24 anos) que residem em áreas rurais do interior do Brasil, sendo os municípios de Cametá, no estado do Pará (PA), e de Tavares, no estado do Rio Grande do Sul (RS), localizados respectivamente nas regiões Norte e Sul do país.

Entendemos fluxo interacional como uma conexão pluridimensional¹ construída a partir de *interações comunicativas* (FRANÇA & SIMÕES, 2016) de sujeitos no contato e na assistência de vídeos ou de fragmentos de conteúdos audiovisuais advindos de plataformas diversas, não mais pertencentes a uma única mídia ou fonte de conteúdo, e visando o atendimento de uma motivação específica. Trata-se, portanto, de um fluxo de consumo de vídeo que já está em curso entre diferentes públicos e é evidenciado durante o contato com jovens do interior do Brasil.

A proposta deste estudo é experimentar e propor uma forma de investigação apropriada ao cenário de *convergência midiática* (JENKINS, 2001, 2009; TERLUTTER & MOICK, 2013; KAZAKOVA & CAUBERGHE, 2013; AQUINO, 2012). Este cenário tem nas práticas de consumo as marcas das tecnologias pré-existentes – que agora coexistem e se interpenetram – e, conseqüentemente, os traços da linguagem audiovisual, além de apropriações comuns entre os sujeitos. Assim, nosso foco é

¹ Nos apropriamos deste termo como adjetivo, no mesmo sentido utilizado por Orozco Gómez (2011), como modo de caracterizar a pluridimensionalidade inerente ao conceito que propomos.

compreender como se dá o consumo de vídeos de diferentes origens nesse cenário de convergência midiática (JENKINS, 2001, 2009; HEPP, 2014).

Fluxos interacionais

Ao longo desta tese, argumentamos que o fluxo interacional é constituído de oito dimensões, sendo elas:

- (i) Tela (sincronizadas com outras telas ou não);
- (ii) Horário (manhã, tarde, noite e madrugada);
- (iii) Local (ambientes públicos e/ou privados);
- (iv) Tipo de audiência (sozinho ou acompanhado);
- (v) Conteúdo (variados gêneros/formatos, disponibilizado de forma ao vivo, gravada, sob demanda, baixada, ou de circulação restrita);
- (vi) Fonte de conteúdo/provedor (emissoras de televisão, plataformas online de vídeo sob demanda, sites de redes sociais, aplicativos de mensagens instantâneas e/ou conteúdo gerado pelo usuário – *UGC, user-generated content*);
- (vii) Forma de seleção de conteúdo (fluxo pré-programado, na timeline/stories, por busca direta, por recomendação/notificação ou acesso a conteúdo pessoal);
- (viii) Regime de assistência (nível de atenção dedicado à tela, se a assistência ocorreu durante outras tarefas) estes identificados a partir de Fachine (2014), Lull (1980) e Lee & Lee (1995).

Os fluxos interacionais, de certo modo, são tecidos e motivados por aspectos similares aos que orientavam jovens a assistir televisão há alguns anos, entre os quais estão: o permanente interesse por entretenimento e por narrativas ficcionais; a relação entre os conteúdos *televisivos* e o cotidiano ordinário dos jovens; o interesse de fazer parte dessa grande “arena de discussão” construída a partir das apropriações de conteúdos advindos da TV; além do fato do audiovisual ser a linguagem preferida entre jovens, segundo Martín-Barbero (2014), e a partir da qual eles atuam no mundo e estabelecem práticas socioculturais e laços com os seus pares.

A diferença agora é que essas motivações não são mais atendidas somente a partir da televisão, mas também por telas portáteis e móveis, em sua maioria conectadas à internet, permitindo contato com um cardápio ainda mais vasto de vídeos. Mesmo que fora da TV, esses conteúdos têm muito a ver com suas lógicas de

produção e consumo. Por isso, os jovens se configuram como grupo social estratégico que estabelece novas formas de lidar com o *televisivo* (OROZCO GÓMEZ, 2011).

Como relatam diferentes autores (CARLÓN, 2014; FECHINE, 2013, 2014; HASEBRINK & HÖLIG, 2013; MILLER, 2014; OROZCO GÓMEZ, 2011, 2014a, 2014b, 2014c; SCOLARI, 2014a, 2014b), atualmente não é mais relevante focar apenas no que as pessoas estão fazendo quando estão em casa, na tradicional sala de estar, com a televisão ligada. As possibilidades de produção, distribuição e circulação de vídeos – até há algum tempo restritos às telas da TV e do cinema – se potencializaram de uma forma irreversível no atual cenário de *convergência midiática* (JENKINS, 2001, 2009; TERLUTTER & MOICK, 2013; KAZAKOVA & CAUBERGHE, 2013; AQUINO, 2012) e de novas *configurações comunicativas* (HEPP, 2014).

Sabemos que estas transformações não estão ligadas exclusivamente ao processo técnico de transição do padrão analógico para o digital e à introdução de smartphones e tablets, dispositivos de linguagem *multimodal* (SCOLARI, 2018) com recursos para reproduzir e produzir vídeos. Essas mudanças, integram um conjunto de transformações sem precedentes que está em curso no mundo, suscitadas pela digitalização dos diferentes serviços de mídia. Segundo Hasebrink & Hölig (2013), essas mudanças combinam e integram variadas formas de conteúdos, estes agora distribuídos em diferentes plataformas.

Essa configuração permite que a TV se reinvente e suscite “o início de outros tipos de reconhecimento e comportamento do público *televisivo* em cenários digitais” (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 101), especialmente entre as gerações mais jovens, pelo fato de serem geralmente os grupos que primeiro adotam as novas tecnologias (LIVINGSTONE, 2002; MARTÍN-BARBERO, 2014).

Desse modo, acreditamos que os jovens têm uma experiência televisiva diferente da que as gerações anteriores tinham, especialmente no contexto latino-americano. Para Orozco Gómez (2014a), independentemente da tecnologia utilizada para acessar conteúdo de vídeo (ao vivo, gravado, baixado, sob demanda ou gravado), nós, audiências latino-americanas, aprendemos a assisti-lo na TV e estabelecemos uma relação sensorial e emocional com esse tipo de conteúdo, ritmos específicos e narrativas familiares. Assim, os jovens – especialmente os que residem em municípios do interior – aprenderam a assistir (e produzir) vídeos por meio da mediação da tela da TV que, em sua configuração mais tradicional, ainda está significativamente presente (MARTÍN-BARBERO, 2009; OROZCO GÓMEZ, 2014a).

Nesta tese, estudamos o consumo de vídeos de um modo abrangente. A partir de autores como Machado (2007) e Fachine (2007), partimos para questões como

maleabilidade de conteúdo (OBRIST *et al.*, 2015), que se refere à capacidade de adaptação do conteúdo para disseminação e circulação em diferentes plataformas.

Para Machado (2007), desde sempre o vídeo implica uma liberdade produtiva tanto do ponto de vista ético quanto estético. Por muito tempo o vídeo foi reconhecido como contra-modelo da radiodifusão e por ser a matéria-prima dos chamados produtores independentes, que aos poucos adentraram no circuito *televisivo* brasileiro (FECHINE, 2007). Daí porque, por muito tempo, o vídeo foi entendido na sua essência como linguagem alternativa e experimental, para os quais muitos atribuíram uma “etiqueta” de arte em detrimento à indústria de entretenimento reconhecida, sobretudo na televisão, mas não representada apenas por ela.

Arranjos teóricos e metodológicos da tese

A noção de fluxos interacionais se configurou como a proposta teórico-conceitual que norteou esta pesquisa. Ela foi desenvolvida após revisão bibliográfica e os resultados preliminares de nossa primeira pesquisa de campo exploratória, em 2016. Com isso foi possível obter uma visão detalhada dos modos como os jovens combinam as pluridimensões para assistir vídeos. Além disso, identificamos e compreendemos a articulação que os sujeitos estabelecem entre seus contextos imediatos: individual, microssocial e macrossocial. Nesse processo de articulação, dois aspectos se evidenciaram decisivos: o nível de uso de mídia e as motivações, conforme apresentaremos nos capítulos de análise.

Para compreender as práticas de consumo de vídeo entre jovens, realizamos pesquisa de campo em dois municípios, Cametá (PA) e Tavares (RS). Esta foi orientada pela estratégia metodológica de associação do estudo de diários com entrevistas semiestruturadas individuais, conforme apresentaremos no Capítulo 4.

O material do estudo de diários utilizado, criado exclusivamente para esta tese, consistiu em um conjunto de cartões a ser preenchido pelos participantes durante 10 dias. Cada cartão representava uma situação específica de assistência de vídeos.

Antes de ir a campo, a estratégia metodológica proposta foi pré-testada com 10 jovens universitárias belgas e holandesas que residiam na cidade universitária de Leuven, na Bélgica, onde realizamos estágio de doutorado sanduíche, que se desdobrou em doutorado co-tutela.

No Brasil, a pesquisa de campo foi conduzida com 21 participantes, sendo 11 mulheres e 10 homens. Esta se configurou como uma das nove etapas que

constituíram o desenho metodológico desta investigação, que tem marcas e contribuições diretas de vários projetos em que estivemos envolvidas.

No que tange à análise dos dados, esta foi desenvolvida em três fases, sendo: (i) descrição detalhada dos grupos de participantes por município e posterior aproximação das realidades estudadas; (ii) cruzamento e interpolação das variáveis condições de assistência e formas de seleção de conteúdo – identificadas durante a primeira fase de análise –, que viabilizaram a caracterização de cinco níveis de uso de mídia, e classificação dos 21 participantes dentre eles; (iii) caracterização dos fluxos interacionais recorrentes entre os jovens brasileiros.

Assim, a partir da coleta aprofundada de dados em campo e nossa análise contextualizada dos resultados, buscamos evidências dos *modos de comunicação* dos jovens, ou seja, o modo como eles mesmos percebem e relatam o uso que fazem de um serviço de comunicação em uma dada situação (HASEBRINK & HÖLIG, 2013). Dessa forma, pudemos identificar e caracterizar sete fluxos interacionais:

- (i) Conteúdo favorito;
- (ii) Notícias à mesa;
- (iii) Relaxando em casa;
- (iv) Companhia pela manhã;
- (v) Ficção no tempo livre;
- (vi) *Zapping* nas redes sociais;
- (vii) Aprendendo com vídeo.

Nesse processo, tentamos articular, como proposto por Orozco Gómez (2011, p. 382), dados oriundos da academia, do mercado e de pesquisas governamentais estatísticas² a fim de lidar com a “complexidade das interações com as telas”.

É importante destacar que esta tese é resultado direto da interlocução com diferentes grupos e instituições de pesquisa ao longo do doutorado. O estudo esteve alinhado a um projeto de pesquisa conjunto financiado pelo Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD)³ da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), voltado ao estudo com jovens rurais e o uso de tecnologias. Gradativamente, os *insights* e contribuições para o desenvolvimento da tese se evidenciaram e apontaram os caminhos que seriam percorridos para

² Orozco Gómez (2011) destaca quatro vertentes principais, mas para fins de organização sintetizamos em três diferentes tipos.

³ A iniciativa é coordenada pela Profa. Dra. Nilda Jacks e congrega três programas de Pós-Graduação em Comunicação: o PPGCOM-UFRGS, proponente, e os PPGs de Comunicação da UFPA e da Universidade Federal de Sergipe (UFS), ambos associados. Trata-se de um desdobramento do esforço de pesquisa da Rede Brasil Conectado e a proposta é verticalizar as análises dos dados já mapeados em diferentes pontos do território nacional.

compreensão do fenômeno investigado. Isso orientou a natureza comparativa desta tese, na qual analisamos as práticas de consumo de vídeos identificadas entre jovens moradores de Cametá, no estado do Pará, de onde somos originárias, e de Tavares, no Rio Grande do Sul, onde cursamos o doutorado.

A comparação entre esses dois extremos do Brasil se justifica pela existência de diferenças e especificidades históricas entre as regiões administrativas brasileiras, não somente em aspectos demográficos socioeconômicos, mas no que concerne às condições de acesso à internet e posse de tecnologia, especialmente quando observamos as diferenças existentes entre áreas urbanas e rurais do país (FONSECA, 2015; IBGE, 2015a; IBGE CIDADES, 2018; CGI.br, 2015). Em um cenário de convergência, como o que está em curso, acreditamos ter sido estratégico trabalhar com pontos de referência diferentes, em duas regiões brasileiras distantes entre si e com condições diversas em termos de acesso. O intuito foi aproximar realidades comunicacionais de pontos extremos do Brasil a partir de um aprofundamento qualitativo, buscando mapear e caracterizar os fluxos interacionais.

Ainda sobre a proposta comparativa, entendemos, a partir de Nardi (2012), que esta não demanda o pareamento entre os contextos estudados, mas a compreensão das suas especificidades. Desse modo, conforme os dados emergiam das incursões de campo, fomos orientando o processo de análise, respeitando as especificidades de cada local e valorizando as marcas dos contextos microssociais e individuais dos participantes.

Nesse processo, vivenciamos um “duplo esforço de desnaturalização” (NARDI, 2012), tanto daquilo com que estamos habituadas, como as realidades no interior do Pará, quanto com as que conhecemos no Rio Grande do Sul e na Bélgica. Em ambos os casos, perseguimos a postura de evitar as pré-noções ao olhar para os cenários estudados, ainda que tenhamos premissas e subjetividades que atravessam essa pesquisa.

O que esperar: estrutura da tese

Por conta da realização de um doutorado duplo, a tese foi estruturada de modo a atender às exigências formais de ambas as universidades, UFRGS e KU Leuven. Entre elas, podemos destacar a necessidade de apresentação de duas versões (português e inglês), integradas por um sumário bilíngue que permite a localização de cada eixo nos dois volumes.

Para evitar diferenças muito acentuadas quanto à paginação entre os textos, optamos por adotar uma forma única de normatização, nesse caso o padrão ABNT

(Associação Brasileira de Normas Técnicas), exigido pela instituição principal da convenção de co-tutela, a UFRGS.

Diante da extensão e complexidade da investigação desenvolvida, privilegiamos na escrita a narrativa do processo da pesquisa e seus resultados, dando pouco espaço para o relato de implicações pessoais. Essa decisão foi motivada também pela necessidade, sendo uma tese bilíngue, de ser compreendida em diferentes contextos culturais e científicos.

A tese está estruturada em duas grandes partes. A Parte 1 está voltada aos aportes teórico-metodológicos, composta por cinco capítulos. Já a Parte 2 está reservada às análises e resultados, dividida em sete capítulos.

No Capítulo 1, apresentamos a proposta teórico-conceitual dos fluxos interacionais, as contribuições dos conceitos de *fluxo* de Williams (2016) e de *super-fluxo* de Jensen (1995) e revisão de literatura relativa ao cenário de *convergência midiática* e suas implicações para as práticas de consumo de vídeos. Em seguida, discutimos aspectos relacionados aos estudos de consumo e estudos culturais, especificamente ao consumo midiático (TOALDO & JACKS, 2013) alinhada à revisão de literatura dos estudos críticos de audiências (MURDOCK, 1990).

No Capítulo 2, apresentamos uma síntese das nove Etapas Metodológicas desenvolvidas nesta pesquisa, e detalhamos os procedimentos adotados na etapa exploratória, composta pelo levantamento de dados contextuais e pesquisa de campo exploratória, ambos realizados em 2016.

No Capítulo 3, relatamos os resultados de nosso estágio de doutorado sanduíche no *Meaningful Interactions Lab* (Mintlab-KU Leuven) e como a partir das experimentações realizadas em projetos internacionais, chegamos à estratégia metodológica da tese. Ainda neste capítulo, apresentamos revisão de literatura sobre estudo de diários, com destaque para sua matriz epistemológica e usos em pesquisas científicas.

No Capítulo 4, explicamos a estratégia metodológica da pesquisa, justificamos as escolhas teórico-metodológicas realizadas, apresentamos o material do estudo de diários desenvolvido para a tese e relatamos os resultados do pré-teste da metodologia realizado com jovens belgas e holandesas em Leuven.

No Capítulo 5, registramos as melhorias e ajustes empreendidos na estratégia metodológica da pesquisa após o pré-teste e relatamos como realizamos as incursões em campo em Cameté (Pará) e em Tavares (Rio Grande do Sul) e como recrutamos e mantivemos contato com os participantes, antes, durante e depois deste estudo.

No Capítulo 6, o primeiro da parte de análises e resultados, apresentamos as descobertas oriundas do levantamento de dados contextuais empreendido para compreensão e caracterização do contexto de avanço tecnológico no Brasil. Nesse capítulo, detalhamos dados relativos às regiões Norte e Sul do Brasil, os estados do Pará e do Rio Grande do Sul, tanto das capitais e regiões metropolitanas, Belém e Porto Alegre, respectivamente, e áreas rurais de ambas.

No Capítulo 7, apresentamos dados contextuais de Cametá (PA) e Tavares (RS), bem como das localidades rurais com as quais tivemos contato. Para essa caracterização, lançamos mão de dados secundários e também primários, levantados durante pesquisa de campo exploratória em 2016 e pesquisa de campo em 2018.

Nos Capítulos 8 e 9, apresentamos descrição detalhada das práticas de consumo de vídeos identificadas entre os jovens dos dois municípios, sendo 11 de Cametá (PA) e 10 de Tavares (RS). Começamos com a descrição demográfica dos participantes e uma breve contextualização das realidades onde eles vivem. Em seguida, descrevemos dados sobre a posse e disponibilidade de tecnologias entre os participantes, bem como informações sobre o *repertório de mídia* dos mesmos. Por fim, descrevemos os dados registrados nos diários dos participantes no que tange às dimensões constitutivas dos fluxos interacionais: tela, local, horário, conteúdo, fonte de conteúdo/provedor, tipo de audiência, forma de seleção de conteúdo e regime de assistência.

No Capítulo 10, aproximamos os achados das duas realidades estudadas e sintetizamos os resultados da primeira fase da análise de dados, voltada ao reconhecimento de como os jovens articulam as pluridimensões e delineiam os fluxos interacionais.

No Capítulo 11, nos dedicamos à caracterização do que denominamos de níveis de uso de mídia, resultado da segunda fase de análise de dados. Entendemos nível de uso de mídia como um aspecto subjetivo da prática de consumo de vídeos, diretamente relacionado ao contexto microssocial do jovem, suas preferências pessoais, competências (SCOLARI, 2018) e *repertório de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013). Ao todo, cinco níveis foram identificados e são resultado da interpolação de duas variáveis principais (condições de assistência e formas de seleção de conteúdo) e posterior aplicação de pesos matemáticos definidos para cada tipo de situação.

No último capítulo, de número 12, apresentamos os sete fluxos interacionais identificados entre os jovens brasileiros, resultado da terceira fase de análise de dados. Do ponto de vista analítico, a proposta teórico-conceitual apresentada permite a caracterização dos modos como os sujeitos combinam as pluridimensões para

assistir vídeos, e a análise da articulação que os sujeitos estabelecem entre os contextos individual, microsocial e macrossocial. Ainda neste capítulo, aproximamos, de forma breve, esses resultados com os primeiros achados no pré-teste em Leuven.

Ao final do trabalho, nas considerações finais, refletimos sobre os resultados e contribuições diretas da tese, como a proposta teórico-conceitual dos fluxos interacionais e as potencialidades de nossa estratégia metodológica. Também apresentamos os desafios de realizar uma pesquisa no interior do Brasil a conexão entre a pesquisa e a vida.

Esperamos que a estrutura definida para esta tese apresente de forma satisfatória aos seus leitores a riqueza do fenômeno estudado, revelada a partir da aproximação de realidades comunicacionais diversas e dos diferentes jovens que tiveram esta tese como ponto de encontro. Desejamos que a leitura seja enriquecedora como o processo de pesquisa e escrita foi para nós.



PLAY

PARTE 1

1

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA, FLUXOS E PRÁTICAS DE CONSUMO

Historicamente, de acordo com Kazakova & Cauberghe (2013), as tecnologias operavam de forma isolada e desempenhavam um número limitado de tarefas, cenário muito diferente do atual, em que os processos de convergência possibilitam o desenvolvimento de dispositivos que integram funcionalidades até então dispersas, tais como telefones celulares, consoles de *video game* e as próprias telas de televisão.

Para além da *convergência tecnológica* que marca esse novo cenário e suscita novas práticas de consumo midiático, Jenkins (2001, p. 93) destaca outros quatro importantes processos que estão em curso: (i) a convergência econômica, baseada na “integração da indústria do entretenimento”; (ii) a convergência social ou orgânica relacionada à maneira como as pessoas estão entendendo a mídia como uma ambiência onde as coisas estão conectadas e podem ser feitas e acessadas simultaneamente; (iii) a convergência cultural relacionada às “novas formas de criatividade nas intersecções de várias tecnologias de mídia, indústrias e consumidores”, o que implica novas possibilidades de participação e atuação no mundo, utilizando “ferramentas para arquivar, anotar, adequar e recircular conteúdo”; (iv) a convergência global relacionada à “circulação internacional de conteúdo midiático”. Para Terlutter & Moick (2013) há ainda a “convergência política”, que implica novos modos de regulação das telecomunicações, radiodifusão e mídia online.

Dada esta abrangência, Jenkins (2001, p. 93) entende a *convergência midiática* como “uma era em que a mídia estará em toda parte, e usaremos todos os tipos de mídia em relação uns aos outros”⁴. Isso significa que este não é um estágio final, mas um processo em andamento e no qual pessoas de diversos lugares do mundo estão envolvidas com a possibilidade de desenvolverem novas competências para gerenciar informações e explorar diferentes possibilidades de consumo.

Ainda no início dos anos 2000, o autor propôs a noção de *renascimento digital*, ou seja, “um período de transição e transformação que afetará todos os aspectos de nossas vidas” (JENKINS, 2001, p. 93)⁵, em que mudanças reais estão acontecendo e de onde uma “nova ordem cultural surgirá”. “A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência” (JENKINS, 2009, p. 41).

Essa perspectiva vai ao encontro do que Hepp (2014) reconhece como novas *configurações comunicativas*⁶, resultado de uma série de consequências suscitadas pelo processo de digitalização, o que reconfigurou a forma de produzir, distribuir e circular informações, agora por meio de dados e códigos digitais. O autor defende, porém, que o uso de diferentes tecnologias não é novo e que não foi iniciado a partir dos aparatos digitais. Ele explica que raramente uma *configuração comunicativa* é baseada em um único meio, mas sim em vários. “[...] uma configuração que é cada vez mais dispersa translocalmente, o telefone (móvel) é tão importante quanto a rede social, os álbuns de fotos (digitais), as cartas, os cartões postais ou assistir à TV juntos” (HEPP, 2014, p. 56). Ainda que sejam de perspectivas teóricas distintas, o que Hepp (2014) denomina de *configurações comunicativas* parece estar alinhado à noção de *nova condição comunicativa* reconhecida por Orozco Gómez (2011), na qual as audiências ganham outro status, ligado, sobretudo, à capacidade de criação, produção e compartilhamento de conteúdos próprios, sendo simultaneamente *televidentes* e *usuários*, como propôs Igarza (2013)⁷.

De acordo com Orozco Gómez (2011; 2014a; 2014b), atualmente a TV está em todas as partes e, assim, os conteúdos produzidos para veiculação em televisores tradicionais também estão em trânsito em múltiplas telas. E esses conteúdos, por sua vez, carregam a marca do *televisivo* mesmo não estando mais limitados a uma

⁴ Tradução nossa de trecho original: “An era where media will be everywhere, and we will use all kinds of media in relation to one another” (JENKINS, 2001, p. 93).

⁵ Tradução nossa de trecho original: “A period of transition and transformation that will affect all aspects of our lives” (JENKINS, 2001, p. 93).

⁶ Nos textos que tivemos acesso, o autor não define o termo. Na leitura de contexto, o termo parece se referir a uma realidade orientada pela lógica e dinâmica da mídia.

⁷ Usuário é o sujeito que tem outras competências midiáticas que vão além de apenas assistir.

assistência em local e horário determinado, o que assumimos como aspecto decisivo para esta tese.

Outro fator fundamental para compreensão dos fluxos são os regimes de assistência estabelecidos pelos sujeitos. Ao pensar na vivência cotidiana e nos rituais que por muito tempo se estabeleceram com a TV orientados pela lógica de uma grade de programação linear – e que coexistem com as práticas de consumo atuais – Fechine (2014, p. 117) reconhece dois modos principais de *ver TV*⁸: (i) o “regime do ‘olhar’ (do contemplar)” e (ii) o “regime da ‘olhadela’ (da espiadela)”. No primeiro, a interpelação do espectador pela TV se dá via conteúdo, algo específico e de interesse que exige atenção. Já a segunda forma, está relacionada ao hábito de ligar a TV e ter a presença da mesma durante várias outras atividades, incluindo hoje a assistência de vídeos a partir de outras telas, que segundo Rigby *et al.* (2017), integram o rol de *multitarefa*s que permeiam a assistência televisiva.

Longe de desaparecer, essa experiência de “estar com” em torno da programação da televisão vem sendo revalorizada pelo uso crescente das plataformas de redes sociais (*Facebook, Twitter* etc.). A chamada “TV social”, apresentada como novidade, nada mais é do que a integração de novas tecnologias da comunicação à experiência de assistir à televisão para potencializar o que sempre foi uma das propriedades fundamentais da lógica da grade direta de programação: o compartilhamento simultâneo de conteúdos (FECHINE, 2014, p. 128).

No Reino Unido, Rigby *et al.* (2017) verificaram que os sujeitos ainda valorizam o aspecto social de sentar-se na sala de estar para assistir a algo juntos, enquanto ao mesmo tempo todos também estão fazendo outras atividades em paralelo em outras telas, relacionadas ou não ao conteúdo da tela principal da TV (*e-mail, bate-papo, rede social e também visualização de vídeos aleatórios*). A pesquisa revelou que a TV ainda funciona como um *ponto de encontro*, embora agora inclua o uso de outros dispositivos.

Ainda nos anos de 1980, Lull (1980) apresentou contribuições a respeito do comportamento das audiências e dos usos sociais da televisão. Baseado em entrevistas e observações com famílias, o autor documentou mais de 30 usos individuais da televisão, que foram categorizados em dois tipos principais: usos estruturais e relacionais.

Quanto aos usos estruturais estes podem ser de natureza *ambiental* (barulho de fundo, companhia, entretenimento) ou *regulativa* (marcação temporal e de atividade, padrões de conversação). Os usos relacionais da TV incluem:

⁸ A autora destaca que para essas articulações, ela tomou como base ideias prévias de John Ellis (1982) especialmente do livro “Visible fictions. Cinema, television, video”.

facilitação da comunicação (exemplos de experiência, repertório comum, entrada para conversa, redução da ansiedade, agenda de conversa, esclarecimento de valor); *afiliação/prevenção* (contato ou desatenção verbal/físico, solidariedade familiar, relaxamento familiar, redução de conflitos, manutenção de relacionamento); *aprendizagem coletiva* (tomada de decisão, modelagem de comportamento, resolução de problemas, substituto de valor, legitimação, informação/disseminação, atuação, reforço de papéis, representação de papéis substitutos, validação intelectual, exercício de autoridade, *gatekeeping*, facilitação de argumentos) (LULL, 1980, p. 323)⁹.

Outra importante contribuição sobre os usos sociais da TV foi dada por Lee & Lee (1995). Com base em grupos focais realizados com telespectadores nos Estados Unidos da América (EUA), eles identificaram quatro aspectos constitutivos do comportamento das audiências: (i) *atenção ao televisor*, o que implica diferentes formas de envolvimento dos telespectadores com a TV no ambiente doméstico; (ii) *ritualização*¹⁰ *da assistência*; (iii) *ver como atividade solitária versus atividade social*; (iv) *motivações e gratificações da assistência* (LEE & LEE, 1995, p. 10). Cada aspecto implica diferentes níveis de intensidade de visualização pelos sujeitos e varia em função do conteúdo, da atividade paralela/secundária e das motivações para assistir. Tendo estes aspectos como ponto de partida, entendemos o regime de assistência como uma dimensão constitutiva do conceito de fluxo interacional.

Ao invés de decretarem a “morte” da TV, os processos de produção e consumo de conteúdos *televisivos* em tempos de convergência, na realidade, abrem espaço para novas formas de *ver TV*. Para Scolari (2014b), a prática de assistir TV, essencialmente cotidiana, atualmente vai além de acompanhar um fluxo orientado de programação em uma tela previamente designada. Esta “inclui assistir a um vídeo no *YouTube*, baixar ilegalmente um filme para consumi-lo no computador, ver um filme em streaming, comprar uma temporada completa em DVD e desfrutá-la na televisão” (SCOLARI, 2014b, p. 8)¹¹, entre outras possibilidades que entendemos nesta tese como fluxos interacionais.

Com a noção de fluxo interacional estamos reivindicando o reconhecimento de um fluxo de consumo de vídeo já em curso entre diferentes públicos e evidenciado no estudo desenvolvido nesta tese com jovens do interior do Brasil. Trata-se de um tipo

⁹Tradução nossa de trecho original: “*communication facilitation* (experience illustration, common ground, conversational entrance, anxiety reduction, agenda for talk, value clarification); *affiliation/avoidance* (physical, verbal contact/neglect, family solidarity, family relaxant, conflict reduction, relationship maintenance); *social learning* (decision making, behavior modeling, problem solving, value substitute, legitimization, information/dissemination, actment, role reinforcement, substitute role portrayal, intellectual validation, authority exercise, gatekeeping, argument facilitation)” (LULL, 1980, p. 323).

¹⁰A tradução literal do termo usado pelos autores seria “rotinização”, pouco usado no português, daí a opção por recorrer à noção de ritualização, comum aos estudos de televisão.

¹¹Tradução nossa de trecho original: “incluye mirar un video en *YouTube*, descargar ilegalmente una película para consumirla en la computadora, ver una película en streaming comprar una temporada completa en DVD y disfrutarla en el televisor” (SCOLARI, 2014a, p. 8).

de conexão pluridimensional construída a partir de *interações comunicativas* dos sujeitos no contato e na assistência de vídeos ou fragmentos de vídeos disponíveis em inúmeras plataformas.

Entendemos o fluxo interacional como um desdobramento do *fluxo de conteúdos* de que nos fala Jenkins (2009, p. 27) ao conceituar convergência. Fluxo este que é composto “através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”.

Segundo Aquino (2012), o que ocorre é uma aceleração do *fluxo de conteúdos* por parte dos grupos de mídia no sentido de aumentar lucro, mercado e consolidar os compromissos que já tem com suas audiências. Isso significa que os grupos estão produzindo mais conteúdo e também distribuindo-os em diferentes plataformas, permitindo diversas formas de assistência de um mesmo vídeo.

Por outro lado, “consumidores aprendem a lidar com diferentes tecnologias para controlar de maneira mais completa o fluxo midiático e ao mesmo tempo interagir com outros consumidores” (AQUINO, 2012, p. 80). Desse modo, o conceito de fluxo apresentado está baseado no reconhecimento de um processo de domínio e apropriação já iniciado pelos sujeitos no que tange ao *fluxo de conteúdo* acelerado, próprio do cenário de convergência. O que também é alimentado por produções dos sujeitos nesta linguagem, de circulação restrita ou não, sobretudo, entre as gerações mais jovens.

Consideramos ainda que a noção de fluxo interacional vai ao encontro do que Orozco Gómez (2010, 2014a) reconhece como mediaticidad da TV. Para o autor, já faz alguns anos que a TV deixou de ser reconhecida apenas como meio, mas sim por sua característica de “invadir o cenário midiático e social, e especialmente, de conectar-se com seu público e interpelá-lo” como linguagem e forma de narrar o mundo (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 101).

A esse fenômeno, Orozco Gómez (2014a) atribui o nome de *televisivo*, que ao invés de um adjetivo ao conteúdo *televisivo*, designa uma forma de *ser TV*. E o *televisivo* é exatamente o

[...] espaço de negociação entre a tela e o público e, sobretudo, de reconhecimento mútuo de ritmo, formas de narrar histórias, de conectar imagens e tecê-las umas com as outras. Uma espécie de amálgama linguístico-estético que soma o auditivo e o visual com o musical, tendo, no entanto, como resultado na tela frente ao público [...], um todo diferente a partir da soma de suas partes. Um todo fascinante que convoca seu público não só

intelectualmente, mas também e, principalmente, *no e a partir* do sensorial e emocional. (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 101).

Diante disso, nos parece estratégico estudar como as práticas de consumo de vídeos ocorrem entre gerações mais jovens, pelo fato de estas serem geralmente os grupos que primeiro adotam as novas tecnologias (LIVINGSTONE, 2002). Como revelaram os estudos de Barkhuus (2009) com estudantes universitários do Reino Unido, a assistência de vídeos está ocorrendo com mais frequência nas telas de computador do que em um aparelho de TV tradicional. Entretanto, ao invés de ser uma experiência negativa, esta aumentou o engajamento com o conteúdo da TV e permitiu novas formas de socialização em torno do conteúdo, tanto face a face quanto por meio de plataformas online. Embora os participantes tendessem a personalizar suas práticas de visualização, a TV ainda desempenhava um papel importante na experiência social “não como experiência comunal de assistência, mas em comunicação suscitada a partir dos programas de televisão” (BARKHUUS, 2009, p. 1)¹².

Nesse cenário, a experiência televisiva provavelmente ocorre de maneira diferente do que aconteceu para as gerações anteriores, para as quais a TV atuou como o *epicentro do audiovisual* (OROZCO GÓMEZ, 2014a). Orozco Gómez acredita que, independentemente da tecnologia utilizada para acessar conteúdo de vídeo (ao vivo, gravado, baixado ou sob demanda), nós, latino-americanos, aprendemos a assisti-lo na TV e estabelecemos uma relação sensorial e emocional com esse tipo de conteúdo, ritmos específicos e narrativas familiares com as quais já estamos engajados.

A TV nos ensinou, nada menos, do que a ser espectadores! [...] E como espectadores conformados em audiências, a TV nos ensinou a gostar de um tipo de espetáculo e a nos entediarmos com outros, a chorar com certos formatos e personagens melodramáticos ou rir com alguns estilos de comédia, ou, ainda, acreditar em algumas informações mais do que em outras. **A TV nos deu, enquanto audiências, uma maneira própria de sentir, de emocionar-se e de entender o mundo representado na tela.** Tudo isso significou uma mudança substancial em nossas maneiras de “estar e ser” na vida cotidiana e, especialmente, em nossos modos de ver e acreditar na realidade por meio da sua representação na tela. (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 98, grifo nosso).

É possível, contudo, que o hábito de assistir vídeos entre as gerações mais jovens não tenha necessariamente iniciado pelo uso exclusivo da TV, mas desde sempre tenha envolvido a visualização de várias telas com base na disponibilidade de conteúdo em vídeo em diferentes lugares. No entanto, os jovens – especialmente os

¹² Tradução nossa de trecho original: “Not as communal watching, but instead through communication around television programs” (BARKHUUS, 2009, p. 1)

que residem distantes dos grandes centros urbanos – aprenderam a assistir (e produzir) vídeos através da mediação da TV, que ainda está significativamente presente na sociedade contemporânea.

1.1 Fluxo interacional: uma proposta teórico-conceitual

O alicerce para propormos a noção de fluxo interacional se evidenciou durante pesquisa de campo exploratória realizada entre setembro e outubro de 2016, conforme detalharemos no capítulo sobre o percurso metodológico. Esta proposta surgiu ao observarmos que os jovens à época entrevistados realizavam um tipo de gerenciamento das telas disponíveis, conectadas ou não à internet, para acessar e compartilhar informações sobre conteúdo em vídeo de diferentes plataformas online e emissoras de TV, ou produzidos por eles mesmos.

Percebemos que eles construía suas próprias combinações e organizavam suas práticas de acordo com o que tinham disponível de tecnologia e o que desejavam assistir. É óbvio que para os participantes que não tinham ou possuíam menos acesso à internet ou para os que faziam uso compartilhado de determinado dispositivo móvel, essas práticas eram menos frequentes do que para aqueles com conexão ilimitada. Isso, no entanto, não determinava o modo como os jovens buscavam, faziam circular e consumiam outros conteúdos em vídeo para além dos já disponíveis na televisão e não os excluía do ecossistema de mídia contemporâneo.

Diante deste primeiro achado, para além de orientarmos a estratégia metodológica da tese que apresentaremos adiante, partimos em busca de possível conceito teórico existente na literatura de estudos de televisão que nos permitisse melhor descrever e conceituar o que tínhamos percebido em campo. Nesse movimento, o conceito de fluxo, caro aos estudos de TV, logo se evidenciou, sobretudo, por conta da contribuição de Williams (2016) e de Jensen (1995).

1.1.1 O(s) fluxo(s) para Williams e Jensen

Como conceito que sustenta a tese de Williams sobre a televisão, fluxo é entendido como característica fundamental não apenas do que vem a ser o conteúdo *televisivo*, mas sim, define o que é radiodifusão de forma geral, sendo esta simultaneamente “uma tecnologia e uma forma cultural” (WILLIAMS, 2016, p. 97).

Em todos os sistemas de comunicação anteriores à radiodifusão, os elementos essenciais estavam separados. Um livro ou um panfleto eram lidos como um item específico. Um encontro ocorria em datas e lugares específicos. Uma peça era encenada em um teatro específico, em determinada hora. A diferença na radiodifusão não é somente que esses eventos ou outros semelhantes estão disponíveis no lar, ao simples ligar de um aparelho. Mas, sim, que **o programa**

de fato oferecido é uma sequência ou um conjunto de sequências alternativas desses ou de outros eventos similares, que ficam disponíveis numa única dimensão e numa única operação (WILLIAMS, 2016, p. 97, grifo nosso).

Para o autor, fluxo é uma organização interna “diferente da organização divulgada” (WILLIAMS, 2016, p. 102). Isso quer dizer que, ao vermos a programação que é divulgada pela emissora, identificamos apenas as unidades principais que são os programas ordenados por horário de exibição. Isso, porém, não revela os arranjos próprios do fluxo *televisivo* que são feitos pela emissora a partir de cortes e pausas estratégicas na narrativa de determinados programas para entrada de anúncios publicitários externos ou da própria emissora, estes devidamente encadeados de modo a produzir sentido juntos. Logo, esta lógica de organização precisa ser estudada de forma cuidadosa e em detalhes, já que além de envolver textualidades e formas de conexões de texto e imagem muito próprias de uma linguagem que se estabeleceu ao longo do tempo, este foi, e continua sendo, o elemento central e detonador do processo de apropriação da TV e seus conteúdos como forma cultural e como lugar da *interação*, como reconhecem França & Simões (2016).

Para Williams (2016), esse fluxo *televisivo* planejado vai muito além de uma junção de programas, *trailers*¹³ e publicidades e/ou simplesmente da grade de programação por si só. É algo que tem um ritmo próprio e que foi criado e ganhando uma “cara” própria ao passo que a televisão foi sendo assimilada como meio e, sobretudo, tendo sua assistência incorporada como prática de consumo individual e coletivo nos lares modernos. Como o autor explica foi, inclusive, a estruturação do conteúdo *televisivo* em formato de fluxo que contribuiu para que, em um período de efervescência industrial que a Europa viveu em meados do século XX, os sujeitos estabelecessem práticas domésticas de consumo e cultivassem o lar como o lugar do lazer e do descanso. Este foi um aspecto decisivo para a nova organização social na modernidade, processo amplamente estudado por Morley & Silverstone (1990) e Silverstone (1994).

Ao estudar propriamente o fluxo *televisivo*, Williams (2016) identificou três níveis ou camadas que precisam ser observadas de forma sequencial para se chegar à compreensão da linguagem televisiva. E ao fazer leituras nessa sequência, foi que Williams, ainda em 1974, apresentou análises detalhadas das conexões que caracterizam o que vem a ser o conteúdo da TV.

¹³ Forma como Williams (2016) denominou os anúncios internos feitos pelas emissoras para divulgar o lançamento e/ou exibição de programas.

O primeiro estágio, seria o reconhecimento do fluxo como sequência de programas ou unidades de uma grade/programação televisiva. Esta seria uma leitura mais óbvia e que acaba particionando o estudo do conteúdo *televisivo*, sobretudo, quando o foco são unidades de programação, entendidas exclusivamente como textos e em muitos casos descolados da lógica de fruição própria do meio.

O segundo estágio, seria identificar unidades menores de programação, tais como trechos de programas – particionados na tentativa de valorizar suas narrativas e prender a atenção do telespectador –, *trailers* e anúncios publicitários. Estes, que foram produzidos de forma separada, são encadeados e exibidos em sequência de modo a compor o fluxo *televisivo*.

O fluxo dessa segunda qualidade é, contudo, central em nossas experiências de televisão, pois revela, por meio de uma significativa variedade, o processo de unificação relativa em um fluxo de elementos que, de outra forma, estariam separados ou, no máximo, fragilmente relacionados (WILLIAMS, 2016, p. 106).

O terceiro estágio de detalhamento do fluxo *televisivo* revela a real sucessão de palavras e imagens e como estas, que parecem estar isoladas, se complementam em fusões que ocorrem adiante e compõem a narrativa televisiva. E é por conta desse nível de imbricamento entre textos e imagens que Williams (2016) defende que o fluxo oferecido está, fundamentalmente, relacionado à definição do que vem a ser a *experiência televisiva*. Entre as afirmações do autor que sustentam essa questão está: “A maioria de nós diz que está ‘assistindo à televisão’, não assistindo a um ‘telejornal’, uma ‘peça’ ou uma ‘partida de futebol’ na televisão” (WILLIAMS, 2016, p. 102). Por esse motivo, para o autor “o fluxo é sempre acessível, em várias sequências alternativas, quando ligamos a televisão. Logo tanto internamente, em sua organização imediata, como em uma experiência geral disponível, essa característica do fluxo parece central” (WILLIAMS, 2016, p. 103).

Desse modo, entendemos que o reconhecimento de um fluxo como linguagem da TV foi o que conferiu concretude à leitura feita por Williams da televisão como uma forma cultural, para além de uma tecnologia e/ou simples aparato “dominador de consciências”. Diferentemente do que muito se criticou, a TV alcançou níveis inestimáveis de penetração na vida social, em todo o mundo, pelo potencial de interpelação de seu conteúdo fluido e sua capacidade “de mobilizar, ampliar, reforçar ou transformar as metáforas da vida cotidiana, e as maneiras pelas quais as metáforas

[...] são tomadas e mobilizadas no discurso cotidiano de seus espectadores” (MORLEY & SILVERSTONE, 1990, p. 48)¹⁴.

Entendemos que ao definir a TV como forma cultural, Williams não necessariamente está falando de uma prática cultural de consumo estabelecida. Mas, sim, de uma potencial interpelação dos sujeitos a partir de seu *fluxo de conteúdo*, de modo a estabelecerem processos interpretativos e de apropriação a partir de suas mediações e contextos imediatos.

Também nessa direção, mas trabalhando de forma ampliada e detalhada, Jensen (1995) reconhece mais do que a existência de um fluxo *televisivo*, mas sim a de um *super-fluxo*, este composto pela associação permanente do *fluxo do canal* e do *fluxo do telespectador*. Segundo o autor, essa separação em dois fluxos seria uma estratégia analítica necessária aos estudos de recepção.

Para Jensen (1995), o *fluxo do canal* seria uma:

sequência de segmentos de programa, comerciais e pronunciamentos concebidos por uma estação individual para envolver o maior número possível de espectadores pelo maior tempo possível. A suposição é de que uma forma e uma mistura de segmentos apropriados podem manter os espectadores que já estão no fluxo, e que com isso se pode recrutar novos espectadores que estejam passeando no espectro. É esta estratégia que resulta na estrutura narrativa característica que atinge o clímax, com crescente intensidade, antes de cada intervalo comercial, uma *bricolagem* em que os limites das sequências são borradas (JENSEN, 1995, p. 109)¹⁵.

Já o *fluxo do telespectador* seria resultado do processo de criação e customização do fluxo a partir dos canais disponíveis, delineado de forma individual pelos espectadores. “Considerando que é provável que os espectadores permaneçam em um determinado canal, acompanhando ou fluindo de um programa para outro, eles são livres, em princípio, para fazer qualquer tipo e número de mudanças em qualquer momento” (JENSEN, 1995, p. 109)¹⁶.

Ao propor o estudo separado das partes que integram o *super-fluxo*, Jensen (1995) deixa ainda mais claro, em nossa leitura, que o fluxo *televisivo* a que se refere é o elemento que interpela e suscita as *interações comunicativas* dos sujeitos com a TV,

¹⁴ Tradução nossa de trecho original: “The capacity of television to mobilize, extend, reinforce or transform the metaphors of everyday life, and the ways in which metaphors (...) are taken up and mobilized in the everyday discourse of its viewers” (MORLEY & SILVERSTONE, 1990, p. 48).

¹⁵ Tradução nossa de trecho original: “Sequence of program segments, commercials, and pronouncements that is designed by the individual station to engage as many viewers as possible for as long as possible. The assumption is that an appropriate form and mixture of segments may retain the viewers who are already in the flow, and that it may further recruit new viewers who are grazing the spectrum. It is this strategy which results in the characteristic narrative structure that climaxes, with increasing intensity, before each commercial break, a bricolage in which the boundaries of the sequence are blurred” (JENSEN, 1995, p.109).

¹⁶ Tradução nossa de trecho original: “Whereas viewers are likely to stay with a given channel, carrying over or flowing from one program to the next, they are free, in principle, to make any type and number of changes at any point” (JENSEN, 1995, p.109).

tanto como tecnologia quanto como linguagem. Jensen (1995) reconhece que no paralelo ao *fluxo do canal* há um permanente processo de construção e customização de um segundo fluxo, este a partir dos interesses e repertórios do espectador.

O proposto por Jensen é central para a noção de *fluxos interacionais* para o consumo de vídeos que aqui defendemos. Isso porque Jensen (1995) reconhece, a partir da noção de *fluxo do telespectador*, a existência de um processo autônomo de montagem de fluxos pelos sujeitos interpelados no *super-fluxo*, ainda que em pesquisa realizada nos EUA na década de 1990 o autor tenha constatado que, de algum modo, as formas de apropriação dos sujeitos estão fortemente baseadas nos denominados *supertemas*¹⁷ e na *intertextualidade*¹⁸ que orientam a construção de discursos narrativos dos programas.

Acreditamos que, no caso do *super-fluxo* e, especialmente, do reconhecimento de um fluxo próprio do espectador, resultado de recortes e *bricolagens*, Jensen (1995) reforça as possibilidades de interação e apropriação dos sujeitos com os fluxos de conteúdo apresentados pelos diferentes canais. Assim como destaca a importância de compreender de que forma e por quais motivos os sujeitos fazem as conexões que fazem, quais os sentidos destas do ponto de vista da interpretação de textos, e como, a partir de elementos que reconhece como mediadores, ocorre a montagem do *fluxo do espectador*.

Mesmo diante dessa potencialidade analítica, Jensen (1995) explica que por muito tempo a relação entre esses dois fluxos foi pouco explorada nas pesquisas de recepção, seja porque as pesquisas na área de Ciências Sociais dedicaram mais atenção ao estudo das audiências em si, a partir de etnografias, seja pelo fato dos fluxos terem sido prioritariamente estudados via mensurações quantitativas do comportamento do público em relação a sequências específicas e fragmentadas do *fluxo do canal*.

Pelo caráter comercial de muitas pesquisas de audiências, o foco foi entender os níveis de uso de mídia das audiências com programas específicos que integravam a programação dos canais, dando pouca ou quase nenhuma atenção ao essencial processo de combinação dos segmentos que constituem o fluxo e/ou às práticas de

¹⁷ Esse é um importante conceito para Jensen (1995), fundamental ao processo analítico do *super-fluxo*. Para o autor, supertemas são as estruturas que servem para “estabelecer relações de sentido entre as realidades discursivas dos programas e as realidades da vida social diária dos telespectadores”. Tradução nossa do trecho original: “To establish meaningful relations between the discursive realities of programs and the everyday social realities of viewers” (JENSEN, 1995, p. 115).

¹⁸ Noção baseada nos estudos de linguagem, que “pode ser definida como uma característica mais formal dos discursos *televisivos* e sua recepção”. Tradução nossa do trecho original: “Can be defined as a more formal features of television discourses and their reception” (JENSEN, 1995, p. 119).

assistência nos lares. Já no âmbito das pesquisas de Humanidades, os poucos estudos que ocorreram sobre fluxo foram deste como texto.

Independentemente das lacunas apontadas e ainda hoje visíveis, entendemos que a partir de diferentes momentos históricos, tanto Williams quanto Jensen contribuíram no sentido de reconhecer que a recepção televisiva é uma prática cultural e essencialmente comunicacional, interpelada a partir dos fluxos, gêneros, *supertemas*, entre outros elementos detonadores e mediadores dos processos de interpretação e apropriação feita pelos sujeitos.

Por esse motivo, nos parece relevante seguir a compreensão de Williams (2016) e Jensen (1995) em relação ao estudo do fluxo televisivo. Isso porque *fluxo* é elemento central, não apenas para compreensão do que vem a ser o conteúdo, mas, sobretudo, para o estabelecimento das relações de consumo de vídeos no contemporâneo.

Outro ponto importante para a conceituação dos fluxos interacionais é se apropriar dos significados encontrados no dicionário para a palavra "fluxo", especialmente dois atribuídos para a palavra inglesa. Fluxo é substantivo que expressa "movimento de algo em uma direção" ou "um número regular e bastante grande de algo" (FLOW, 2019)¹⁹. Assim, para além de um movimento de alguma coisa em uma direção, fluxo remete à intensidade e a algo que pode ser composto por diferentes elementos, tais como acreditamos ser o fluxo interacional identificado entre os jovens participantes desta investigação.

Se o fluxo é um conjunto de sequências e um encadeamento dado de um conjunto de conteúdos, compreendemos que o que ocorre no contexto atual, é uma junção, em determinado tempo e espaço, de vídeos de forma sequencial, que estão disponíveis em fluxos dispersos de conteúdo, a partir dos quais os jovens são interpelados. Isso ocorre não apenas via tela da televisão e seus diferentes formatos (TV aberta, à cabo, Smart TV etc.), mas via dispositivos móveis conectados à internet, através dos quais acessam plataformas online de vídeo sob demanda (como *Netflix* e *Globo Play*), sites de redes sociais²⁰ (como *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*),

¹⁹ Tradução nossa do trecho original: "the movement of something in one direction; a regular and quite large number of something" (FLOW, 2019). Além desta, verificamos os significados de fluxo em Português, dentre os quais podemos destacar: "movimento do líquido que vem encher um espaço ou que passa por ele"; vicissitude dos acontecimentos/diversidade de coisas que se sucedem; [da química] substância facilmente susceptível que se junta a outra que o é menos para lhe auxiliar a fusão; [adjetivo] fluído" (FLUXO, 2018).

²⁰ Partimos da definição de sites de redes sociais proposta por Recuero (2017). A autora defende a necessidade de diferenciar redes sociais – noção mais ampla de agrupamento social e independente dos aparatos digitais – dos sites de redes sociais, que a partir das apropriações feitas pelos sujeitos são capazes de "desvelar redes que existem ou que estão baseadas em estruturas sociais construídas por essas pessoas (muitas vezes, de modo diferente daquele previsto pela própria ferramenta). Uma vez que passem a usar o *Facebook*, os atores criarão ali redes sociais que passarão a ser exibidas por ele" (RECUERO, 2017, p.19).

aplicativos de mensagens instantâneas (como *WhatsApp*), bem como produzem e fazem circular seus próprios vídeos.

Diferentemente de como se fazia no contexto no qual a televisão era a única tela provedora de conteúdo em vídeo, em ambiente doméstico e privado, atualmente há muitas plataformas, acessíveis por diferentes telas, que apresentam fluxos de conteúdo majoritariamente compostos de vídeos nas quais, ao acessá-las, os jovens ou acompanham os conteúdos que estão sendo recomendados, ou selecionam os que desejam assistir naquele momento ou posteriormente, de modo a customizar suas próprias sequências de assistência. E é exatamente essas novas formas de apropriação que os sujeitos tecem a partir da junção de vídeos dispersos que estamos denominando de fluxos interacionais.

1.1.2 Interação

A proposta por qualificar esse fluxo como interacional se justifica a partir de dois aspectos principais. O primeiro é destacar conceitualmente que o fluxo proposto é uma montagem feita pelos sujeitos no contato com diferentes ambiências onde circulam vídeos, e que cabe a eles fazerem junções e agregarem conteúdo ao fluxo de assistência. Montagem que é diariamente estabelecida a partir das articulações das pluridimensões que caracterizam hoje o consumo de vídeos no contemporâneo.

Da mesma forma, o interacional refere-se a um fluxo que é necessariamente resultado de uma *interação comunicativa*, no sentido de França & Simões (2016, p. 101), ou seja, uma ação da “conduta humana imbuída de um significado subjetivo que a orienta”.

Essa compreensão é complementada pela definição de *interações comunicativas* de Orozco Gómez (2011), ao se referir a um tipo de interação simbólica que se processa em uma *nova condição comunicativa*, na qual a comunicação “mono canal” é superada por uma comunicação multicanal ou multimídia e multilinguística. Essa nova condição permite, via uma conexão pluridimensional, que as interações dos sujeitos se delineiem a partir de uma multiplicidade de processos.

Assim, mesmo que estejamos falando de hábitos culturalmente assentados como o “assistir TV”, que mesmo com possibilidades de interatividade, não tem seu fluxo imediato de conteúdo alterado, esta prática pressupõe a produção de sentido pelos sujeitos, tal como comprovaram inúmeros autores latino-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2004, 2009²¹; OROZCO GÓMEZ, 2010, 2011, 2014a, 2014b, 2014c; LOPES

²¹ Sabe-se que Martín-Barbero tem origem espanhola, mas nos referimos a sua decisão por radicar-se na América Latina, especificamente na Colômbia, em 1973.

et al., 2002; LOPES, 2014; ESCOSTEGUY & JACKS, 2005; JACKS *et al.*, 2008, 2014, 2017), a partir dos estudos de recepção e consumo. Processo este que se dá a partir das mediações e condições de assistência experienciadas por cada telespectador, individual ou coletivamente. Isto porque, como reconhece França (2006):

a televisão é uma prática *comunicativa*; uma relação mediada simbolicamente, que se efetiva através da criação e partilhamento de discursos, de sentido. A produção televisiva não acontece imune ou à revelia da presença de sua audiência (intervenções, interesses), mas é permanentemente modificada por ela, pela dinâmica viva das intervenções dos diferentes sujeitos envolvidos na interlocução. Portanto, é uma linguagem em processo, que se faz/se refaz continuamente – donde a mobilidade de suas formas e gêneros. Como toda linguagem, orienta tanto quanto é constituída pelas falas que a efetivam (FRANÇA, 2006, p. 32).

É importante destacar ainda que muitas das críticas empreendidas ao conceito de fluxo proposto por Williams, estão ligadas ao potencial frustrado de romper e alterar o *fluxo de conteúdo* das mídias *reativas* mesmo quando a interatividade se tornou possível. Entre as críticas feitas, a exemplo da de Moe (2005), está a de que mesmo com a reconfiguração do processo de produção, transmissão e distribuição de conteúdos em vídeo, os sujeitos permanecem “aprisionados” e não aptos ou habilitados para interferir no fluxo principal da mídia televisiva. Ao citar Murdock, Moe diz que os “espectadores continuam respondendo a opções orquestradas pelos produtores de programas. Eles podem ter um menu cada vez mais flexível de onde escolher, mas continuam não sendo autorizados na cozinha” (MURDOCK, 2004, p. 9 *apud* MOE, 2005, p. 779)²².

Nosso foco, porém, com a noção de fluxo interacional não é de defender um fluxo que altera em sua essência os *fluxos de conteúdo* dos canais hoje disponíveis em multiplataformas. Mas sim observar que em paralelo aos fluxos já identificados pelos autores, coexiste um fluxo construído pelo sujeito e que vai além do *fluxo do telespectador* de Jensen (1995). Isto porque esse processo de montagem inclui vídeos advindos não apenas da TV, mas de plataformas online diversas e que, a um primeiro olhar, parecem desconexos mas que compõem a atual experiência de consumo de vídeos, principalmente entre os jovens.

Trata-se de um fluxo próprio do contemporâneo que é necessariamente construído pelos sujeitos no contato com os múltiplos fluxos que eles têm disponíveis nas diferentes telas com as quais tem contato diariamente. O fluxo interacional é, portanto, um fluxo construído pelo sujeito a partir de *interações comunicativas* com

²² Tradução nossa de trecho original: “viewers are still responding to options orchestrated by programme makers. They may have an increasingly flexible menu to choose from but they are still not allowed in the kitchen” (MURDOCK, 2004, p.9 *apud* MOE, 2005, p. 779).

vídeos disponíveis em diferentes telas, conectadas ou não à internet, e advindos de plataformas diversas, não mais pertencentes a uma única mídia ou fonte de conteúdo. Isso inclui vídeos produzidos por jovens ou por pessoas de seu círculo de relações, com circulação nas redes de modo restrito ou não.

Atualmente, podemos reconhecer incontáveis *fluxos de canal*, entretanto não somente concentrados na televisão. *Fluxos de conteúdo* ininterruptos disponíveis em diferentes plataformas e em variadas telas com capacidade de produção e reprodução de vídeos. E, nesse novo cenário – de ampliada oferta de conteúdo que tem a marca do *televisivo* – os jovens circulam por diferentes ambiências (online ou offline) e constroem seus próprios fluxos de assistência que são baseados nos fragmentos que trazem de cada “canal” de distribuição com os quais interagem nos mais variados locais e horários do dia.

1.2 Audiências conectadas

Entre as marcas do cenário de *convergência midiática* está a integração das linguagens e disponibilização de conteúdo em múltiplas plataformas. No caso da televisão isso não é diferente. Como apresentamos nesta seção, além da diversidade de formas de acesso a vídeo na internet, incluindo conteúdos *televisivos*, neste cenário as audiências estão cada vez mais conectadas e transitando entre plataformas de conteúdo, tanto online quanto offline.

Pesquisadores do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL) reconhecem a existência de uma ambivalência na forma como os conteúdos de ficção televisiva são assistidos online. Em determinados momentos, o que ocorre é apenas uma extensão da TV. Ou seja, os sujeitos interagem em sites de redes sociais e outras plataformas online a partir de um conteúdo *televisivo* de referência.

Por outro lado, abre-se espaço para criação de empresas de conteúdo autônomas, que exploram novos formatos, gêneros e temáticas. Segundo Burnay *et al.* (2018), há a formação de um mercado paralelo de produção e oferta de conteúdo audiovisual, no qual novas empresas como *Netflix* e *Amazon* passam a disputar espaço com grandes emissoras de TV.

Esse modelo de negócio tem sido apropriado também pelos conglomerados já hegemônicos no mercado *televisivo*, a partir da criação de plataformas do tipo Video on demand (VoD) – ou seja, plataformas que permitem assistência de vídeos por streaming, mediante pagamento de assinatura mensal – por emissoras de televisão como a *Globo* (Brasil) e a *Televisa* (México), que respectivamente tem seus próprios serviços de SVoD, sendo eles o *Globo Play* e o *Blim*.

Por isso, as polêmicas discussões em torno do “fim da TV”, ganham dois rumos principais conforme explicitam Carlón & Fachine (2014, p. 8): (i) “a televisão não está morta nem morrendo”, em referência à tradicional televisão de sistema broadcast, baseada em uma grade de programação linear e que permanece forte e se reinventando no cenário de convergência; e (ii) “uma certa televisão está morrendo”, sendo a que está morrendo é a TV massificada orientada pela grade linear, enquanto são criadas novas formas de ver TV a partir de sistemas que reconfiguram a lógica broadcasting tais como o on demand.

Carlón (2014) considera que a televisão tal como a conhecemos está vivenciando um processo de “desmassificação”, no qual o público não é mais somente espectador de conteúdos exibidos de forma “massificada” e a partir de uma grade de programação temporalmente organizada – que aqui entendemos como *fluxo de canal* de Jensen (1995).

Para Carlón (2014), o formato de transmissões ao vivo é determinante para a manutenção da TV como importante mídia do contemporâneo. Mesmo que hoje sua assistência também implique interações em diferentes plataformas, que podem desencadear novas formas de assistência do conteúdo não mais determinadas pelo canal de TV, mas construídas de forma coletiva e, por vezes, colaborativa.

Fachine (2014) e Fachine & Bronsztein (2016) acreditam que o fenômeno da *social TV* vai ao encontro do fortalecimento do laço social das audiências²³ com a TV ao invés de distanciá-las desse meio. “[...] essas novas práticas comunicativas”, que agora não se limitam ao sofá da sala de estar, “ao invés de ameaçar, reforçam o consumo em ato da programação” (FECHINE, 2014, p. 128-129). E, para isso, Fachine (2014) identifica duas razões principais: (i) o fato de estar conectado à internet durante a assistência televisiva acompanhando, comentando e compartilhando conteúdos nas redes sociais “amplifica o sentimento de ‘estar conectado’ (o de ‘estar com’)”; (ii) a interação nas redes possibilita que as audiências intervenham ou pelo menos pressionem os grupos de mídia a reconfigurar suas práticas diante da repercussão dos programas na web.

Atualmente, os grandes grupos tem equipes de monitoramento dos sites de redes sociais durante seus programas e se valem disso, tanto para incorporar informações das audiências conectadas nas suas narrativas – especialmente ao vivo, como no ‘Super Star’²⁴ –, quanto para agregar valor às inserções publicitárias, feitas

²³ “[...] ser audiência significa estar vinculado com a informação, com os outros e com o “outro” de uma forma sempre mediada, não presencial” (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 108).

²⁴ Ver Marques *et al.* (2014).

ao longo da programação²⁵.

Nesses arranjos, como adverte D'Andrea (2015, p. 4) “muitas vezes algo na transmissão escapa do planejado e a caixa-preta se abre, escancarando processos invisibilizados e desencadeando novas redes através da audiência conectada, o que complexifica o processo planejado de *broadcasting*”. Isso significa que, às vezes, especialmente durante programas ao vivo, as emissoras precisam lidar com conteúdo inesperado enviado pelas audiências, incluindo críticas diretas feitas a seus programas.

Entretanto, a centralidade dos conteúdos ao vivo na grade televisiva linear é o que suscita experiências de *social TV* e de uso de segunda tela (FECHINE, 2014, p. 129-130).

No Brasil, gigantes como a Globo já consideram como estratégica a oferta de conteúdos para segunda tela que, operando sinergicamente com a grade e explorando a articulação da TV com as redes sociais, estimulem formas de sociabilidade em torno da sua grade de programação. [...] mais uma vez, estamos diante de situações nas quais a programação, reunindo as pessoas em torno dos mesmos conteúdos e ao mesmo tempo, é ainda a grande responsável por modalidades de encontro entre sujeitos que ampliam a esfera conversacional tão constitutiva da nossa experiência com a televisão. (FECHINE, 2014, p. 129-130)

É o caso da situação analisada por Sigiliano & Borges (2016) de fãs da série norte-americana ‘The X-Files’, criada e exibida pela *FOX*, e que em 2015 teria uma temporada extra depois de anos do encerramento da série. Para lançar o conteúdo, a *FOX* realizou uma campanha de expectativa a partir da qual convidou os fãs a re-assistirem os episódios da série antes da estreia da nova temporada. Ainda que a *FOX* não tenha reexibido os conteúdos, para revisitarem os episódios os fãs de um determinado fã-clubes estabeleceram um espaço de interação comum no *Twitter*, por meio do uso da *hashtag* #XFRewatch, e um horário pré-definido para que todos re-assistissem ao mesmo tempo os episódios. E, nesse “estar juntos”, pudessem comentar e redescobrir os mistérios da série.

De acordo com Sigiliano & Borges (2016, p. 9), a iniciativa “dialoga com a *Social TV* ao resgatar e potencializar a ritualização e a socialização em torno do conteúdo televisivo”. É interessante observar ainda que a interação entre os fãs da série está baseada na montagem, mesmo que provisória, de uma grade de exibição dos episódios para assistência ao mesmo tempo, ainda que cada um assistisse ao conteúdo de forma individualizada e em diferentes suportes/telas.

²⁵ Dada a repercussão do conteúdo *televisivo* no ambiente digital, o IBOPE implementou recursos para o monitoramento, mais especificamente no *Twitter*, do Ibope *Twitter TV Ratings* (ITTR).

1.2.1 Regimes de assistência

Pelas múltiplas possibilidades de oferta e consumo, hoje é possível identificar novos regimes de assistência para além dos propostos por Fachine (2014), ou os mesmos ocorrendo em outras plataformas. Tal como detalharemos nos capítulos de análise dos dados construídos em campo, tanto o “regime do ‘olhar’” quanto o da “olhadela” podem ser identificados nas práticas de consumo de vídeos em sites de redes sociais, com destaque para a assistência dos chamados stories ou vídeos aleatórios dispersos no feed dessas plataformas. Isto está relacionado aos cenários de consumo de vídeo online identificados por McNally & Harrington (2017) como “fazendo uma pausa”, “primeira coisa durante a manhã” e “antes de ir dormir”. Essas são ocasiões mais curtas de assistência nas quais o foco é passar o tempo, verificar se há atualizações e ser informado, ou apenas relaxar. E isso pode ocorrer em qualquer lugar ou durante qualquer atividade, incluindo a assistência de vídeo em outra tela.

Em paralelo a isso, como sugere Miller (2014), as emissoras de TV aberta podem ter inúmeros problemas, mas não a perda de audiência da televisão. “As pessoas que assistem à televisão por meio de diferentes dispositivos e serviços estão vendo mais, não menos televisão” (MILLER, 2014, p. 92).

Por conta disso, o nível de arrecadação publicitária das emissoras de TV, ainda que estejam agora disputando espaço com outras janelas de consumo de conteúdo, permanece alto. Miller (2014, p. 84) cita a cobertura de um evento esportivo feita por um canal de streaming e que, nessa situação, a empresa arrecadou 30 milhões de dólares com publicidade. “Muito menos do que os 400 milhões de dólares que fez a televisão”. O autor reconhece certo amadurecimento do serviço de streaming no que concerne à inserção estratégica e rentável de publicidade, porém fica evidente que mesmo com as audiências completamente dispersas e sem a “garantia” de alcance dos públicos em determinada transmissão, a televisão se mostra o meio mais consolidado em termos de inserção publicitária e de modelo de negócio.

Doyle (2010, p. 15) acredita inclusive que pelo fato de não estarem mais confinados a um fluxo linear de distribuição, os conteúdos de propriedade das empresas de televisão podem agora, pelo menos teoricamente, ser desfrutados de forma muito mais completa pelo público do que nunca. Por outro lado, estudo de Vanattenhoven & Geerts (2015, p. 81) na Bélgica revelou que a situação de oferta de “vários serviços fragmentados [...] pode tornar muito difícil para os usuários finais assistirem TV do jeito que gostariam”²⁶. Isso mostra que apenas ter acesso a essas

²⁶ Tradução nossa de trecho original: “Several fragmented services [...] can make it quite hard for the end users to watch TV the way they would like” (VANATTENHOVEN & GEERTS, 2015, p. 81).

novas possibilidades não leva automaticamente a uma experiência de assistência agradável e necessariamente coerente às práticas já internalizadas pelos sujeitos.

Para Orozco (2014b), a maior dificuldade nesse cenário de consumo do *televisivo* é verificar o número de visualizações recebidas, mas isso não quer dizer que a TV aberta esteja perdendo seu público. Para o autor, inclusive, a TV está mais viva do que nunca, especialmente na América Latina.

Ainda na sua forma clássica de *broadcasting*, a televisão aberta continua chamando a atenção, recebendo altas somas de investimento publicitário, as maiores entre os meios massivos. E na maioria dos países, a televisão aberta segue também conseguindo as maiores audiências e marcando a pauta na construção coletiva da “imagem de nação”, enquanto continua servindo de eixo principal para o intercâmbio social entre amplos setores da população (OROZCO, 2014b, p. 7)²⁷.

Mais do que se perguntar sobre “o que a TV será”, Fachine (2014) defende o questionamento sobre “o que a TV ainda é”. Inversão que consideramos estratégica para o estudo com os jovens. Independentemente da tela mais usada e a qual o jovem mais dedica atenção, é o conteúdo em vídeo, possivelmente com marcas do *televisivo*, que está no centro de suas atenções.

1.2.2 Materialidade da convergência

A partir da contribuição de Jensen (2007 *apud* OROZCO GÓMEZ, 2011, p. 393), Orozco Gómez explica que é a “interatividade a dimensão que modifica o estar como audiência, já que justamente a audiência na interatividade se reconverte em usuário”²⁸. Isso significa que para além de uma relação de produção de sentido e reconhecimento estabelecida a partir do conteúdo *televisivo*, na perspectiva de Orozco Gómez (2014a) hoje as audiências têm a possibilidade de interagir com o conteúdo de forma concreta. O que fica “materializado” e registrado nos ambientes digitais de interação, além das possibilidades de desconstruir e reconstruir os conteúdos *televisivos* a partir de seus próprios anseios, e inclusive fazer circular conteúdos de produção própria.

Para Aquino (2012), a noção de materialidade de que fala Orozco Gómez é um dos princípios norteadores para compreender o cenário de convergência. Isso porque

²⁷ Tradução nossa do trecho original: “Aun en su forma clásica de broadcasting, la televisión radiodifundida continúa llamando la atención, recibiendo altas sumas en inversión publicitaria, las mayores entre los medios masivos. Y en la mayoría de países, la televisión radiodifundida sigue también consiguiendo las mayores audiencias y marcando la pauta en la construcción colectiva de la “imagen de nación”, mientras continúa sirviendo de eje principal para el intercambio societal entre amplios sectores de población” (OROZCO GÓMEZ, 2014b, p. 7).

²⁸ Tradução nossa de trecho original: “Interactividad la dimensión que modifica el estar como audiencia, ya que justamente la audiencia en la interactividad se reconvierte en usuario” (JENSEN, 2007 *apud* OROZCO GÓMEZ, 2011, p. 393).

esta advém da noção de *meta-tecnologia* conceituada por Jensen (2010). *Meta-tecnologia* é a capacidade dos meios digitais de agregarem funções de meios anteriores. Um computador, por exemplo, combina diferentes funções estas advindas e pertencentes a meios anteriores a ele.

Para além dos aparatos, Jensen (2010) afirma que as ambiências digitais são *meta tecnologia*. Ele explica que estas têm a capacidade de combinar modelos distintos de comunicação, experimentados em tempos atrás apenas pelos próprios humanos em interações face-a-face ou por meios de comunicação de massa. Para Jensen (2010), as redes permitem três graus distintos de comunicação: *um-para-um*, *um-para-muitos* e *muitos-para-muitos*.

No que tange à interatividade, Orozco Gómez (2014a) esclarece que esta

[...] não é a interação mental ou simbólica que as velhas audiências sempre tiveram com aquilo ofertado na tela televisiva da qual resultava uma interpretação. [...] **não é apenas uma questão de interpretação, mas de ações e produções, nos envolvendo como produtores e criadores**, e não apenas como receptores, repetidores ou intérpretes (OROZCO GÓMEZ, 2014a, p. 107, grifo nosso).

Em consonância com Orozco Gómez, Scolari (2014a) reconhece nessa nova configuração duas formas de consumo: o *passivo* e o *ativo*. Ao falar de *passividade*, Scolari esclarece que não está se referindo a processos funcionais de codificação e decodificação automáticos – o que inclusive seria um grande contrassenso para os estudos de recepção latino-americanos. Ele se refere a um nível de interação e produção de sentido que sempre ocorreu, mas que esteve ancorado basicamente às interpretações, usos e apropriações dos públicos delineados em suas próprias mentes e/ou compartilhados com os grupos sociais em seus lugares de referência, de forma presencial ou mediada (conversa por telefone, por exemplo, sobre o que passa na TV), mas com alcance reduzido se comparado às atuais possibilidades de interação. “Quando falamos de *passividade* nos referimos a um tipo de consumo que se limita a isso, ao trabalho interpretativo a partir de um texto que o emissor colocou a nossa disposição em determinada hora, em um determinado meio de comunicação” (SCOLARI, 2014a, p. 10)²⁹.

Por conta dessa diferença, Scolari conceitua como consumo *ativo* uma “interpretação de tipo forense e práticas pós-produtivas” (SCOLARI, 2014a, p. 10)³⁰, um consumo no qual o usuário é motivado a construir partes da história e a desenhar

²⁹ Tradução nossa de trecho original: “Cuando hablamos de passividad nos referimos a un tipo de consumo que se limita a eso, al trabajo interpretativo a partir de un texto que el emisor puso a nuestra disposición a determinada hora, en un determinado medio de comunicación” (SCOLARI, 2014a, p. 10).

³⁰ Tradução nossa de trecho original: “Interpretación de tipo forense y prácticas posproductivas” (SCOLARI, 2014a, p. 10).

suas próprias narrativas, seja a partir do conteúdo *televisivo* ou a partir de novas histórias e de seus próprios relatos e experiências de vida. Esse perfil se assemelha à noção de *complexidade narrativa* ou *complex TV* de Mittell (2012, 2015 *apud* SIGILIANO & BORGES, 2016, p. 8), que estimula “debates minuciosos e análises detalhadas sobre as nuances da história” por parte das audiências, proporcionando que os fãs atuem como verdadeiros detetives para preencher as lacunas que foram deixadas propositadamente em aberto pelos autores na narrativa dos programas.

Nesse cenário, precisamos entender a “televisão como um conjunto de práticas de produção e interpretação de textualidades audiovisuais” (SCOLARI, 2014b, p. 44), que certamente nos ensinou a nos envolver com a linguagem audiovisual, mais do que qualquer outro aparato. Scolari (2014) defende o reconhecimento da chamada *hipertelevisão*³¹, conceito que versa, em nossa leitura, sobre um aprimoramento no ritmo narrativo da TV, logo de seu *fluxo de conteúdo*, agora disponível também em outras plataformas.

Segundo Scolari (2014b, p. 49), a *hipertelevisão* está falando a uma “geração criada em ambientes digitais interativos que desenvolveu novas habilidades perceptivas e cognitivas”. Para o autor, as audiências do cenário atual de consumo de vídeo são diferentes das audiências acostumadas com o sistema de broadcast (SCOLARI, 2014a, p. 9). Enquanto as primeiras audiências eram *media-centred*, as atuais se converteram em *narrative-centred*, ou seja, estão mais interessadas na narrativa dos conteúdos audiovisuais independentemente da tela usada para assistir e interagir com estes. Tratam-se de novas formas de fruição e interação com um interesse claro pelas narrativas que aprendemos a gostar e acompanhar a partir de nosso contato com a televisão e agora, potencializadas, por modelos de *storytelling* transmídia (JENKINS, 2009).

É importante destacar que, ao fazermos esse tipo de afirmação, não estamos negando – assim como os autores parecem não ter essa intenção –, que os receptores e fãs de conteúdos do modelo broadcast tivessem plena capacidade de reconstruir as narrativas televisivas, e com certeza o faziam. Esse é o porque de destacarmos a origem interacional do conceito de fluxo que estamos defendendo. Contudo, o que está em voga é que as produções oriundas das audiências estão hoje mais visíveis por conta dos ambientes digitais que permitem o registro e a disponibilização para acesso irrestrito.

³¹ As características da hipertelevisão são: (i) “a multiplicação de programas narrativos; (ii) a fragmentação da tela; (iii) aceleração da história; (iv) narrativas em tempo real; (v) histórias não sequenciais; (vi) expansão da narrativa” (SCOLARI, 2014b, p. 45-46).

A produção *ativa* para Scolari (2014a) se configura como a geração/alteração de um conteúdo específico. Por exemplo, comentar nas redes sociais sobre uma telenovela. Isso não deixa de ser produção de conteúdo, pois materializa hoje na rede comentários que ficavam restritos aos ambientes domésticos e a uma esfera particular, mas são convertidos, agora, em uma discussão pública e coletiva (não necessariamente colaborativa). Se comparado ao fenômeno das fanfictions, porém, esse nível de produção é superficial e explora pouco das potencialidades apontadas por Jenkins (2009) de construção de conteúdos a partir de uma *inteligência coletiva*. Fica claro que os processos de ressignificações do *televisivo* são visibilizados nas redes, deixam evidências e podem ser observados de forma irrestrita, o que facilita e muito o trabalho do pesquisador e demonstra suas especificidades (PIENIZ, 2013).

Diante das muitas possibilidades de atuação das audiências nesse novo cenário de consumo de vídeos, nos interessa identificar os fluxos interacionais delineados pelos jovens participantes de Cametá (PA) e Tavares (RS). Para essa compreensão retomamos a noção de *conexão pluridimensional* de Orozco Gómez (2011) – fundamental para o conceito que aqui propomos – na qual as apropriações estabelecidas pelas audiências, mesmo que de modo individualizado, assumem, atualmente, alcances e dimensões diversas, que vão muito além do contexto de referência dos usuários. É como se estivéssemos revivendo o processo de disseminação dos meios de massa que Thompson (2009) descreveu. Neste processo a TV, o rádio e tantas outras mídias levavam as pessoas a contextos e a referenciais culturais completamente fora do seu alcance, sem sair de casa. O que temos agora é uma possibilidade potencializada de interagir com outros referenciais, agora de forma materializada e aberta ao estabelecimento de processos de comunicação horizontais em potencial.

Essa afirmação nos remete ao incômodo que ainda sentimos em relação ao termo audiência, dada à carga funcionalista que ele carrega. Mesmo que já desmistificado por diversos autores (ANG, 1991; CARLÓN, 2014; ESCOSTEGUY & JACKS, 2005; JACKS, 2008, 2014, 2017; JENSEN, 1995; SCOLARI, 2014a, 2014b), na interpretação de Orozco Gómez (2011), as novas perspectivas inauguradas para analisar as *interações comunicativas* das audiências da sociedade em rede acabam por, finalmente, reconfigurar a visão das audiências como grupos empoderados e naturalmente produtores de sentido.

Como audiências, as sociedades atuais podem deixar de ser reconhecidas essencialmente por seu status desempoderado quase sempre como receptores de meios massivos autoritários, para começarem a ser reconhecidas por um

estar-sendo ativos, cada vez mais criativos, na produção e emissão comunicacionais. (OROZCO GÓMEZ, 2011, p. 389)³².

1.2.3 Centralidade da narrativa

Ainda sobre as mudanças do perfil da audiência, Orozco Gómez (2014c, p. 14; 2016) chama atenção para o fenômeno da “*migração do meio ao relato*”. Isso significa que a interpretação das audiências é baseada em representações televisivas verossímeis com o real. Para Orozco Gómez (2014c; 2016), hoje os produtores de conteúdos apostam em narrativas que exigem novas formas de leitura das audiências, agora sustentadas em probabilidades oriundas da fantasia e do lúdico, que não necessariamente façam sentido no mundo real e/ou estejam presas aos relatos canônicos, clássicos e inalteráveis³³.

Apesar de o autor reconhecer essa transformação, ele indica que nem todas as audiências estão vivenciando essa transformação de deixar “a recepção para incursionar na produção e na emissão de conteúdos” (OROZCO GÓMEZ, 2014c, p. 14)³⁴. Em muitos casos, o que pode estar ocorrendo, segundo Orozco Gómez (2010; 2011), é um processo de “trânsito de audiências”, que, agora conectadas, circulam entre diferentes ambientes digitais e telas, complementando e reconfigurando a fruição do conteúdo de vídeo, mas não necessariamente interagem ou atuam criando outros conteúdos a partir de suas próprias experiências.

Independentemente de ter um consumo ativo ou não, retomando a perspectiva de Scolari, Orozco Gómez considera que todos (nós, inclusive) continuamos sendo audiências, mesmo experimentando novas formas de se relacionar com o *televisivo* (OROZCO, 2016). Além disso, Orozco Gómez (2014c) reconhece que enquanto “ser” audiência foi a característica principal dos públicos no século XX, dada a presença dos meios massivos, no século XXI as pessoas passam a ser interlocutoras, ainda que essa

³² Tradução nossa de trecho original: “Como audiencias, las sociedades actuales pueden dejar de ser reconocidas esencialmente por su estatus desempoderado casi siempre como receptores de medios masivos autoritarios, para empezar a ser reconocidas por un estar siendo activos, cada vez más creativos, en la producción y emisión comunicacionales” (OROZCO GÓMEZ, 2011, p. 389).

³³ Nesse ponto, vale breve referência ao estudo recente de Silva (2016) sobre as representações das chamadas “novas tecnologias” no fluxo *televisivo* do horário nobre da *Globo*. O trabalho evidencia como a construção de uma noção de tecnologia como novo e algo positivo é resultado não apenas de um discurso midiático de grupo específico e seus anunciantes. Mas sobretudo, é resultado e tem aderência e é apropriada pelos consumidores pelo fato de articular dimensões política, econômica e cultural. As representações identificadas e acionadas no fluxo *televisivo* por Silva (2016) se relacionam de forma intertextual, integrando gêneros até então distantes, como telejornalismo e publicidade. Recurso próprio do fluxo *televisivo* estudado por Jensen (1995) ao identificar o *super-fluxo* e as formas de encadeamento de sentido que os telespectadores fazem. Desse modo, mais que um conteúdo, o fluxo *televisivo* que vem sendo estudado desde a década de 1970 revela valores, significados e rituais que advém da sociedade, como retroalimenta as audiências das (novas) práticas socialmente aceitas. Isso porque, como verificaram Silva & Piedras (2017, p. 186), “se, por um lado, essas imagens ‘banais’ remetem à cultura material que a televisão invariavelmente representa, por outro, têm implicações relevantes na objetivação de representações que objetivam as ‘novas tecnologias’ como algo naturalmente presente e necessário no cotidiano”.

³⁴ Tradução nossa de trecho original: “la recepción para incursionar en la producción y en la emisión de contenidos” (OROZCO GÓMEZ, 2014c, p. 14)

não seja uma transição que se efetivará em curto prazo e que incluirá a todos, já que exige repertórios prévios que parte considerável da população não foi estimulada e/ou não teve condições de usufruir.

Frente à pluralidade dos usuários dessa “nova TV”, precisamos pensar que não basta estarem conectados e incluídos digitalmente para necessariamente desenvolverem o capital cultural e as competências apontadas por Orozco Gómez (2011, 2014c), abrindo espaço para identificação de vários graus de “analfabetismo digital” e exclusão social.

Uma nova era em que a origem de sua produção deixa de ser só televisiva, para ser também digital, e na qual existe uma ampliação de possibilidades para seu acesso por parte das audiências, que parece não ter limites, para além dos custos envolvidos em algumas opções de conectividade. [...]. Esta tendência, contudo, ainda não envolve a maioria das audiências: enquanto as minorias estão hiperconectadas, seguem existindo maiorias desconectadas e as lacunas digitais se amplificam (OROZCO GÓMEZ, 2014b, p. 8-9)³⁵.

E como complementa Miller (2014):

A lição da nova tecnologia é a mesma de sempre: tal como a imprensa, rádio e televisão, cada meio é rapidamente dominado por corporações centralizadas e centralizadoras, apesar de seu potencial multidistributivo. Esse centralismo é, obviamente, menos poderoso no caso da internet do que no caso das tecnologias mais pensadas ao hermetismo (MILLER, 2014, p. 85).

Por isso, na opinião de Francés (2014), o investimento em sistemas digitais é obrigação dos governos e estes já devem estar integrados às possibilidades de narrativas transmídia, a fim de poderem ser difundidos em diferentes plataformas, acompanhando assim a tendência dos serviços disponíveis no mercado, mas de forma pública e acessível a todos. Nesse sentido, ele considera fundamental o fortalecimento de uma posição do setor público no sentido de evitar que os grandes grupos de mídia que detém os principais espaços de produção e fruição de conteúdo nos meios massivos, passem a dominar os espaços também na internet. Um pouco do que já vem acontecendo – conforme vimos nos dados do OBITEL – com os serviços de streaming, aparentemente “dominados” pelas corporações de TV por assinatura e aberta, como a *Globo* no Brasil e a *Televisa* no México, ou no caso do *Netflix* que, para diferenciar sua plataforma e não entrar em disputa com as grandes produtoras de conteúdo, tem investido na produção de conteúdos exclusivos desde 2013.

³⁵ Tradução nossa de trecho original: “Una nueva era en que el origen de su producción deja de ser sólo televisiva, para ser también digital, y en la que existe una ampliación de posibilidades para su acceso por parte de las audiencias, que parece no tener límites, más allá de los costos involucrados en algunas opciones de conectividad. (...). Esta tendencia, sin embargo, aun no involucra a la mayoría de las audiencias: mientras las minorías están hiperconectadas, siguen existiendo mayorías desconectadas y las brechas digitales se amplifican” (OROZCO GÓMEZ, 2014b, p. 8-9).

1.3 Convergência midiática e “novos” modelos de negócio

Diante das possibilidades de produção, integração e disponibilização de conteúdos, os modelos de negócio próprios do mercado *televisivo* vêm se reinventando. Por este motivo, apresentamos nesta seção informações sobre como as plataformas de vídeo online tem estabelecido formas de monetizar suas produções, por vezes adotando recursos das emissoras tradicionais de televisão.

Mesmo que estejamos falando de um cenário de *TV everywhere*, é interessante recuperar a discussão, realizada por Wolton (1996), sobre o papel desempenhado por uma *TV generalista* em um país como o Brasil. Nesse novo cenário, precisamos pensar como essa função de engajamento social e de participação individual e, ao mesmo tempo, coletiva das sociedades com a televisão, identificada pelo autor, é fundamental para as sociedades contemporâneas e precisa ser observada em estudos aprofundados, mas agora a partir do estabelecimento de laços sociais com e via outras plataformas.

Algo que precisa ser considerado é que os usos das tecnologias são sempre determinados pelas práticas sociais e culturais das pessoas. As soluções não brotam das mentes dos homens de negócio, mas, sim, são identificadas nos usos oriundos das necessidades dos próprios públicos. Como exemplo, temos a proposta dos serviços de vídeo sob demanda que, mais do que uma invenção do mercado, atende na verdade a um público que, por conta das dinâmicas desgastantes de vida no âmbito das grandes cidades, passou a ter menos ou nenhum tempo para acompanhar uma programação até então presa a um único aparelho e a uma grade linear de exibição.

Como mencionou Hepp (2014), o uso conjugado de meios é algo próprio de nossa sociedade. Logo, mesmo que os serviços de vídeo sob demanda nasçam de uma proposta de “libertar” as pessoas de um fluxo orientado e limitado às decisões do grupo de mídia, hoje temos conteúdos que só são disponibilizados no âmbito de uma plataforma específica, por exemplo a *Netflix*, assim como fazem as emissoras que têm suas programações organizadas por grades estrategicamente desenvolvidas.

Ao contrário do que se pensa, o uso de recursos próprios da lógica broadcasting é cada vez mais recorrente nas ambiências digitais, entre as quais podemos destacar o site de rede social *Facebook*. Rein & Venturini (2018) estudaram de forma detalhada o recurso de exibição de vídeos ao vivo, o *Facebook Live*, lançado em abril de 2016. Os autores consideram essa como uma estratégia “agressiva” do site de rede social para atrair anunciantes e estabelecer assim num novo formato de disponibilização de vídeos na web, em concorrência especialmente com o *YouTube*.

Nas palavras de Rein & Venturini (2018, p. 3361), essa foi “uma das mais promissoras inovações na atual paisagem de mídia (do ponto de vista comercial, pelo menos)”³⁶.

Os autores explicam que pelo menos 140 grupos de mídia foram envolvidos diretamente nessa estratégia e, a partir de financiamentos orientados do *Facebook*, estes tem produzido conteúdo de forma exclusiva para o site de rede social, inclusive a partir da montagem de equipes e estudos de produção unicamente voltados para essa janela de conteúdo. “O *Wall Street Journal* afirma que ‘os valores dos contratos são baseados na popularidade dos editores no *Facebook* e no número de transmissões que eles estão dispostos a veicular” (PERLBERG & SEETHARAMAN, 2016 *apud* REIN & VENTURINI, 2018, p. 3366)³⁷.

Nesse processo, de altos investimentos na produção e distribuição de conteúdos via *Facebook Live*, incluindo material gravado, os produtores de conteúdo têm destacado que entre as barreiras do funcionamento deste recurso está no fato de que os usuários acabam assistindo as transmissões após estas terem sido iniciadas. Por conta disso e na tentativa de assegurar a atenção dos públicos aos conteúdos exibidos em seu fluxo, o *Facebook* recentemente introduziu o recurso de “salas de espera e cronograma prévio dos broadcasts” (TEPPER, 2016 *apud* REIN & VENTURINI, 2018, p. 3374)³⁸ que deve reduzir ou extinguir esse atraso de início de assistência já que a partir desse planejamento, será possível notificar seus usuários antes das transmissões iniciarem.

A partir de entrevistas com os grupos de mídia envolvidos na parceria com o *Facebook*, os autores identificaram o site de rede social como uma plataforma de publicação. E o *Facebook Live* como um recurso para alguns dos grupos se reposicionarem no mercado em busca de uma boa parcela da audiência que haviam perdido. Para o grupo *Masheble*³⁹, por exemplo, o chefe de conteúdos declarou:

Estamos expandindo a equipe de tempo real e adicionando recursos de vídeo e narrativa visual em todas as áreas principais de cobertura. [...] Nossa audiência jovem está recebendo cada vez mais informações assistindo a vídeos, seja no nosso site ou em plataformas como *Snapchat*, *Facebook*, *YouTube*, OTT, *Instagram* ou televisão (GITTRICH, 2016 *apud* REIN; VENTURINI, 2018, p. 3371)⁴⁰.

³⁶ Tradução nossa do trecho original: “One of the most promising innovations in the current media landscape (from a commercial viewpoint, at least)” (REIN & VENTURINI, 2018, p. 3361).

³⁷ Tradução nossa de trecho original: “The Wall Street Journal claims that ‘contract values are based on publishers’ popularity on *Facebook* and the number of broadcasts they are willing to stream” (PERLBERG & SEETHARAMAN, 2016 *apud* REIN & VENTURINI, 2018, p. 3366).

³⁸ Tradução nossa de trecho original: “[...] waiting rooms and pre-scheduled broadcasts” (TEPPER, 2016 *apud* REIN & VENTURINI, 2018, p. 3374).

³⁹ Blog popular de origem norte-americana voltado a notícias relacionadas a internet e mídias sociais – com foco em entretenimento. Este foi fundado pelo jovem empresário inglês Pete Cashmore, em 2005 (MASHABLE, 2018).

⁴⁰ Tradução nossa de trecho original: “We’re expanding the real-time team and adding video and visual storytelling capabilities across all core areas of coverage. (...) Our young, social audience is increasingly getting

Um aspecto que chama atenção no trecho da entrevista, é que a televisão é identificada como apenas mais uma janela de vídeo dentre tantas outras em que o grupo atua produzindo conteúdo. Da mesma forma, chama atenção a referência do empresário ao público jovem, que cada vez mais se informa por meio de vídeos.

Para além da transmissão ao vivo de vídeos por diferentes grupos de mídia e usuários independentes, o *Facebook* dispõe do recurso de auto-play de vídeos sem som para organização destes no feed de notícias dos usuários e a atual Watchlist (lista de assistência) que congrega vídeos de diferentes fanpages que curte ou segue. Elementos que consideramos uns dos mais significativos na montagem do ininterrupto fluxo de conteúdo disponibilizado pelo *Facebook*, agora mais do que nunca com marcas do *televisivo*, da narrativa de suas produções às lógicas de produção e monetização dos mesmos.

Tanto a estratégia de incorporação do auto-play em 2015, quanto a do *Facebook Live* em 2016, foram bastante comentadas no mercado de tecnologia e consideradas tendências no momento de seus lançamentos. Sunley (2017), por exemplo, destacou que 2016 foi o grande ano para as redes sociais e que a estratégia de incorporar transmissões ao vivo do *Facebook* deu um grande “empurrão” (*a big push*) no funcionamento do site. O colunista citou ainda como um incremento, a inserção dos stories “que adicionam mais contexto e rapidez ao que compartilhamos, estão mudando as expectativas do público sobre como comunicamos nossas mensagens” (SUNLEY, 2017, p. 12)⁴¹.

A respeito do *auto-play* de vídeos no *feed*, anunciou *The Wall Street Journal*: “Muitas empresas de mídia digital estão observando o exemplo do *Facebook*, que construiu um grande negócio de vídeo usando sua estratégia de reprodução automática” (SHIELDS, 2015, p. 2)⁴². Com essa possibilidade de fruição de vídeos de forma automatizada e sem quebrar o fluxo de *leitura* do usuário no feed, muitos anunciantes foram despertados para o potencial do que Sloane (2015) denominou de *meio-vídeo*. Especialmente para disponibilização de um formato de anúncio chamado *cinemagraphs*, tipo de GIF composto por uma foto na qual apenas uma parte da imagem se move, atualmente apropriado por inúmeros anunciantes e usuários independentes para produção de conteúdo.

information by watching video, whether that’s on our site or on platforms such as Snapchat, *Facebook*, *YouTube*, OTT, *Instagram* or television” (GITTRICH, 2016 apud REIN & VENTURINI, 2018, p. 3371).

⁴¹ Tradução nossa do trecho original: “Which add more context and immediacy to what we share, are changing audience expectations on how we communicate our messages” (SUNLEY, 2017, p. 12).

⁴² Tradução nossa do trecho original: “Many digital media insiders are watching the example of *Facebook*, which has built a large video business using its auto-play strategy” (SHIELDS, 2015, p. 2).

O foco em todas as estratégias relacionadas à incorporação de vídeos pelo *Facebook* é disputar e prender a atenção dos usuários no fluxo de conteúdos oferecido pelo site, tal como faziam e seguem fazendo os grandes mercados de produção audiovisual, da televisão ao cinema e agora plataformas de VoD. Segundo Rein & Venturini (2018), por ser um canal atrativo, os grandes produtores de conteúdo têm concentrado sua produção para o *Facebook* e/ou alternado a publicação entre seus próprios sites e redes sociais. Por isso, estes estão cada vez mais dependentes dos fluxos estabelecidos pelos sites de redes sociais e assim suscetíveis à influência dos mesmos.

No que concerne às estratégias das plataformas de vídeo sob demanda, muitos são os exemplos que marcam os últimos anos e certamente tem permitido novas formas de consumo. No caso do *Netflix*, por exemplo, destaca-se o recurso de download temporário de conteúdos para assistir offline e surpreende as formas de controle que a plataforma implementou para bloquear a circulação dos conteúdos exclusivos em outras janelas.

Da mesma forma, em mercados onde a *Netflix* já tem um público consolidado, como México e Brasil, além de oferecer os conteúdos exclusivos, tem investido na produção nacional ou minimamente na língua materna dos consumidores. No Brasil, por exemplo, a primeira série “original *Netflix*”, intitulada ‘3%’, foi lançada em 2016 e se tornou a mais assistida nos EUA, dentre as produções de língua estrangeira, leia-se, não inglesa (LOPES *et al.* 2018, p. 132). Além de atender a um anseio do público, esse tipo de produção é também motivada pelo tipo de regulação que as plataformas consolidadas passam a seguir, por conta das legislações locais, que no caso do Brasil, exigem uma cota obrigatória de conteúdo nacional em VoD⁴³.

No que concerne ao *YouTube*, segundo dados do OBITEL, por conta do aquecimento do mercado e a grande visibilidade que esta rede ganhou no Brasil nos últimos anos, emissoras de TV aberta passaram a disponibilizar alguns conteúdos via canais oficiais. No caso do *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)*, o foco tem sido fazer circular via *YouTube* obras voltadas ao público infanto-juvenil, também exibidas em sua grade de programação. Já *Globo* e *Record TV* disponibilizam conteúdos promocionais, pois as produções que vão ao ar ou circulam apenas nos seus SVoD são de acesso restrito a assinantes.

⁴³ Processo iniciado pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) no início de 2017. A regulamentação versa sobre tributos, monitoramento de informações, catálogos de títulos disponíveis, exposição e cotas de conteúdo nacional. Segundo dados do OBITEL, há mais de 40 serviços de *VoD* registrados pela Ancine, entre os quais estão *Netflix*, *YouTube*, *HBO Go*, os de grupos nacionais como *Globo TV+* e *R7 Play*, entre outros (LOPES *et al.*, 2018, p.128-129).

No caso de todas as emissoras de TV aberta brasileiras, porém, é possível perceber a grande presença de canais amadores que reproduzem de forma ilegal conteúdos exibidos na tela da TV. Entre os mais comuns estão novelas mexicanas, exibidas pelo *SBT*, mas também as telenovelas do horário nobre da *Globo*.

No sentido de controlar seus conteúdos e/ou monetizar sua assistência em outras plataformas, as emissoras de TV aberta tem estabelecido novas formas de organização de seu conteúdo, tendo os ambientes online como novas janelas de exibição. E essas estratégias seguem a lógica de mercado de TV, sendo a *Globo* a emissora que vem delineando a “identidade do nascente VoD no Brasil” (LOPES *et al.*, 2018, p. 128). Entre os exemplos, está o caso da série ‘Carcereiros’, disponibilizada na íntegra no aplicativo *Globo Play*, posteriormente exibida no canal *+Globosat* – da própria emissora, mas disponível a cabo –, e só então indo para a TV aberta.

Um aspecto relevante destacado por Lopes *et al.* (2018), e que possivelmente tem orientado os investimentos das emissoras no Brasil, é que – como veremos nos dados contextuais a serem apresentados adiante –, a banda larga tem hoje maior penetração que os serviços de TV paga no Brasil. Logo, o país está se tornando “um importante mercado para a plataformas VoD. Entre elas, a principal é o *Now (América Móvil)* – mais de 1,3 milhões de streamings” (LOPES *et al.*, 2018, p. 131). Nesse caso, é interessante observar que o *Now* é um dos maiores provedores de internet e TV a cabo do país, e que entre os conteúdos mais acessados estão produções nacionais de comédia, como ‘Vai que cola’ e ‘Os homens são de Marte e é para lá que eu vou’, ambas de canais de TV à cabo da *Globo*, respectivamente *Multishow* e *GNT*.

De modo geral na Ibero-América, segundo o OBITEL, o nível de penetração do VoD varia de um país para o outro. Em todos os casos, pode-se afirmar que “as novas modalidades de ver televisão estão a enraizar-se, sobretudo, nas camadas mais jovens, ainda que em diferentes velocidades, contribuindo para a diminuição das audiências dos canais *free-to-air*” (BURNAY *et al.*, 2018, p. 69). Nesse cenário, vale destacar que o Brasil é, segundo o OBITEL, o país com maior produção de conteúdo para a *web*.

Ainda com base na pesquisa comparativa realizada em 2017 pelo OBITEL, há dois conjuntos de países atendendo ao desenvolvimento do digital. O primeiro grupo é composto de países como Brasil, Espanha, Estados Unidos e México, que têm uma experiência mais consolidada. Já na Colômbia, Chile, Peru, Portugal, Uruguai e Venezuela, “a produção e o consumo de conteúdos ficcionais no digital emergiram e/ou tornaram-se mais expressivos” nos últimos anos (BURNAY *et al.*, 2018, p. 70).

No que tange ao Brasil, Lopes *et al.* (2018) recomendam uma postura de:

[...] maior distanciamento para observarmos devidamente como essas dinâmicas atuarão no plano dos formatos industriais e das matrizes culturais. Em contínua expansão, estudos e pesquisas sobre ficção televisiva estão diante de questionamentos que envolvem encaixes e ajustamentos de paradigmas. A questão sobre o que consideramos televisivo – na própria televisão e em outros ambientes – tende a ser uma das mais problematizadas (LOPES *et al.*, 2018, p. 133).

Como reconhecem Rein & Venturini (2018), no cenário de *ecologia da mídia*, ainda que alguns atores sejam mais poderosos que outros, figuram hoje certamente os sites de redes sociais.

A natureza descentralizada das mídias digitais não deve nos cegar para o fato de que seu desenvolvimento não é de modo algum natural ou sem arte. Certamente, o sistema de mídia compreende um grande número de atores, mas alguns deles são mais poderosos do que outros, e suas estratégias afetam fortemente as direções nas quais o sistema se transforma. O mundo dos sistemas de mídia digital assemelha-se menos a um ecossistema primitivo que evolui livremente sob a mão invisível da sociedade ou do mercado, um pouco mais uma paisagem cultivada em que as tendências naturais interagem com as iniciativas de um grande *mas não indefinido* número de influentes “jardineiros” ou “agricultores”. Entre esses poderosos atores estão, é claro, as chamadas plataformas de mídia social (REIN & VENTURINI, 2018, p. 3360)⁴⁴.

Configuração que segundo Jensen (2015) tem tornado os sites de redes sociais cada vez mais ambiências de um grau de comunicação de *muitos-para-muitos*, tal como os meios massivos de comunicação. Assim, na análise do autor, ainda que nenhum meio de comunicação seja mais ou menos social que outro, como parte integrante da esfera pública, as redes sociais hoje também admitem pressão de todos os setores da sociedade civil.

Ainda nesse sentido, cabe citar a provocação feita por Jost (2011) a respeito do conceito de convergência. O autor reconhece que, mais do que um cenário de pacífica convergência, vivemos atualmente uma “luta intermídia”, permeada por disputas e conflitos, próprias do mercado midiático (JOST, 2011, p. 95).

Esses e outros aspectos evidenciam a necessidade de olhar de forma crítica e atenta para o cenário de *convergência midiática*, dado o risco de avaliarmos tudo como uma grande *sacada* de mercado ou resultado da “liberdade” das audiências. Isso não quer dizer que não reconheçamos as potencialidades de transformação deste novo cenário, que inclusive já estamos acompanhando e experienciando. Entretanto,

⁴⁴ Tradução nossa de trecho original: “The decentralised nature of digital media should not blind us to the fact that their development is in no way natural or artless. Surely, the media system comprises a large number of actors, but some of them are more powerful than others and their strategies affect heavily the directions in which the system transforms. The world of digital media systems resembles less a pristine ecosystem evolving freely under the invisible hand of society or the market, rather more a cultivated landscape in which natural tendencies interact with the initiatives of a large but not indefinite number of influential ‘gardeners’ or ‘farmers’. Among these powerful actors are, of course, the so-called social media platforms” (REIN & VENTURINI, 2018, p. 3360).

é preciso acionar uma visão crítica que nos proteja de uma leitura que supervalorize a técnica. Em uma crítica, Wolton (2014, p. 25) afirma que o “sonho da Internet nos faz confundir a liberdade individual, quando por trás existe a criminalidade, a perda da liberdade individual, a ‘rastreadibilidade’, a droga, a manipulação, as máfias”⁴⁵.

Apesar de a internet não ser apenas isso, o questionamento do autor corrobora um pensamento que expusemos há pouco, relativo ao potencial transformador desse (novo) cenário de consumo de vídeos entre os jovens. Que as audiências produzem sentido, faz tempo que sabemos, mas até que ponto as capacidades de criação e compartilhamento de experiências vivenciadas nas redes e os fluxos interacionais identificados nesta pesquisa têm contribuído para a reconfiguração das realidades comunicacionais de nossa sociedade? Wolton (2014, p. 24) problematiza, por exemplo, que “temos cinco bilhões de rádios, três bilhões e meio de celulares e computadores, mas nada nos fez mais tolerantes. A globalização não assegura a paz”⁴⁶. Por isso, precisamos refletir sobre como as experiências de consumo das audiências as têm empoderado ou não nesse novo cenário. Isto se constitui, para Padilla *et al.* (2011), como importante questão de pesquisa no futuro breve.

1.4 Aspectos teóricos sobre práticas de consumo

Considerando que consumo é um conceito central para a tese, nesta seção discutimos alguns aspectos que atravessam os estudos sobre essas práticas, especialmente no tange ao uso de tecnologias.

Miller (2007) explica que o consumo foi considerado por muitos acadêmicos como sinônimo do “moderno consumo de massa”. Abordagem vinculada à perspectiva crítica de investigação sobre as sociedades de massa e o processo de industrialização. Ainda hoje, é comum encontrarmos análises na Comunicação nas quais o consumo é percebido como uma prática estritamente relacionada à posse material de bens e que “contamina” relações sociais, supostamente puras, com a lógica de uma cultura de mercadorias. A argumentação é que o consumo nos leva a um apego a objetos em detrimento das pessoas e que aos consumidores resta o

[...] papel passivo de meramente se encaixarem em tais mapas [sociais] através da compra dos símbolos apropriados ao seu ‘estilo de vida’. A humanidade se

⁴⁵ Tradução nossa de trecho original: “Sueño de la Internet nos hace confundir la libertad individual, cuando atrás existe la cibercriminalidad, la pérdida de la libertad individual, la “trazabilidad”, la droga, la manipulación, las mafias” (WOLTON, 2014, p. 25).

⁴⁶ Tradução nossa de trecho original: “Tenemos cinco mil millones de radios, tres millones y medio de celulares y computadoras, pero nada nos ha hecho más tolerantes. La globalización no asegura la paz” (WOLTON, 2014, p. 24).

transformou meramente nos manequins que ostentam as categorias criadas pelo capitalismo (MILLER, 2007, p. 37)⁴⁷.

A visão questionada por Miller (2007) se assemelha à perspectiva crítica da Escola de Frankfurt frente ao cenário de emergência dos meios de comunicação de massa, que anunciava sua relação com a lógica industrial em tom de denúncia e alerta. Sabemos, porém, que os meios de comunicação estão diretamente imbricados nas relações que estabelecemos com o mundo e com as pessoas. Os meios têm papel formativo e de *mediação* (MARTÍN-BARBERO, 2009), o que não necessariamente é regido apenas pelo viés econômico e comercial. Como alerta García-Canclini (2009, p. 23), “nem a cultura de elite, nem a popular, há tempos incorporadas ao mercado e à comunicação industrializada, são redutos incontaminados a partir dos quais se pudesse construir outra modernidade alheia ao caráter mercantil e aos conflitos atuais pela hegemonia”.

Entre os elementos que reforçam a crítica feita aos estudos de consumo, estão sua associação à noção de luxúria (MILLER, 2007) e a um caráter *hedonista* (ROCHA, 2005, 2013). Além disso, acredita-se que toda prática de consumo se caracteriza como conspícuo, relacionado aos hábitos ostentatórios da nobreza, que tinha/tem o direito de usufruir de bens sem nenhum esforço ou obrigação de trabalho, e que na leitura de Veblen (1980) – defensor de uma moral protestante rígida – é o que dignifica o homem e justifica a acumulação de bens.

Por essas e outras noções, para Miller (2001, 2007) o que caracteriza a crítica feita aos estudos de consumo é um viés moralista. Em alusão à metáfora de E. P. Thompson, de que a teoria pode se tornar uma clausura⁴⁸, Miller (2001) considera que a moralidade, presente na visão do senso comum e na dos acadêmicos, é radical, chegando ao extremo de preferir o não consumo e não acesso a produtos industrializados à possível reversão da pobreza ou melhoria de uma parcela mínima da vida das populações pobres⁴⁹. Isso ocorre, segundo Miller (2001), pelo fato de os acadêmicos, efetivamente, estarem distantes daquilo que estudam e parecerem não reconhecer suas próprias práticas como cidadãos do mundo contemporâneo.

Eu me consideraria um hipócrita se eu encarasse a aspiração de qualquer outra pessoa a um mesmo nível de consumo que eu desfruto com a minha família, como algo diferente do razoável. E eu nunca vi – e eu realmente digo nunca

⁴⁷ Além dessa associação, Miller (2007) destaca o sentido negativo atribuído ao próprio termo consumo em inglês (consumption) que remete à tuberculose – doença conhecida como “o mal do século” nas leituras históricas –, e ao ato de “usar algo” em uma perspectiva esvaziada como se isso não estivesse diretamente atrelado a hábitos sociais e culturalmente aceitos.

⁴⁸ Menção à metáfora “The poverty of theory”.

⁴⁹ Rocha (2005) também identifica uma marca moralista nas críticas que recaem sob o consumo oriundas do senso comum, como se este fosse o “culpado” pelos problemas sociais existentes.

mesmo – um acadêmico, pesquisando sobre o tema do consumo que praticasse em sua própria família um nível substancialmente mais baixo de consumo (MILLER, 2001, p. 228)⁵⁰.

Na base da crítica moralista sobre o consumo também está a ideia de que ele colabora com a disseminação de um modo “americanizado” de vida, o que, por sua vez, rompe com toda e qualquer autenticidade da cultura local. Como demonstrou Martín-Barbero (2004, 2009), porém, na América Latina o consumo dos meios massivos e o processo de massificação das classes populares trouxe mais “ganhos” do que “perdas”. Isso porque foi no espaço urbano que os contingentes populacionais vindos do meio rural conseguiram retomar e estabelecer novas redes de referenciais culturais a partir do contato com a TV, o rádio, o cinema, meios que exploraram a oralidade, elemento chave para a cultura latino-americana.

Martín-Barbero (2009) defende que o consumo dos meios nos países da América Latina, sobretudo do cinema, não se deu por ser um fenômeno artístico ou industrial, mas pelo fato de o público poder experimentar, adotar novos hábitos e reiterar códigos de costumes. Diante das novas possibilidades de consumo de vídeos, os modos de assistência e apropriação dos jovens também podem estar se dando para assegurar o contato com o novo e o estabelecimento de diferentes relações dentro de seus círculos sociais.

Em convergência à perspectiva de Martín-Barbero, Miller (2007) destaca que as investigações de consumo não se limitam a verificar se as apropriações feitas pelas pessoas são positivas ou negativas, mas sim reconhecer que as pessoas gerenciam seus usos e apropriações a partir de seus contextos de vida, “capacidade de apropriação que foi largamente ignorada” (SLATER & MILLER, 2007, p. 6)⁵¹.

Douglas & Isherwood (2004, p. 116) reconhecem o consumo como “um processo ativo em que todas as categorias sociais estão sendo continuamente redefinidas”⁵². Para García-Canclini (2008a), consumir é produzir sentidos sempre atrelados ao repertório cultural, bem como reproduzir elementos de distinção social. “[...] o valor mercantil não é alguma coisa contida naturalisticamente nos objetos, mas é resultante das interações socioculturais em que os homens os usam”. Por isso, “o

⁵⁰ Tradução nossa do trecho original: “I would consider myself a hypocrite if I saw the aspiration of any other person to at least the same level of consumption that I enjoy with my family as anything other than reasonable. And I have never – and I really do mean never – met an academic carrying out research on the topic of consumption who appeared to practise for their own family this substantially lower level of consumption” (MILLER, 2001, p. 228).

⁵¹ Tradução nossa do trecho original: “Capacity for appropriation that had been largely ignored” (SLATER & MILLER, 2007, p. 6).

⁵² Tradução nossa do trecho original: “an active process in which all social categories are being continuously redefined” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2004, p. 116)

desejo de possuir o novo não atua como algo irracional ou independente da cultura coletiva a que se pertence” (GARCÍA-CANCLINI, 2008a, p. 66-70).

García-Canclini (1993, p. 34) propõe a definição de *consumo cultural* como “o conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca, ou onde ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica”. E é a partir dessa noção de García-Canclini que Toaldo & Jacks (2013) reconhecem o *consumo midiático* como uma vertente do *consumo cultural*.

Dada esta distinção, nos alinhamos à proposição de Wottrich (2017) ao categorizar os denominados *estudos de audiência* em quatro tradições teóricas, de distintas matrizes epistemológicas, sendo elas: (i) estudos dos efeitos; (ii) análise literária; (iii) usos e gratificações; (iv) estudos culturais⁵³. No âmbito da última tradição estão assentados os estudos de audiências, subdivididos por Wottrich (2017) em três vertentes: *consumo cultural*, de onde se desdobram o *consumo midiático* e os *estudos de recepção*.

Os estudos de *consumo midiático* focam nos usos feitos pelos sujeitos e, segundo Toaldo & Jacks (2013) e Wottrich (2017), privilegiam as dimensões das *práticas* em si e do *sistema social*, ou o contexto de uso. Portanto, nestes estudos as mensagens são uma dimensão menos central, ainda que seja o conteúdo midiático - como vídeos em nosso caso -, baseado em seus ritmos, gêneros e formatos, o que interpela o sujeito a interagir.

Com base nessa distinção, esta tese está vinculada aos estudos de *consumo midiático* e alinhada à proposta de *interpretação crítica* defendida por Murdock (1990) para os estudos que lidam com as audiências⁵⁴.

Para Martín-Barbero (2009), os estudos de consumo são estratégicos, sobretudo, no cenário de globalização em meio ao qual os laços sociais tendem a se

⁵³ Apesar de baseada na primeira divisão que Jensen & Rosengren fizeram para os estudos que articulam meios de comunicação de massa e seus públicos, a autora propõe novo arranjo orientado pelas especificidades das pesquisas latino-americanas, bem como detalha os elementos constitutivos dos estudos de consumo e recepção, caros ao entendimento das audiências em nosso continente.

⁵⁴ Para o autor essa proposta opera em dois níveis pois: “Envolve não somente uma explicação plena das próprias interpretações que os autores fazem se sua atividade de consumo, como também sustenta uma tentativa de mostrar como as experiências situacionais e os sistemas de significado estão conectados às mais amplas formações simbólicas e sociais que também os moldam”. Tradução nossa de trecho original: “Involucra no sólo una explicación plena de las propias interpretaciones que los actores hacen de su actividad de consumo, sino también un intento sostenido para mostrar como las experiencias situacionales y los sistemas de significado se conectan con las más amplias formaciones simbólicas y sociales que también les dan forma” (MURDOCK, 1990, p. 188). O autor recomenda que a investigação vá além do reconhecimento dos atos imediatos de consumo e análise “As estruturas subjacentes que proveem os contextos e os recursos para a atividade do público, para assim prosseguir com a demonstração da maneira em que o público organiza a produção e o consumo de significado na vida diária”. Tradução nossa de trecho original: “Las estructuras subyacentes que proveen los contextos y los recursos para la actividad del auditorio, para así proseguir a la demostración de la manera en que el auditorio organiza la producción y consumo de significado en la vida diaria” (MURDOCK, 1990, p. 189).

fragmentar e se tornar efêmeros se comparados às relações estabelecidas na modernidade. Para o autor, é a partir da observação dessas práticas que compreenderemos as novas formas de se relacionar e “estar junto” próprias do contemporâneo, tais como têm sinalizado Fechine (2014) e Scolari (2014a; 2014b).

1.5 Competências de mídia e *modos de comunicação*

Nesta seção apresentamos conceitos chave para a realização da análise da tese, relacionados diretamente às capacidades de uso e gerenciamento das tecnologias digitais para o consumo de vídeos, que variam entre os participantes recrutados para a pesquisa.

Mesmo que com a internet as pessoas estejam livres das grades lineares de conteúdo, cada vez mais as plataformas online têm implementado recursos para estabelecer listas de assistência (auto-play, timeline, stories, outros). Nesse sentido, para Wolton (2014), os serviços de oferta de vídeos não têm nada de inovador. Isso porque sempre os públicos delinearão suas próprias práticas de assistência televisiva independentemente de o conteúdo estar disponível ou não. “O problema não é romper essa programação, mas saber que está lá como ‘pré-forma’ da apreensão da realidade” (WOLTON, 1996, p. 308).

Além disso, o consumo segmentado de conteúdos pode gerar uma especialização das audiências, o que pode se tornar um problema na esfera coletiva. Segundo Wolton, esses públicos terão menos senso de coletividade e estarão menos preparados para lidar com o diverso e, por sua vez, coabitar e se comunicar com agrupamentos sociais distintos do seu. A preocupação de Wolton (1996, 2006, 2014) é com o esgarçamento do laço social ao ponto de este deixar de existir e, assim, acirrar a intolerância e instaurar guerras e cenários de *incomunicação*.

Podemos associar a preocupação de Wolton (2014) ao esfacelamento do que Morley & Silverstone (1990) postularam sobre a capacidade criativa das audiências de trabalharem e retrabalharem o conteúdo *televisivo* e do papel do processo de produção e circulação de significados experimentado pelos sujeitos para a manutenção das identidades individuais e coletivas em sociedade.

Televisão é tecnologia (embora em última instância) e esta é uma tecnologia que (como outras tecnologias de informação e comunicação) é articulada através de dois conjuntos de significados. O primeiro conjunto é dos significados que são construídos ambos pelos produtores e consumidores (e consumidores e produtores) em torno da venda e compra dos objetos e seus usos subsequentes em uma demonstração de estilo, **como uma chave para a participação da comunidade ou subcultura**. O segundo conjunto é dos significados mediados pelas tecnologias que estão abertas, de forma semelhante, à negociação e à transformação. A estruturação de ambos, na

concepção e comercialização de máquinas como *commodities* e na concepção de software, **a criação de grades de programas e narrativas de programas, reivindica as “modalidades” de consumo da relação com a televisão e com as retóricas gerais e específicas do envolvimento da televisão na cultura cotidiana.** (MORLEY & SILVERSTONE, 1990, p. 36, grifo nosso)⁵⁵.

Como complementa Murdock (1990, p. 200) a televisão “ajuda a reacomodar as relações sociais não somente porque proporciona novos lugares e companhias para as atividades cotidianas, mas também porque altera os limites de nosso acesso às imagens e informação por meio das quais as experiências de outras pessoas podem ser interpretadas”⁵⁶.

A TV foi – e possivelmente segue sendo agora de forma contígua com as ambiências digitais contemporâneas –, elemento chave e uma das “rodas de fiar”⁵⁷ a partir das quais os sujeitos criam sentidos não apenas para suas mensagens, mas também a partir delas para um novo modo de vida em sociedade, não mais baseado na lógica comunal pré-moderna (THOMPSON, 2009).

Apoiados em uma visão ampliada de consumo, Morley & Silverstone (1990) o definiram como atividade retórica, já que tanto implica a produção de sentido como provoca o estabelecimento de formas criativas de comportamento para a vida cotidiana. Nessa perspectiva, os autores afirmam que a TV, como objeto de consumo, demanda uma *dupla articulação* no processo de produção de sentido. Esta afirmação advém do conceito de *dupla articulação* de Silverstone (1994) que reivindicou a integração dos estudos feitos com audiências no que concerne tanto ao sentido da mídia como *texto* (primeira dimensão) quanto como *objeto* (segunda dimensão). Segundo Livingstone (2007), ainda que válida e promissora, essa articulação, contudo, se configurou como algo muito difícil de ser alcançado, especialmente pelas

⁵⁵ Tradução nossa do trecho original: “Television is technology (albeit in the last instance) and it is a technology which (like other communication and informing technologies) is articulated through two sets of meaning. The first set is the meanings that are constructed both by producers and consumers (and consumers and producers) around the selling and buying of all objects and their subsequent use in a display of style, **as a key to membership of community or subculture.** The second set is the mediated meanings conveyed by those technologies which are open similarly to negotiation and transformation. The structuring of both, in the design and marketing of machines as commodities and in the design of software, **the creation of programme schedules and programme narratives, lays claim to the consuming ‘modalities’ of the relationship to television and to the general and specific rhetorics of television’s engagement in everyday culture**” (MORLEY & SILVERSTONE, 1990, p. 36, grifo nosso).

⁵⁶ Tradução nossa de trecho original: “Ayuda a reacomodar las relaciones sociales no sólo porque proporciona nuevos lugares y acompañamientos para las actividades cotidianas, sino también porque altera los términos de nuestro acceso a las imágenes e información por medios de las cuales la experiencia de otras personas puede ser interpretada” (MURDOCK, 1990, p. 200).

⁵⁷ Noção proposta por Thompson (2009) ao se apropriar e complementar citação de Geertz sobre o homem ser “um animal suspenso em uma teia de significados”. A partir desta, Thompson (2009) afirmou que com o surgimento dos meios de comunicação massivos, estes passam a ser as “rodas de fiar” dos sentidos produzidos pela humanidade. Esta articulação nos é cara, já que foi decisiva para os primeiros estudos de recepção nos quais estivemos envolvidas.

barreiras disciplinares e metodológicas que se evidenciam aos que conduzem esse tipo de análise.

Ainda assim, Courtois (2012) e Courtois *et al.* (2012) defenderam e ampliaram essa perspectiva no que tange aos estudos de consumo de mídia audiovisual. Os autores reconhecem a existência de três articulações distintas, mas necessariamente imbricadas do ponto de vista simbólico, sendo elas: mídia como *objeto* (a tecnologia por si só), mídia como *texto* (lírico, jogo, videoclipe...) e mídia como *contexto* (contexto espacial e social). Eles propõem a noção de *tripla articulação* – vinculada à teoria da domesticação postulada por Hartmann – como um caminho produtivo para os estudos de televisão.

Independentemente do desafio metodológico implicado na e pela *tripla articulação*, encaramos a perspectiva de Courtois (2012) e Courtois *et al.* (2012) como favorável ao desafio desta tese de mapeamento e análise dos fluxos interacionais delineados pelos jovens no consumo de vídeos no contemporâneo. Isso porque esta noção implica vigilância de nossa parte, para que não corramos o risco de observar os processos de consumo a partir de uma única dimensão ou por um único ângulo de análise. Ao contrário, para além da *tripla articulação* observamos como cada uma dessas articulações foi maximizada no contexto de *convergência midiática*. Do mesmo modo, o arranjo proposto por Courtois (2012) e Courtois *et al.* (2012) nos inspirou quanto ao processo de identificação das pluridimensões constitutivas do fluxo interacional. Para cada articulação, os autores reconhecem os elementos que devem ser observados e estes nos ajudaram a perceber os aspectos que não poderiam ficar de fora dos fluxos.

No que toca à mídia como *contexto*, por exemplo, temos hoje uma infinidade de possibilidades sociais e espaciais de assistência. Podemos destacar a tensão, de que nos fala Courtois *et al.* (2012), existente entre as práticas domésticas de assistir televisão e vídeo online (relacionadas ao contexto micro) e práticas socialmente compartilhadas e mais amplas de assistência que podem se dar individual ou coletivamente, bem como de forma privada ou pública. Elementos que tornaram o consumo de vídeos ainda mais fluido e agora disperso em múltiplas telas e temporalidades, substrato que é favorável ao estabelecimento de outros modos de assistência, que aqui identificamos como fluxos interacionais.

Diante dessas múltiplas dimensões, é interessante retomar afirmação de Morley & Silverstone, feita ainda na década de 1990, de que o consumo seria a componente chave para a compreensão do que eles denominam de “onda das tecnologias de

informação e comunicação” (MORLEY & SILVERSTONE, 1990, p. 49) e de uma emergente economia do tipo *self-service*. A partir de argumentos de Miller, os autores reconheciam que as audiências se encontravam incorporadas/mergulhadas em uma cultura de consumo, na qual tecnologias e mensagens estavam justapostas/imbricadas.

Assim, em um cenário de convergência, não nos parece possível estudar as práticas de consumo midiático como um processo unidimensional. No caso do consumo de vídeos, entendemos que este se processa a partir de conexões pluridimensionais tecidas pelos sujeitos. E essas dimensões – que incluem mas não se limitam às dimensões da mídia como *tecnologia*, *texto* e *contexto* – são necessariamente articuladas de forma simultânea em uma mesma interação e, por vezes, implica o uso de mais de uma tela e fonte de conteúdo.

Entendemos que o fluxo interacional tanto promove e é resultado da conexão dessas pluridimensões de um ponto de vista mais prático (que tela, que conteúdo, conectada, onde e quando?), quanto aciona (novas e/ou antigas) competências de gerenciamento e manejo das tecnologias disponíveis no contemporâneo, para além do processo de interpretação de suas mensagens e conteúdos, a começar pela tela que não é mais a mesma e tampouco está localizada em um local que já conhecemos.

O consumo de vídeo no contemporâneo reivindica outros *capitais* para além do acionamento de uma tela que é parte do mobiliário de nossas casas. E cada um, estabelece as conexões que o interessa, a partir dos recursos que dispõe e está disposto a investir. Ao falarmos de capitais e competências, queremos tocar em um ponto crucial para Williams (2016) ao identificar o porque da TV ter se tornado uma das mais importantes tecnologias da vida moderna. Quando o autor descreve a televisão como tecnologia e forma cultural, ele destaca como característica central da radiodifusão a não exigência de nenhum treinamento específico.

Se podemos ver e escutar pessoas em nosso círculo imediato, também podemos ver e escutar televisão. Muito do grande apelo do rádio e da televisão deve-se à sensação de um acesso aparentemente não mediado. As mediações reais terão que ser observadas de forma atenta, mas, ainda assim, elas quase sempre passam despercebidas. Tudo o que é oferecido é um aparelho com um botão para ligar e um seletor de canais; podemos ligá-lo ou desliga-lo ou variar o que receber (WILLIAMS, 2016, p. 141).

Diferentemente da relação estabelecida com os meios de radiodifusão, que segue em plena e pujante oferta de conteúdos, o consumo de vídeos não se dá mais apenas em relação a esses meios, mas também a plataformas que tem a interatividade como marca.

Scolari (2018), por exemplo, propôs uma taxonomia das práticas de produção, consumo e pós-produção midiática no contexto de uma cultura transmídia juvenil, também estudada por Livingstone (2002). Foram identificadas mais de 44 habilidades (SCOLARI, 2018), organizadas em nove dimensões (produção, prevenção de riscos, desempenho social/individual, gestão de conteúdo, mídia e tecnologia, ideologia e ética, narrativa e estética).

Inspiradas por essas referências, nesta pesquisa o que caracteriza o *consumo midiático* é a combinação de sistemas de comunicação e oferta de conteúdo, associada ao acionamento e desenvolvimento de competências adquiridas tanto de interpretação, de composição de fluxos de assistência e ainda de produção de conteúdos próprios.

Para isso nos apoiamos em Hasebrink & Hölig (2013), que reconhecem a capacidade de gerenciamento de comunicação das audiências. Esta que não nasce com a convergência, mas se evidencia mais claramente no cenário corrente. A partir de Schroder, os autores afirmam que “o uso de mídia sempre foi inerentemente transversal” (HASEBRINK & HÖLIG, 2013, p. 191) e defendem a existência de um *repertório de mídia*, que consiste no conjunto inerente de mídias que um sujeito usa regularmente.

O *repertório de mídia* é caracterizado por três princípios: (i) *user-centred perspective*: o foco deve estar no que o sujeito consome e não em qual público consumidor uma mídia alcança; (ii) *entirety*: deve-se considerar a variedade de mídia regularmente usada por uma pessoa e não os aparatos de forma separada; (iii) *relationality*: é preciso compreender a relação entre os usos de diferentes mídias, isto é o que forma o repertório. Este, contudo, não é resultado da soma dos usos, mas sim uma experiência – no sentido de *capital* ou *expertise* acumulados –, composta por variadas competências de uso e interpretação que se constituíram ao longo do tempo de interação com diferentes dispositivos.

Para os autores, em um cenário de convergência é necessária uma visão holística dos usos dos aparatos midiáticos pelos sujeitos, que além de se interpenetrarem, acionam competências comuns de uso e apropriação da mídia de forma geral, acumuladas ao longo do tempo e dado o nível de intensidade e frequência das interações que estabelecem. O foco deve estar em compreender as combinações de mídia e seus usos convergentes e pluridimensionais, ao invés de centrar na relação de um grupo social com um aparato ou plataforma.

As pesquisas de audiência e gerenciamento de comunicação não podem mais recair na plana questão se e como geralmente as pessoas usam “a Internet; ao

invés disso é necessário investigar como as pessoas por elas mesmas definem o que elas fazem com a Internet”, ex.: “qual *modo de comunicação* elas empreendem” (HASEBRINK & HÖLIG, 2013, p. 197)⁵⁸.

A noção de *modos de comunicação* a que os autores se referem na citação, é a maneira como os usuários definem por eles mesmos o uso que fazem de um *serviço de comunicação* em uma dada *situação de comunicação*. Para Hasebrink & Hölig (2013), precisamos estudar os *modos de comunicação* ao invés de usos isolados dos aparatos e estes devem ser definidos pelos próprios sujeitos ao refletirem sobre suas práticas. Para sustentar essa proposição os autores explicam, por exemplo, a pluralidade de usos possíveis a partir do que chamamos de internet.

A Internet não representa apenas uma fonte de conteúdo, mas ao mesmo tempo é um canal de comunicação; não é apenas um meio para receber informações, mas também para produzir, distribuir ou compartilhar informações. Além disso, as atividades de comunicação na Internet podem se referir a um único parceiro de comunicação, mas também a grupos de usuários específicos ou até mesmo grandes públicos. Isso torna difícil decidir se o usuário está envolvido em comunicação interpessoal ou de massa (HASEBRINK & HÖLIG, 2013, p. 197)⁵⁹.

Consideramos este exemplo alusivo ao que temos observado em relação ao consumo de vídeos, que, por essência, não mais se concentra no sistema de radiodifusão, mas se dá via diferentes dispositivos e fontes de conteúdo. Assim, os fluxos interacionais versam sobre as diferentes combinações que os sujeitos fazem das dimensões que hoje possibilitam a assistência e também produção de vídeos, estas baseadas nos *repertórios de mídia* individuais que estes possuem e seguem construindo, agora a partir de *capitais* especializados, diferentemente do que ocorreu na chegada da TV.

Trata-se de um fluxo que se descolou da radiodifusão e que pode começar em qualquer lugar, tela ou tempo. Mais do que identificar esses momentos de início ou fim, nos interessa entender como a articulação de várias dimensões se processa. Seu entendimento pressupõe a caracterização de todos os aspectos que compõem as pluridimensões constitutivas desse fluxo. E isso implica o reconhecimento do aparato usado para assistir vídeo como *tecnologia* (qual a tela, se está conectada à internet ou

⁵⁸ Tradução nossa de trecho original: “Audience research and communication management cannot rely anymore on the plain question if and how often people use ‘the Internet’; instead it is necessary to investigate how people themselves define what they do with the Internet, i.e., ‘which communication modes they realize’” (HASEBRINK; HÖLIG, 2013, p. 197).

⁵⁹ Tradução nossa de trecho original: “The Internet does not only represent a source of content, but at the same time it is a communication channel; it is not just a means to receive information but also to produce, distribute, or share information. In addition, communicative activities on the Internet can refer to one single communication partner, but also to specific user groups or even large publics. This makes it hard to decide if the user is engaged in interpersonal or mass communication” (HASEBRINK; HÖLIG, 2013, p. 197).

não, por que tipo de conexão), do vídeo como *texto* (além de gênero e formato do conteúdo em si, se este era gravado, ao vivo, baixado, produzido pelo próprio sujeito, e disponível em que janela, encadeado ou não em um fluxo), e do *contexto* da *interação comunicativa* tecida. Essa última dimensão está hoje maximizada ao extremo já que não se configura mais apenas de assistência, mas também de produção de vídeos, e que pode se configurar dentro e fora de casa, de forma individual ou coletiva, online ou offline, de forma privada ou pública, e em diferentes períodos do dia.

Neste capítulo apresentamos as abordagens teóricas que foram cruciais para compreensão das práticas de consumo de vídeos entre jovens. A contribuição foi contextualizar, do ponto de vista teórico, as principais discussões sobre o mercado e as práticas de consumo de vídeos encontradas na literatura, bem como estabelecer as bases a partir das quais orientamos o desenvolvimento das Etapas Metodológicas deste estudo, detalhadas nos capítulos seguintes.

2

**ETAPAS METODOLÓGICAS
E INCURSÕES EXPLORATÓRIAS**

Partimos da compreensão de que a metodologia vai além das técnicas de que se lança mão para realizar uma investigação científica. Segundo Minayo & Deslandes (2008, p. 14), a metodologia é “o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade”. Percurso que inclui e é derivado das matrizes teóricas que a originam e orientam os procedimentos metodológicos adotados (LOPES, 1990), bem como os modos como abordamos os sujeitos integrantes da pesquisa, como mergulhamos na realidade empírica estudada e, posteriormente, como sistematizamos e analisamos os dados construídos.

A metodologia é processual e se constitui conforme o pesquisador avança teórica, metodológica e empiricamente na compreensão do seu objeto de estudo.

Ainda que seja curta nossa trajetória como pesquisadoras, já foi possível perceber que uma investigação, sobretudo qualitativa, é resultado da articulação de todos os elementos formais da produção do conhecimento científico com as marcas da vivência do investigador, o envolvimento deste com o que estuda, e do afeto que se cria com o objeto estudado (MARTÍN-BARBERO, 2004). E os achados desta pesquisa de doutorado têm marcas e contribuições diretas de vários projetos em que estivemos envolvidas.

Por isso, ao longo de nossa formação, nossa postura foi de abertura e disponibilidade ao diálogo com os diferentes grupos e instituições com os quais fizemos contato. Acreditamos que ao fazer isso, naturalmente os *insights* e

contribuições para o desenvolvimento da tese se evidenciaram e apontaram os caminhos a serem percorridos para compreensão do fenômeno investigado.

Desse modo, registrar o percurso metodológico dessa pesquisa foi um dos maiores desafios da escrita da tese. Foi difícil chegar a uma narrativa objetiva dos passos e decisões tomadas e que, ao mesmo tempo, evidenciasse a contribuição direta de grupos de pesquisa e instituições distintas, bem como de nosso envolvimento em diferentes projetos nos momentos da formação.

Na tentativa de expor de forma clara esse percurso, criamos uma tabela em que apresentamos uma visão geral das Etapas Metodológicas realizadas para atender aos objetivos desta tese. Ao todo, nove etapas principais foram desenvolvidas. Estas se encontram brevemente descritas na Tabela 1⁶⁰ e posteriormente serão apresentadas de forma detalhada, neste e nos próximos capítulos.

⁶⁰ Sabemos da distinção entre tabelas e quadros, porém, nesta tese, optamos por adotar o termo “tabela” para melhor correspondência com tradução do trabalho para Língua Inglesa.

Tabela 1 – Etapas Metodológicas da pesquisa

		Período/ Local	Subsídios	Ações/Procedimentos	Contribuições
Etapa 1	Análise de dados contextuais	Junho e Agosto/2016 Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> > Base de dados aberta do PNAD 2014 (IBGE, 2015). > Dados históricos e sociodemográficos de Cametá (PA) e de Tavares (RS) (IBGE e outras fontes). > Relatórios anuais do CTIC.br. > Resultados pesquisa nacional da Rede Brasil Conectado (Etapa do Questionário Online). 	<ul style="list-style-type: none"> > Levantamento de dados contextuais, históricos e sociodemográficos sobre o universo pesquisado; > Seleção das variáveis sobre posse de tecnologia da base do PNAD que são importantes para a tese e recorte de dados por Região (Norte e Sul), Estado (Pará e Rio Grande do Sul), Região Metropolitana (Belém e Porto Alegre) e Municípios do interior dos estados do PA e RS; > Cotejamento e análise dos dados da Rede Brasil Conectado; > Cotejamento e análise dos dados. 	<ul style="list-style-type: none"> > Visão geral do cenário macrosocial de posse de tecnologia e acesso a internet no Brasil; > Aproximação dos dados contextuais das regiões Norte e Sul e estados do Pará e Rio Grande do Sul, o que foi central para orientar as entradas em campo realizadas (Etapas 2 e 8); > Aproximação dos dados contextuais com achados da Rede Brasil Conectado; > Preparação para pesquisa exploratória (Etapa 2); > Reconhecimento e caracterização de 4 processos ligados à digitalização da TV no Brasil.
Etapa 2	Pesquisa de campo exploratória	Setembro/2016 Cametá, Pará, Brasil Outubro/2016 Tavares, Rio Grande do Sul, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> > Dados contextuais, históricos e sociodemográficos levantados (Etapa 1); > Participação no Projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência” (PROCAD-CAPES) e acompanhamento das incursões de campo feitas pelas equipes da UFPA e da UFRGS; > Recomendações do Exame de Qualificação da Tese. 	<ul style="list-style-type: none"> > Observação e conversas informais com jovens sobre consumo e posse de tecnologia, dinâmicas de vida no rural e o significado de ser jovem; > Acompanhamento de 3 grupos de discussão com 62 jovens de Cametá-Rio Furtados sobre consumo midiático; > Realização de entrevistas abertas com 18 jovens sobre consumo midiático, além de evidências específicas sobre práticas de assistência de vídeos em diferentes telas. > Organização do acervo da pesquisa, transcrição e análise das entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> > Primeiros achados empíricos e identificação das práticas de “assistir TV” dos jovens; > <i>Insights</i> para proposta conceitual de fluxos interacionais; > Reconhecimento das exigências teórico-metodológicas do fenômeno estudado; > Definição dos municípios que comporão o universo da pesquisa; > Estabelecimento de contato com jovens para momentos futuros da pesquisa (Movimento 9).
Etapa 3	Experimentação e inspiração metodológica	Dezembro/2016 a Outubro/2017 Leuven, Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> > Participação no projeto “Matriz comparativa de pesquisas qualitativas com usuários de tecnologias digitais” (PGCI-CAPES), e realização de missão de estudos no <i>Mintlab</i> a partir de bolsa de doutorado sanduíche; > Disciplina eletiva sobre Interação Humano Computador (IHC) cursada na KU Leuven; > Participação voluntária em contrato de pesquisa firmado entre <i>Mintlab</i> e <i>NPO</i> (grupo de radiodifusão pública da Holanda). 	<ul style="list-style-type: none"> > Mapeamento e estudo de metodologias qualitativas adotadas pelo <i>Mintlab</i>; > Interlocução com equipe do <i>Mintlab</i> sobre projetos em andamento; > Acompanhamento de reuniões e workshops de co-criação do projeto <i>NPO</i>. > Colaboração na concepção e desenvolvimento de um diário baseado em cartões usado com estratégia de sensibilização dos participantes para o 1º workshop de co-criação do projeto <i>NPO</i>; > Experimentação de formas de leitura e análise de diários preenchidos no <i>NPO</i>. > Levantamento e revisão de literatura sobre o método estudo de diário; > Mapeamento de trabalhos que já utilizaram o método em pesquisa empírica, especialmente com foco em consumo midiático; 	<ul style="list-style-type: none"> > Contato com domínio de estudos de IHC e com perspectivas teórico-metodológicas da equipe do <i>Mintlab</i>; > Compreensão das origens do método de estudo de diários e seus usos na pesquisa científica; > Experiência prática de aplicação do método de estudo de diário; > <i>Insights</i> sobre o uso do diário como procedimento de coleta de dados e não apenas de sensibilização dos participantes, aspecto favorável ao mapeamento das práticas de consumo de vídeos entre jovens; > Convite para realizar doutorado duplo na KU Leuven.
Etapa 4	Adaptação e criação do diário	Outubro/2017 Leuven, Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> > Primeiros achados sobre o universo pesquisado (Etapas 1 e 2); > Material do estudo de diário criado para o projeto <i>NPO</i> (Etapa 3); > Recomendações sobre o método de estudo de diários da literatura; > Colaboração da equipe do <i>Mintlab</i> para tradução, revisão e adaptação do projeto gráfico do diário baseado em cartões. 	<ul style="list-style-type: none"> > Revisão do formato dos cartões e da embalagem do diário; > Tradução (neerlandês-inglês), revisão e adaptação do conteúdo do diário usado no projeto <i>NPO</i>, a partir dos objetivos da tese; > Definição de novo quantitativo de cartões por participante. 	<ul style="list-style-type: none"> > Material do estudo de diários para desenvolvimento do pré-teste da metodologia com jovens belgas (Etapa 6); > Maior compreensão sobre o funcionamento do estudo de diários como procedimento de coleta de dados.
Etapa 5	Definição de estratégia metodológica	Outubro e Novembro/2017 Leuven, Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> > Primeiros achados sobre o universo pesquisado (Etapas 1 e 2); > Reconhecimento das exigências teórico-metodológicas do fenômeno estudado (Etapa 2); > Recomendações sobre o método de estudo de diários da literatura; > Material do estudo de diários elaborado para o pré-teste (Etapa 4); > Interlocução com equipe <i>Mintlab</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> > Definição do tipo de uso de cada cartão que integra o material dos diários (período e forma de preenchimento, etc.); > Definição dos eixos temáticos da entrevista; > Elaboração do roteiro de entrevista semiestruturada articulado ao uso dos cartões preenchidos para confirmar dados registrados e suscitar o diálogo sobre aspectos mais gerais do consumo de vídeos pelo participante; > Definição do número de jovens por município e faixa etária (18-24 anos). 	<ul style="list-style-type: none"> > Parâmetros para guiar o planejamento e desenvolvimento do pré-teste da metodologia com jovens belgas (Etapa 6); > Parâmetros para guiar o planejamento e desenvolvimento da pesquisa de campo no Brasil (Etapa 8); > Parâmetros iniciais de análise do material construído, orientados pelo aporte teórico-metodológico da tese (Etapa 9); > Reconhecimento dos movimentos estruturantes que compõem o desenho desta pesquisa e início da escrita da tese.

		Período/ Local	Subsídios	Ações/Procedimentos	Contribuições
Etapa 6	Pré-teste da metodologia	Novembro/2017 a Janeiro/2018 Leuven, Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> > Estratégia metodológica definida (Etapa 5); > Colaboração da equipe do <i>Mintlab</i> para realização do estudo (cessão e organização de espaço físico, ajuda no recrutamento, financiamento da impressão dos diários e dos vouchers das participantes). 	<ul style="list-style-type: none"> > Realização de estudo com 10 jovens universitárias (8 belgas e 2 holandesas, 18-23 anos), que compreendeu as seguintes fases: (i) recrutamento via redes sociais e contatos orientados com estudantes da KU Leuven; (ii) entrega do material de estudo de diários e orientação dos participantes durante 2 semanas; (iii) preenchimento do diário pelos participantes no <i>Mintlab</i>; (iv) entrevista semiestruturada individual com duração de 45-60 minutos no <i>Mintlab</i>. > Organização do acervo da pesquisa, tabulação dos dados dos diários e transcrição das entrevistas; > Descrição e análise dos dados construídos. 	<ul style="list-style-type: none"> > Primeiros achados empíricos a partir da estratégia metodológica adotada; > Maior compreensão sobre o funcionamento da associação de estudo de diários com entrevista semiestruturada; > Experimentação e definição dos modos de sistematização e análise dos dados construídos via preenchimento de cartões e entrevistas, com auxílio do <i>QSR Nvivo 10</i>; > Reconhecimento do potencial analítico do conceito de <i>fluxos interacionais</i>; > Reconhecimento de vantagens e limitações da estratégia metodológica adotada; > Identificação de ajustes/melhorias no material do estudo de diários.
Etapa 7	Ajustes na estratégia metodológica	Janeiro e fevereiro/2018 Leuven, Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> > Primeiros achados sobre o universo pesquisado (Etapas 1 e 2); > Resultados do pré-teste da metodologia (Etapa 6); > Relação de ajustes/melhorias no material do estudo de diários (Etapa 6) > Colaboração da equipe do <i>Mintlab</i> na revisão e impressão do material do estudo de diários. 	<ul style="list-style-type: none"> > Tradução (inglês-português) e adaptação do conteúdo do diário para a realidade dos jovens brasileiros; > Ampliação das instruções de uso do diário dos exemplos de preenchimento do cartão formulário; > Redefinição do tempo de duração da entrevista semiestruturada; > Definição das formas de abordagem, sensibilização e recrutamento de sujeitos para participarem da pesquisa. 	<ul style="list-style-type: none"> > Finalização e impressão do material do estudo de diários para pesquisa no Brasil; > Planejamento da pesquisa de campo no Brasil (Etapa 8).
Etapa 8	Pesquisa de campo	Março/2018 Cametá, Pará, Brasil Agosto/2018 Tavares, Rio Grande do Sul, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> > Contatos estabelecidos na pesquisa exploratória (Etapa 2); > Material do estudo de diários para pesquisa no Brasil (Etapas 5 e 7); > Colaboração da equipe do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia da UFPA na pesquisa em Cametá (disponibilização de pessoal, de equipamentos de filmagem e carro para as atividades, impressão de banner/calendário para entrevistas). 	<ul style="list-style-type: none"> > Realização de pesquisa de campo e desenvolvimento da estratégia metodológica com 21 jovens, que compreendeu as etapas de: (i) recrutamento via WhatsApp, Messenger ou presencialmente nas localidades; (ii) entrega do material do estudo de diários e orientação dos participantes; (iii) preenchimento do diário pelos participantes durante 10 dias; (iv) entrevista semiestruturada individual com duração de 90 minutos nas localidades investigadas. > Conversas informais com moradores e atualização de dados sobre os municípios. 	<ul style="list-style-type: none"> > Conclusão do levantamento de dados empíricos para pesquisa; > Maior clareza sobre a proposta conceitual de <i>fluxos interacionais</i>.
Etapa 9	Sistematização e análise dos dados	Março a novembro/2018 Belém, Pará, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> > Experimentação e definição dos modos de sistematização e análise dos dados construídos via preenchimento de cartões e entrevistas, com auxílio do <i>Nvivo</i> (Etapa 6); > Dados construídos na pesquisa de campo (Etapa 8); > Parâmetros de análise do material construído, orientados pelo aporte teórico-metodológico da tese, previamente definidos e testados (Etapas 5 e 6). 	<ul style="list-style-type: none"> > Sistematização e descrição dos dados construídos via entrevistas e diários; > Análise dos dados construídos a partir do aporte teórico definido e de modo a atender os objetivos da tese; > Aproximação dos dados das realidades estudadas no Brasil, evidenciando similaridades e distanciamentos entre as práticas de consumo identificadas. 	<ul style="list-style-type: none"> > Maior clareza sobre a contribuição teórico-metodológica da tese e dos caminhos para construção de seus resultados; > Resultados finais da pesquisa; > Condições para escrita final da tese; > Planejamento do calendário de depósito e defesa da tese.

Fonte: Criada pela autora.

Como observado na Tabela 1, as referidas etapas estiveram imbricadas umas nas outras, de modo que os avanços alcançados em cada uma delas forneceram subsídios para os investimentos feitos na etapa subsequente.

Cada uma dessas etapas contribuiu para o desenho metodológico da pesquisa realizada, motivo pelo qual consideramos necessário especificá-las ao longo deste e dos próximos capítulos (3 a 5). A sinergia alcançada no arranjo metodológico estruturado a partir dessas etapas foi a condição viabilizadora para o desenvolvimento da tese, ainda que agora cada uma delas seja narrada de forma episódica, como um seriado audiovisual que pode ser assistido em partes ou de forma sequencial e linear.

Especificamente neste capítulo, abordamos as Etapas Metodológicas 1 e 2 e suas contribuições para a caracterização do fenômeno estudado.

2.1 Análise de dados contextuais

Os movimentos de investigação que desenvolvemos ao longo de nosso percurso foram orientados pelas recomendações de Orozco Gómez (2011, p. 382-384) para os estudos qualitativos que lidam com a “complexidade das interações com as telas”, aspecto que, como vimos, marca as práticas de consumo midiático no contemporâneo.

Orozco Gómez (2011) nos orienta a articular vertentes distintas de investigação e assegurar que para a compreensão do fenômeno em estudo sejam consultados dados oriundos da academia, do mercado e de pesquisas governamentais e estatísticas. Essas orientações vão ao encontro do que Galindo Cáceres (1998) indica para quando iniciamos uma investigação: a montagem do *sistema aberto de informações*, ou seja, um primeiro quadro de informações necessárias à compreensão de uma realidade estudada.

Galindo Cáceres (1990) defende que mesmo em pesquisas de cunho estritamente qualitativo, como etnografias, é necessário que as análises construídas a partir das observações sejam permanentemente cruzadas com dados macrossociais (históricos, econômicos, demográficos, sociais) a respeito do cenário e/ou fenômeno estudado. Assim, para além do levantamento bibliográfico inicial realizado sobre o processo de transição tecnológica do mercado *televisivo* e suas implicações para os processos de consumo de vídeos, dedicamos atenção, conforme Etapa 1, ao levantamento de dados estatísticos de pesquisas governamentais, mais precisamente da base de dados aberta da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios (PNAD), ano base 2014 (IBGE, 2015a) e relatórios do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da

Informação e da Comunicação, CETIC.br (CGI.br, 2007, 2015), tal como apresentaremos no Capítulo 6.

No primeiro semestre de 2016 empreendemos o cotejamento e cruzamento de dados quantitativos da PNAD que haviam sido liberados de forma completa pelo IBGE no primeiro semestre de 2016, referente ao ano base 2014. Estes foram feitos diretamente a partir das planilhas/bases de dados abertas disponibilizadas pelo IBGE em Excel, a partir dos quais geramos tabelas mais concisas para posterior análise.

Nesta etapa, foi possível mapear o cenário de posse de tecnologia e de acesso à internet no Brasil, já em uma perspectiva comparativa entre as regiões Norte e Sul e, quando possível, entre os estados do Pará e do Rio Grande do Sul e as Regiões Metropolitanas de Belém⁶¹ e de Porto Alegre⁶², e áreas rurais destes estados.

Para isso, selecionamos as variáveis sobre posse de tecnologia importantes para a pesquisa da tese (percentuais e números absolutos por domicílio): acesso à internet; tipo de conexão à internet; renda per capita de domicílios com internet; dispositivos usados para acesso à internet; tipo de recepção do sinal de TV; tipo de aparelho utilizado para recepção do sinal de TV.

De modo complementar, utilizamos dados da pesquisa TICs⁶³ Domicílio 2014, realizada pelo CETIC.br, que tomou como base dados de 65.129 domicílios, coletados entre 29 de agosto de 2014 e 22 de março de 2015. Já o PNAD 2014 teve como base 151.291 unidades domiciliares distribuídas por todas as Unidades da Federação (26 estados e o Distrito Federal) e a semana de referência foi de 21 a 27 de setembro de 2014.

A opção por explorar de forma prioritária os dados do PNAD se deu pelo fato de serem mais completos e ainda pelas características distintas das amostras consultadas por ambas as pesquisas. Na TICs Domicílio 2014, a maior parte da população de 10 anos ou mais que foi consultada era oriunda das regiões Sudeste (com 43% da amostra) e Nordeste (27%). No caso das regiões Sul e Norte, o público incluído no estudo foi, respectivamente, de 15% e 8% da amostra ponderada da população (CGI.br, 2015, p. 123). Além disso, dos domicílios consultados, 55.857 estão localizados em ambientes urbanos e 9.272 em áreas consideradas rurais

⁶¹ Compreende seis municípios além de Belém: Ananindeua, Benevides, Castanhal, Marituba, Santa Bárbara do Pará e Santa Isabel do Pará (REGIÃO, 2018a).

⁶² Compreende 33 municípios além de Porto Alegre: Alvorada, Araricá, Arroio dos Ratos, Cachoeirinha, Campo Bom, Canoas, Capela de Santana, Charqueadas, Dois Irmãos, Eldorado do Sul, Estância Velha, Esteio, Glorinha, Gravataí, Guaíba, Igrejinha, Ivoti, Montenegro, Nova Hartz, Nova Santa Rita, Novo Hamburgo, Parobé, Portão, Rolante, Santo Antônio da Patrulha, São Jerônimo, São Leopoldo, São Sebastião do Caí, Sapiranga, Sapucaia do Sul, Taquara, Triunfo, Viamão (REGIÃO, 2018b)

⁶³ Sigla para Tecnologias da Informação e Comunicação.

(CGI.br, 2015, p. 129). Já no caso do PNAD, como mencionado, a pesquisa ocorreu em todo o território nacional incluindo áreas urbanas e rurais⁶⁴.

É importante destacar que nos resultados do cotejamento que apresentamos no Capítulo 6, nós mantivemos a referência aos dados dos anos de 2014-2015, pois foram esses que nos permitiram, à época do levantamento, observar o cenário mais amplo de acesso à internet e à TV no país e nas regiões estudadas empiricamente, bem como orientar nosso olhar para o mergulho qualitativo que faríamos na sequência (Etapa 2). Da mesma forma, no momento inicial da pesquisa, esses eram os dados mais atuais existentes a respeito da penetração de tecnologia nos domicílios das áreas rurais de todas as regiões brasileiras.

Assim, ainda que seja pertinente a atualização a partir de resultados mais recentes do IBGE (completos de 2016 e parciais de 2017), optamos por fazê-la e apresentá-la de forma orientada no Capítulo 6, por entendermos que a demanda por dados quantitativos contextuais, nesse segundo momento da tese, será guiada pela empiria investigada e, sobretudo, atuará de forma complementar às evidências qualitativas, não mais sendo necessária uma contextualização. Para esse movimento, nos apoiamos em Galindo Cáceres (1990), que recomenda que ao longo do processo analítico de pesquisas de campo com viés etnográfico, o pesquisador correlacione dados do contexto microssocial estudado com evidências de um cenário macrossocial, ainda que em nível local e regional.

Após o cotejamento desses dados, relacionamos os mesmos com relatórios de pesquisas de mercado sobre tendências de uso de tecnologia e com achados de pesquisa nacional desenvolvida pela Rede Brasil Conectado⁶⁵, na etapa do questionário online em 2014 por mais de dez mil jovens de todos os estados brasileiros⁶⁶. Em ambos os casos, obtivemos informações importantes a respeito de práticas de consumo de vídeos em diferentes telas e em plataformas online como *YouTube*.

A partir dessa visada geral foi possível reconhecer quatro principais processos que tem contribuído diretamente, em nossa avaliação, para a digitalização da

⁶⁴ Vale destacar que até 2003, o PNAD incluía levantamentos feitos apenas em áreas urbanas dos Estados do Norte, com exceção de Tocantins (IBGE, 2015a, p. 29). Isso significa que apenas há 15 anos é que dispomos de uma radiografia nacional que leve em consideração os domicílios localizados nas áreas rurais da Região Norte.

⁶⁵ Iniciativa de investigação brasileira que teve como foco o desenvolvimento do projeto matriz intitulado “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, financiado pelo CNPq, iniciado em 2012. Esta contou com pesquisadores de Universidades (federais e privadas) de todos os estados brasileiros, teve como objetivo entender as práticas dos jovens brasileiros na internet. A proposta era verificar diferenças condicionadas por acessos diferenciados, em contextos distintos, e se isso poderia definir práticas diferentes no uso das plataformas midiáticas pelos jovens. A coordenação geral foi da Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks, orientadora desta tese pela UFRGS.

televisão no Brasil e, conseqüentemente, para reconfiguração das práticas de consumo de vídeos no país. Por uma questão de organização, fizemos a opção por não detalharmos os referidos processos bem como os dados contextuais analisados, nesta seção, mas sim no Capítulo 6. Isso se deve ao fato de encararmos as articulações tecidas a partir dos dados contextuais já como parte de nosso processo de análise e caracterização do fenômeno estudado. Por isso, esses e outros achados se encontram detalhados nos capítulos da Parte 2 da tese.

Ainda no âmbito da Etapa 1, vale registrar que fizemos o levantamento de dados históricos e sociodemográficos dos municípios onde realizaríamos, na sequência, a pesquisa de campo exploratória (Etapa 2). Essa foi uma forma de nos prepararmos para incursão de campo planejada e de estruturar uma apresentação dos aspectos que consideramos mais significativos para compreensão do universo pesquisado.

2.2 Pesquisa de campo exploratória

A análise contextual (Etapa 1) nos preparou para a primeira incursão de campo, realizada a partir de nosso envolvimento nas equipes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Federal do Pará (UFPA) no projeto de pesquisa “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”⁶⁷, que à época realizavam etapa exploratória em municípios do interior dos estados com dois intuitos principais: (i) estabelecer os primeiros contatos com jovens do interior e mapear suas práticas de consumo midiático; (ii) obter informações estratégicas para definir os procedimentos metodológicos que as equipes adotariam na segunda fase da pesquisa, tendo em vista como abordar os jovens, como elaborar instrumentos e prever formas de envolver os sujeitos na pesquisa, entre outros aspectos.

A escolha dos municípios de Cameté (PA) e Tavares (RS) foi orientada por critérios comuns entre as equipes, mas não somente. Para ambas as equipes, um dos critérios foi selecionar municípios relativamente afastados das capitais dos estados (Pará e Rio Grande do Sul, respectivamente) e de difícil acesso, para que essas mapeassem informações sobre a logística demandada nesses tipos de incursão. Do mesmo modo, as duas equipes buscaram municípios com características predominantemente rurais. Além disso, a escolha por Tavares (RS) se deu pelo fato

⁶⁷ Projeto brasileiro financiado pelo Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) via edital n. 071/2013. Este se configura como uma parceria entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), instituição proponente, a Universidade Federal do Pará (UFPA), instituição associada 1, e a Universidade Federal de Sergipe (UFS), instituição associada 2. Como desdobramento da Rede Brasil Conectado, o objetivo da investigação é conhecer e comparar as realidades rurais das regiões brasileiras no que diz respeito aos usos que os jovens fazem de recursos multimidiáticos, tais como: TV, rádio, celular, Internet, entre outros. A coordenação nacional do projeto é da Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks (UFRGS), sendo as equipes da UFPA e da UFS coordenadas respectivamente pelos Profs. Drs. Maria Ataíde Malcher e Matheus Felizola.

do município ter um dos menores contingentes populacionais do Rio Grande do Sul. Já no caso de Cametá, a equipe da UFPA levou em consideração o fato do município ter sido local de investigação anterior⁶⁸ e sobretudo por ser, dentre os municípios paraenses já mapeados pela a equipe da UFPA, o que possui o maior percentual de jovens em sua população.

As incursões de campo das equipes ocorreram nos seguintes períodos:

- De 15 a 20 de setembro de 2016 em Cametá (área urbana e na localidade de Rio Furtados, que fica há aproximadamente três horas de barco da sede do município). Filmamos parte da viagem de Belém até Cametá, especificamente o trecho de travessia de lancha do Carapajó até a sede do município.

Também registramos a viagem de retorno de Rio Furtados para a área urbana de Cametá.

- De 1 a 5 de outubro de 2016 em Tavares (área urbana e na localidade da Praia do Farol, que fica há 15 minutos de carro da sede do município)⁶⁹. Parte do percurso do centro urbano de Tavares até a Praia do Farol foi filmada.

Em ambos os casos, o acesso por carro ou barco é regido pela dinâmica da natureza. Isso significa dizer que o acesso não é possível sempre, mas quando as águas estão “calmas” e abrem – literalmente – caminhos para passagem. No caso da Praia do Farol, devido à chuva ou fenômenos como as denominadas “ressacas do mar”, as estradas de terra existentes são cobertas pela água ou ficam em condições intrafegáveis. Já no caso de Rio Furtados, ainda que não seja impossível viajar com chuva no percurso até Cametá, é a dinâmica de subida e descida do rio, regida pelo tempo da maré, que define os caminhos a serem percorridos, que embarcações podem navegar, e qual o tempo de duração da viagem.



<https://goo.gl/cEp7pm>



<https://goo.gl/8cFjeE>



<https://goo.gl/3fPXnm>

⁶⁸ Projeto “Jovens em tempo de convergência: pesquisa exploratória de recepção dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos no Pará-Amazônia-Brasil”, financiado pelo CNPq, via Edital MCTI/CNPq nº 14/2012 (modalidade Universal - Faixa B). A partir do projeto, foram realizadas diversas etapas de investigação (de orientação quantitativa e qualitativa) com foco em jovens residentes em oito municípios do Pará, considerando as propostas de divisão do território do estado votadas mas não aprovadas no Plebiscito de 2011, sendo: Belém e Cametá, localizadas no que seria o “Novo Pará”; Marabá e Itupiranga, no que seria o Estado de “Carajás”; Santarém e Monte Alegre, no novo Estado do “Tapajós”; Breves e Melgaço, caso também fosse criado um novo estado com os municípios que compõem hoje o Arquipélago do Marajó. A coordenação geral do projeto foi da Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher, da UFPA.

⁶⁹ A divisão político-administrativa do território brasileiro está baseada em uma hierarquia entre os locais, sendo do maior para o menor: países; estados; municípios, incluindo a capital dos estados; distrito; e localidade. O detalhamento dessas informações no caso de Cametá (PA) e Tavares (RS) será apresentado no Capítulo 7.

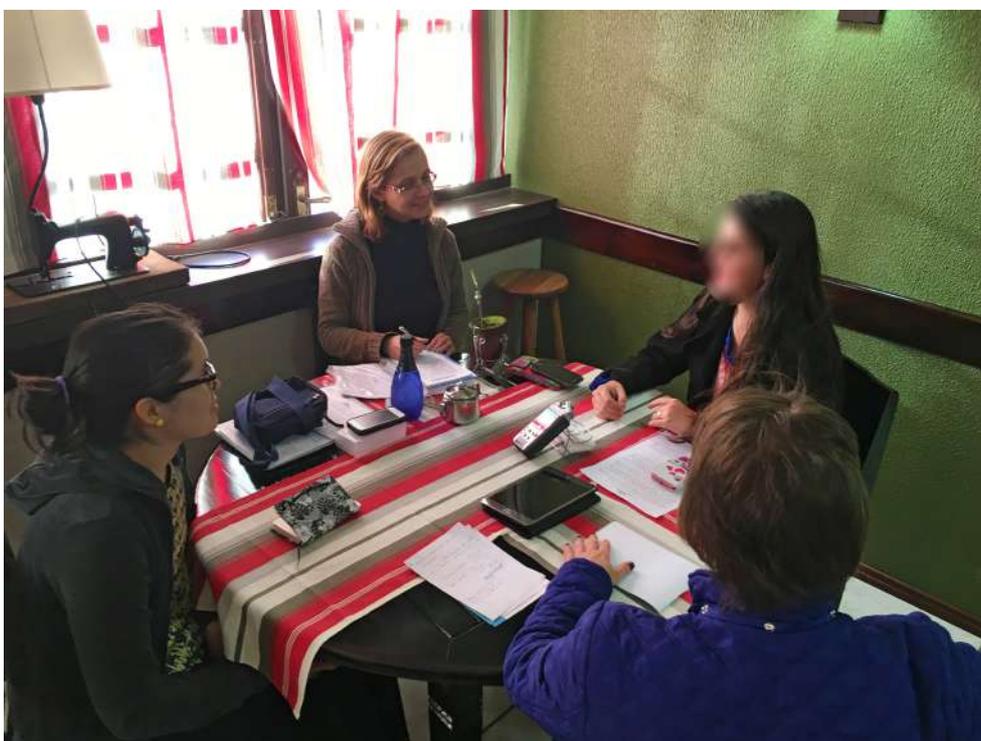
No período de atividades em cada município, conseguimos realizar 18 entrevistas abertas com 10 jovens em Cameté (ambos os sexos, entre 16 e 24 anos) e 8 de Tavares (de 18 a 24 anos), com duração média de 30 minutos cada uma. A maior parte das entrevistas foi gravada em áudio e quando possível também em vídeo (Figuras 1 e 2).

Figura 1 – Exemplo de entrevista com jovem durante pesquisa de campo exploratória em Cameté (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Figura 2 – Exemplo de entrevista com jovem durante pesquisa de campo exploratória em Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Como aproveitamos as incursões de campo organizadas para o projeto PROCAD, durante as entrevistas foram abordados temas como: posse e uso de tecnologia; o significado de juventude; acesso à informação local; modos de vida na área rural. Ainda que muitos vivessem na sede dos municípios, a relação rural e urbano é muito intensa e as fronteiras são quase inexistentes, especialmente no caso de Tavares (RS). Durante a conversa com os jovens, conforme informações relacionadas ao consumo de TV e vídeos online surgiam, nós pedíamos a fala e fazíamos perguntas mais direcionadas ao uso de telas, como eles faziam para se conectar à internet, que tipo de conteúdos buscavam quando online e o que os motivava no caso das práticas relatadas⁷⁰.

Além das entrevistas com jovens, em ambos os municípios conversamos também com moradores, desde pais e avós de entrevistados, até líderes comunitários, professores, comerciantes, entre outros perfis. O foco foi obter mais dados sobre as realidades estudadas e a percepção dos mesmos sobre a juventude nos seus municípios (Figura 3).

Figura 3 – Exemplo de entrevista com moradora de Rio Furtados, Cametá (PA) durante pesquisa de campo exploratória



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Ainda por conta do envolvimento no projeto PROCAD, especificamente em Cametá (PA) tivemos a oportunidade de participar de três grupos de discussão realizados com jovens de idades variadas (de 15 a 24 anos), sendo dois em uma

⁷⁰ Vale ressaltar que das 18 entrevistas, em apenas três não estávamos presente.

escola pública estadual na sede do município e um na igreja da localidade de Mendaruçu, próxima de Rio Furtados. Os dois primeiros envolveram um total de 55 jovens que residiam no centro urbano ou em localidades diversas da área rural do município, acessíveis por carro ou barco. Já o terceiro grupo foi composto por sete jovens também de faixas de idade distintas, que haviam apresentado número de dança em uma celebração católica durante uma festividade em Mendaruçu, e que se dispuseram a conversar com a equipe da UFPA naquela ocasião.

O material construído em campo foi sistematizado e as entrevistas foram integralmente transcritas, bem como as conversas que tivemos com moradores das localidades visitadas. A partir das transcrições, realizamos uma análise mais orientada dos achados relacionados à posse de tecnologia dos jovens e práticas de consumo de televisão e vídeos online, conforme apresentaremos no Capítulo 7.

Além do acesso a ambiências empíricas do interior do Brasil – e a logística que uma pesquisa nessas localidades demanda –, nessa etapa exploratória tivemos a oportunidade de fazer contato com sujeitos e a partir dos achados iniciais construídos em campo, obtivemos os *insights* para propor o conceito de fluxo interacional.

A principal contribuição deste capítulo para este trabalho foi apresentar ao leitor as nove Etapas Metodológicas realizadas durante este estudo e, especificamente, detalhar as contribuições das Etapas 1 e 2 para o primeiro contato e primeira caracterização feita de nosso objeto empírico, do ponto de vista quantitativo e qualitativo.

Conforme apresentado neste capítulo, com base nas Etapas Metodológicas 1 e 2, nós encontramos pistas valiosas para o desenvolvimento desta tese e identificamos desafios metodológicos de investigação das práticas de consumo que se processam em múltiplas telas entre jovens do interior do Brasil. Foi a partir delas que orientamos as próximas Etapas Metodológicas, a serem detalhadas nos próximos capítulos.

3

EXPERIMENTAÇÕES
E INSPIRAÇÃO METODOLÓGICA

Entre as recomendações de Orozco Gómez (2011) para as pesquisas em um cenário de multitelas está a necessidade de dialogar com perspectivas que tenham orientação teórico-metodológica distinta das que costumamos adotar. A indicação do autor é que os pesquisadores não se restrinjam aos modelos de investigação que estejam acostumados e/ou já consolidados na área da pesquisa qualitativa, como os Estudos Culturais e os denominados estudos latino-americanos de recepção e consumo. Ainda que essa seja a vertente teórica de nossa investigação, a partir da Etapa Metodológica 3, tivemos a oportunidade de conhecermos e nos envolvermos em projetos apoiados no domínio do estudo da Interação Humano-Computador (IHC).

Isso se deu mais fortemente pelo fato de em dezembro de 2016, termos iniciado missão de estudos no *Meaningful Interactions Lab* (Mintlab-KU Leuven), localizado em Leuven (Bélgica), financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES) a partir de bolsa de doutorado sanduíche do projeto “Matriz comparativa de pesquisas qualitativas com usuários de tecnologias digitais”⁷¹.

⁷¹ Projeto financiado pelo Programa Geral de Cooperação Internacional (PGCI) da CAPES, via edital n. 02/2015. O projeto é um desdobramento direto de iniciativa anterior de pesquisa da qual participamos, o projeto *GLOBAL ITV*, a partir do qual entramos em contato pela primeira vez com o grupo do *Mintlab*. O projeto “Matriz comparativa...” prevê a cooperação entre a UFPA, instituição nacional proponente, a KU Leuven, instituição estrangeira proponente, e a UFRGS, instituição associada. O objetivo geral é “Elaborar uma matriz comparativa dos elementos que constituem as pesquisas qualitativas realizadas no Brasil e na Bélgica, a partir de um estudo orientado sobre as metodologias empregadas para avaliação de experiência de usuário desenvolvidos pelos grupos envolvidos neste projeto (UFPA, UFRGS e KU Leuven), e identificar, sistematizar e analisar os pontos de convergência e distanciamento das diferentes perspectivas teórico-metodológicas acionadas pelos grupos em seus estudos, na tentativa de aproximar e alinhar as abordagens de pesquisa para cooperações futuras”. A coordenação geral do projeto é da Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher, da UFPA, e a coordenação estrangeira é do Dr. David Geerts, pesquisador líder do *Mintlab* e co-orientador desta tese pela KU Leuven.

Esta foi uma oportunidade de nos dedicarmos ao estudo de metodologias qualitativas e para observarmos, a partir de projetos realizados pela equipe do *Mintlab*, como criar e utilizar procedimentos e instrumentos metodológicos para investigar o uso e apropriação que os sujeitos fazem nas mais diferentes fases de desenvolvimento de um produto ou serviço⁷². Entre as atividades que desenvolvemos nesse período, um dos destaques foi a participação voluntária em um contrato de pesquisa sobre o futuro da televisão desenvolvido pelo *Mintlab* em parceria com o grupo holandês de radiodifusão pública, o *Nederlandse Publieke Omroep (NPO)*.

O objetivo do projeto era verificar a percepção de famílias holandesas e belgas sobre o futuro da televisão e prospectar, a partir de workshops de co-criação, soluções e requisitos para o design de produtos e serviços que os participantes teriam interesse de fazer uso. A proposta é que esse levantamento colaborasse para que o grupo holandês orientasse suas metas de investimento nos próximos anos, diante de tantas mudanças que o mercado de radiodifusão vem passando.

Para isso, foram definidos três recortes de tempo que direcionaram o desenvolvimento do projeto: curto prazo, dois anos; médio prazo, cinco anos; e longo prazo, 10 anos ou mais (NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP; MEANINGFUL INTERACTIONS LAB, 2017). Para explorar as possibilidades de cada período de tempo as famílias recebiam, antecipadamente, algum tipo de material que tinha como função sensibilizá-las e prepará-las para participarem de um workshop, com duração média de quatro horas cada, realizados sempre aos sábados⁷³. Ao todo foram realizados três workshops de co-criação no projeto e, em cada um, os participantes desenvolveram atividades que os motivaram a pensar e discutir possibilidades de serviços e produtos para o futuro da TV.

Nossa participação se deu nas duas primeiras etapas do projeto, para as quais colaboramos com o processo de concepção e desenvolvimento de material das atividades preparatórias/de sensibilização e que seriam realizadas nos workshops, e

⁷² O *Mintlab* desenvolve projetos orientados pelo domínio do IHC e baseados na adoção de métodos criativos de investigação qualitativa nas etapas que antecedem, baseiam ou ocorrem após a implementação de uma tecnologia, sempre com foco na experiência do usuário (*User experience - UX*). (Fonte: <https://soc.kuleuven.be/mintlab/blog/>). Durante nossa missão de estudos no laboratório, acompanhamos atividades de pesquisa de projetos específicos, tais como: workshop de co-criação com crianças de uma escola de ensino fundamental do projeto LEAPS, e entrevistas feitas com mulheres que haviam usado protótipos do projeto INTER-ACT. Por conta do envolvimento com o grupo, também cursamos disciplina eletiva sobre IHC na Faculdade de Ciências Sociais da KU Leuven, ministrada pela Profa. Dra. Bieke Zaman, orientadora desta tese pela KU Leuven.

⁷³ Durante nossa participação foi interessante observar as estratégias de recrutamento e de incentivo adotadas pela equipe do *Mintlab*. Nesse caso, o recrutamento das famílias se deu por redes sociais bem como agência de recrutamento (acionada no caso dos participantes belgas). A cada workshop atendido, as famílias recebiam um voucher de €75 para casais ou €100 para famílias com filhos menores. Ao todo foram envolvidas quatro famílias holandesas e cinco famílias belgas, totalizando 20 participantes.

na organização e realização dos mesmos envolvendo famílias holandesas na sede do *NPO*, em Hilversum (Holanda)⁷⁴.

Antes de apresentar os detalhes sobre o diário criado para o projeto *NPO* e como este foi desenvolvido, na próxima seção apresentamos a revisão da literatura sobre o denominado *diary study method* (método de estudo de diários). Esta revisão foi fundamental para aprofundar nossa compreensão sobre o método e para identificar mais claramente suas contribuições para nossa tese. Como para nós foi fundamental compreender a forma como o estudo de diários se tornou instrumento para uso em pesquisas, a síntese da revisão de literatura realizada faz parte deste percurso metodológico e é apresentada a seguir.

3.1 Revisão de literatura

A origem do termo diário é do latim *diarius*. Na Língua Portuguesa esta palavra é tanto considerada um adjetivo que remete a algo relacionado ao cotidiano e que tem frequência/ocorrência diária, todos os dias, quanto está na categoria de substantivo masculino, que remete a registros feitos com periodicidade diária, que vão de periódicos de notícias a anotações estruturadas sobre o que foi gasto em um dia (diário de despesas e/ou controle financeiro), sobre o estado de algo ou alguém (diário clínico), sobre o que ocorreu durante uma viagem (diário de bordo), entre outros exemplos. Em todos os casos, o elemento comum é um tipo registro regular, ininterrupto e feito diariamente sobre algum fato e/ou ação ocorrida, seja ela relevante na leitura de quem a registra, que não pode ser esquecida ou que precisa ser monitorada (DIÁRIO, 2018).

Na Língua Inglesa, identificamos que *diary* está unicamente na categoria de substantivo, existindo uma segunda palavra para adjetivar o que ocorre diariamente, sendo esta *daily*. O sentido é o mesmo do português e refere-se ao ato de realizar um “registro regular de eventos ou outras informações às quais você poderá fazer referência depois”⁷⁵ (DIARY, 2019). Na lista de significados do termo em inglês acrescenta-se a referência a “um caderno/livro onde você registra seus pensamentos ou sentimentos ou o que ocorreu a cada dia”⁷⁶ (DIARY, 2019).

⁷⁴ Vale ressaltar que todo o processo de concepção do diário e de organização do workshop se deu em inglês, mas posteriormente isso foi traduzido para o holandês para disponibilização aos participantes, já que essa era o idioma oficial do projeto.

⁷⁵ Tradução do original: “A regular record of events or other information so that you can refer to it later” (DIARY, 2019).

⁷⁶ Tradução do original: “A book in which you record your thoughts or feelings or what has happened each day” (DIARY, 2019).

Alaszewski (2006, p. 1) define diário como “um documento criado por um indivíduo que manteve um registro regular, pessoal e contemporâneo”⁷⁷. Para o autor, um diário possui quatro características principais, sendo elas:

- (i) “Regularidade: pode ser organizado em uma sequência lógica, com registros feitos por data durante determinado período, e regulados por intervalos de tempo fixos ou ligados a um evento específico que demanda o registro periódico;
- (ii) Pessoalidade: as entradas são feitas por um sujeito identificável, quem controla o acesso ao diário ou não;
- (iii) Contemporaneidade: as entradas são feitas no momento ou o mais próximo possível do tempo em que os eventos/atividades ocorreram, assim o registro não é perdido e/ou distorcido por dificuldades de lembrá-lo;
- (iv) Formato de registro: as entradas são sempre orientadas pelo que o indivíduo considera relevante e importante de ser registrado. Nesse processo, ele descreve/cita interações, impressões e sentimentos relacionados ao que ocorreu. O registro geralmente assume uma forma de documento escrito, mas pode se dar em outros formatos como áudio, vídeo, etc.” (ALASZEWSKI, 2006, p. 2).

Alaszewski (2006) explica que o formato do diário varia bastante. Em muitos casos, a proposta é simplesmente ter o participante ou autor do diário⁷⁸ registrando determinado fato ocorrido e, para isso, ele/ela define momentos específicos para o preenchimento, funcionando como uma tarefa diária. Em outros casos, além do registro do ocorrido, o autor faz a opção por dar uma opinião e tecer comentários de cunho pessoal sobre o fato descrito e registrado, assim evidenciando relacionamentos, sentimentos e/ou outros aspectos ligados ao que motivou a entrada feita no diário.

Desse modo, para o estudo dos diários é fundamental identificar a finalidade do mesmo, já que usualmente a lógica de registro periódica foi muito usada para anotar memórias e experiências mais pessoais e íntimas, mas não necessariamente visando um compartilhamento posterior. A forma de registro do conteúdo, portanto, define se o diário é um diário pessoal e particular ou se foi feito para ser compartilhado.

⁷⁷ Tradução do original: “A document created by an individual who has maintained a regular, personal and contemporaneous record” (ALASZEWSKI, 2006, p.1).

⁷⁸ “Diarista” seria a tradução literal de “*diarist*”, termo usado por Alaszewski (2006) para identificar a pessoa que mantém o diário. Por uma questão de estilo e para evitar denotação contraditória da palavra no português, optamos por usar “autor do diário”.

3.1.1 Usando diário na pesquisa científica

Os diários podem contribuir em diferentes níveis para a realização de pesquisa científica, tanto como fonte de informação e objeto empírico de investigação, quanto procedimento metodológico desenvolvido pelos investigadores para preenchimento pelos participantes do estudo.

Há uma perspectiva de uso de diários bastante disseminada, e que foi inaugurada em estudos de viés naturalista na Psicologia, voltados à investigação dos sujeitos. O uso do diário nesta área, geralmente, prevê registros de situações vivenciadas pelo indivíduo, o que o auxiliará a explicar os fatos mais difíceis de serem identificados e relatados, mas que têm relevância para a pesquisa realizada e/ou tratamento clínico em andamento. Entre os fenômenos humanos estudados a partir de diários, segundo Bolger *et al.* (2003), estão processos de personalidade, interações familiares e matrimoniais, sintomas físicos e saúde mental, como dor, depressão e medo.

Já em pesquisas médicas, por exemplo, Elliot (1997) observou que durante as entrevistas feitas com os participantes/pacientes, eles faziam uso direto de seus diários para explicar situações à equipe médica. Por conta disso, para a autora, mais do que sujeitos pesquisados, “eles foram colaboradores na construção dos registros e tiveram participação direta na condução da pesquisa” (ELLIOT, 1997, p. 9)⁷⁹.

Bolger *et al.* (2003) explicam que, por serem experiências muito subjetivas, mesmo para responder perguntas simples sobre situações envolvendo dores físicas, por exemplo, os pacientes tendem a fixar e relatar apenas as experiências de pico, mesmo que os níveis de dor tenham variado ao longo do dia. Logo, manter um registro sistemático do dia a dia de um paciente pode revelar aos médicos e a aos próprios pacientes, os níveis de variação da dor, a presença de uma enfermidade e suas possíveis causas, aspectos não identificáveis em um simples relato feito no consultório médico.

Alaszewski (2006, p. 37) explica que o diário se caracteriza como documento da vida diária por excelência e é gerado em ambiente natural aos participantes, sem necessariamente a presença do pesquisador. Por isso, “uma vantagem fundamental do método de estudo de diários é que ele permite o exame do relato de eventos e experiências no seu natural e espontâneo contexto, fornecendo informações complementares ao que é obtido por desenhos [de pesquisa] tradicionais” (BOLGER

⁷⁹ Tradução nossa do trecho original: “They were collaborators in the construction of the account and had a stake in the research process” (ELLIOT, 1997, p. 9).

et al., 2003, p. 580)⁸⁰. O que, segundo Carter & Mankoff (2005, p. 900), “minimiza os efeitos dos observadores sobre os participantes”⁸¹.

Outra vantagem, segundo autores (BOLGER *et al.*, 2003; ALASZEWSKI, 2006), está a de reduzir a probabilidade de o sujeito investigado fazer uma retrospectiva de suas práticas. A proposta é que o registro dos acontecimentos seja feito no diário durante ou imediatamente após a ocorrência da situação sob investigação. Tratam-se de relatos expressados pelas vozes dos próprios participantes, logo com menos possibilidades de serem “contaminados” pelos significados que os sujeitos atribuem às suas próprias práticas, tal como costumam relatar em abordagens metodológicas empiristas, como questionários e entrevistas. Por isso, os diários são instrumentos de registro pessoal e podem ser usados repetidamente para investigar experiências em andamento e diretamente ligadas a situações do dia a dia. “Diários são criados para capturar as ‘pequenas experiências da vida cotidiana que preenchem a maior parte do nosso tempo de trabalho e ocupam a grande maioria de nossa atenção consciente” (WHEELER & REIS, 1991, p. 340 *apud* BOLGER *et al.*, 2003, p. 580)⁸².

Do ponto de vista das pesquisas nas Ciências Sociais, Van Roy *et al.* (2018) afirmam que os diários permitem acesso a experiências “in-the-wild”, leia-se, em condições naturais independentemente da interferência do pesquisador. Assim, ainda que o hábito de manter diários não seja comum entre os pesquisados – tais como os jovens participantes desta investigação –, o procedimento permite que o participante faça breve relatos sobre práticas cotidianas.

Como explicam Carter & Mankoff (2005), nesse processo, são os sujeitos quem controlam o tempo e os meios de captura e/ou registro dessas informações. É interessante observar que para além dos diários que são lineares/cronológicos e baseados em materiais impressos, os autores reconhecem e sugerem o uso de outros *meios de feedback* tais como registros feitos em áudio, fotos, objetos físicos e tangíveis. Todos esses podem funcionar como formas de registro a partir do qual tanto o pesquisado pode resgatar uma memória e refletir sobre suas práticas, quanto pode, posteriormente, recompor as situações vivenciadas pelos participantes com bases nos materiais produzidos. E estes permitem que conforme o preenchimento ocorra, os participantes recebam retorno dos pesquisadores, que podem conferir o

⁸⁰ Tradução nossa do trecho original: “a fundamental benefit of diary methods is that they permit the examination of reported events and experiences in their natural, spontaneous context, providing information complementary to that obtainable by more traditional designs” (BOLGER *et al.*, 2003, p. 580).

⁸¹ Tradução nossa de trecho original: “minimizes the effects of observers on participants” (CARTER & MANKOFF, 2005, p. 900).

⁸² Tradução nossa de trecho original: “diaries are designed to capture the ‘little experiences of everyday life that fill most of our working time and occupy the vast majority of our conscious attention” (WHEELER & REIS, 1991, p. 340 *apud* BOLGER *et al.*, 2003, p. 580).

material bem como comentar o que foi feito e suscitar outras reflexões para o sujeito investigado.

Desse modo, assim como outros procedimentos de pesquisa, o sucesso da adoção de diários está diretamente relacionado à pergunta de pesquisa que se deseja responder. Bolger *et al.* (2003) identificam metas que podem ser respondidas a partir do estudo de diários, ligadas ao mapeamento de informações de nível pessoal e de mudanças internas que ocorrem ao longo do tempo entre os indivíduos⁸³.

Portanto, a riqueza está no fato do procedimento permitir possibilidade que os participantes narrem os fatos a partir de sua vivência, registrando suas impressões. Aspecto convergente com a perspectiva de Rodriguez & Ryave (2002), que trabalham com a noção de *systematic self-observation (SSO)* – sendo *auto-observação sistemática* a tradução literal. Esta é entendida como uma estratégia de pesquisa qualitativa que se baseia no fato da auto-observação ser uma característica ordinária da vida diária dos indivíduos. Logo os dados construídos a partir da técnica do *SSO* são produzidos a partir de “relatos de primeira mão dos eventos pois o observador e o observado são a mesma pessoa. Os sentidos, perspectiva, e sentimentos contidos nos dados são exatamente o que o pesquisador deseja saber” (RODRIGUEZ & RYAVE, 2002, p. 4)⁸⁴. Isso porque, esta estratégia dá acesso a experiências pessoais ocultas ou de difícil apreensão, tais como processos cognitivos, emoções, motivações, ações disfarçadas ou omitidas, bem como atividades socialmente restritas (RODRIGUEZ & RYAVE, 2002, p. 3).

A vida social é um fluxo complexo, situado, ocasional, acelerado e improvisado, de um fenômeno que se desdobra de momento a momento. Uma estratégia de pesquisa rigorosa deve levar em conta a enorme complexidade, a visibilidade parcial e o ritmo dinâmico da vida natural, bem como o fato de que os informantes são tanto atores sociais quanto observadores, experimentando demandas complexas. Por estas razões, um tópico de *SSO* deve ser um fenômeno único e focado no que é natural à cultura, é prontamente perceptível, é intermitente (ao contrário de ocorrer cronologicamente), é limitado (tem começo e final) e é de curta duração. As notas de campo descrevem as experiências nas palavras dos próprios informantes e a partir de seus próprios pontos de vista pessoais (RODRIGUEZ & RYAVE, 2002, p. 4-5)⁸⁵.

⁸³ As metas destacadas pelos autores são: (i) obter informações confiáveis em um nível pessoal; (ii) obter estimativas de mudanças pessoais internas ao longo do tempo, assim como diferenças entre essas mudanças; (iii) conduzir uma análise casual de mudanças pessoais internas e diferenças individuais dessas mudanças (BOLGER *et al.*, 2003, p. 581). Tradução nossa do trecho original: “(i) obtaining reliable person-level information; (ii) obtaining estimates of within-person change over time, as well as individual differences in such change; and (iii) conducting a causal analysis of within-person changes and individual differences in these changes” (BOLGER *et al.*, 2003, p. 581).

⁸⁴ Tradução nossa de trecho original: “Firsthand accounts of events because the observer and observed are the same person. The meanings, perspective, and feelings in the data are exactly what the researcher wants to know” (RODRIGUEZ & RYAVE, 2002, p. 4).

⁸⁵ Tradução nossa do trecho original: “Social life is complex, situated, occasioned, fast-paced, and improvised stream of phenomena that unfolds from moment to moment. Arigorous research strategy must take into account the huge complexitiy, the partial visibility, and the dynamics pace of natural life, as well as the fact that informants are both social players and observers, experiencing complex demands. For these reasons, an *SSO* topic should be a

3.1.2 *Acessando conhecimento tácito*

Os diários favorecem o registro de conhecimento tácito, ou seja, conhecimento do senso comum, implícito em nossas práticas cotidianas e a partir do qual se tem consciência de certas coisas, de modo subentendido, não necessariamente declarado e/ou que paramos para refletir sobre, tal como a prática de assistência de vídeos, objeto desta pesquisa.

Para Schwandt (2007, p. 286), este tipo de conhecimento, ainda que por vezes negligenciado pelas Ciências Exatas e Naturais, tem função importante em todas as formas de investigação científica, já que advém dos sujeitos investigados e dos próprios pesquisadores como indivíduos que têm suas subjetividades e contextos implicados em sua atuação profissional.

No âmbito do IHC, o estudo de diários tem sido usado como método de preparação e sensibilização dos participantes para pensar sobre o futuro de uma tecnologia e/ou idealizar novos produtos baseado em suas práticas pré-existentes, tal como experimentamos no projeto *NPO*.

Segundo Blandford *et al.* (2016), em uma perspectiva mais funcional, os diários são estruturados para que o participante teste o funcionamento regular de uma tecnologia que está em desenvolvimento, identifique e relate problemas técnicos eventuais, reconheça as necessidades atendidas ou não pelo produto que está usando, assim como registre práticas já existentes de uso e apropriação de tecnologia. O foco é que o participante forneça elementos sobre como determinada tecnologia é ou seria utilizada em seus contextos.

Há ainda o uso de diários feitos para mapeamento de requisitos para o design de uma nova tecnologia. Para isso, pesquisadores de IHC recrutam participantes para que esses relatem de forma regular o uso que fazem de produtos já existentes e, a partir disso, colaborem no processo de co-criação de uma nova solução tecnológica, processo também experienciado no projeto *NPO*.

Nesse tipo de apropriação, o autor do diário – apesar de induzido a mantê-lo periodicamente com um propósito específico –, é sujeito da pesquisa e ele é quem observa e registra acontecimentos em nome do pesquisador. E nesse processo acaba sensibilizado a refletir sobre suas próprias práticas diárias, já que é a tarefa de preencher o diário que lhe permite registrar fatos dispersos e não necessariamente racionalizados.

single, focused phenomenon that is *natural* to the culture, is readily *noticeable*, is *intermittent* (as opposed to chronologically occurring), is *bounded* (has beginning and an ending), and is of *short duration*. The field notes describe the experiences in the informants' own words and from their own personal points of view" (RODRIGUEZ & RYAVE, 2002, p. 4-5).

Para Lazar *et al.* (2010, p. 8), “um diário permite o estreitamento da margem entre a ocorrência do evento e o registro do mesmo”⁸⁶, evitando que o participante destaque apenas aquilo que ele acha sobre uma prática que já ocorreu, mas sim relate o que aconteceu o mais próximo possível da sua ocorrência.

Sleeswijk Visser *et al.* (2005, p. 27) defendem que “técnicas de pesquisa convencionais como entrevistas, observações e grupos focais desvelam conhecimentos explícitos e observáveis em determinados contextos”⁸⁷, mas não possibilitam a identificação de conhecimento tácito, um dos tipos de conhecimento que constitui a experiência dos sujeitos na visão de Sanders (2001, 2002).

Como complementa Alaszewski (2006):

Dado que o objetivo declarado de pesquisadores que usam uma abordagem naturalista é estudar indivíduos e comunidades em seu ambiente natural para minimizar a intrusão, os diários oferecem uma fonte atraente de informação. Como os diaristas [autores de diário] controlam a gravação de informações, os diários parecem oferecer acesso privilegiado às percepções e ao mundo do diarista. Esta característica os tornou atraentes como uma forma de explorar o conhecimento tácito que é difícil de articular, por exemplo, às entrevistas, porque esse conhecimento é fundamentado em uma suposição aceita sobre a natureza do mundo (ALASZEWSKI, 2006, p. 42)⁸⁸.

Sanders (2001) explica que nem sempre a experiência de uso de um produto pode ser acessada por meio do que os indivíduos nos dizem em entrevistas e/ou aquilo que percebemos nas sessões de observação. Isso porque uma experiência de uso e apropriação é resultado direto de interações tanto efêmeras quanto longitudinais e que envolvem processos objetivos e subjetivos. Entre os elementos constitutivos da experiência, segundo a autora, está o conhecimento tácito, sendo este impossível de ser apreendido somente por abordagens metodológicas empiristas que são orientadas pelo que o participante pensa, fala ou faz.

A autora reconhece inúmeras formas de acessar e compreender as memórias e experiências das pessoas. Cada uma delas, porém, revela tipos de conhecimento e níveis de percepção que os sujeitos têm sobre suas próprias práticas. Sanders (2001) destaca quatro tipos principais de conhecimento que constituem as experiências dos

⁸⁶ Tradução nossa de trecho original: “A diary allows for the narrowing of the margin that between the occurrence of an event and its register” (LAZAR *et al.*, 2010, p. 8).

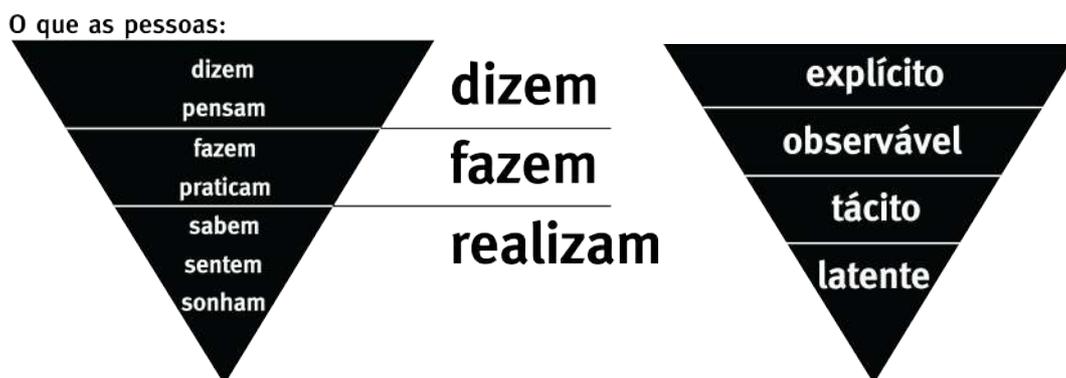
⁸⁷ Tradução nossa de trecho original: “Conventional research techniques, such as interviews, observations and focal groups, disclose explicit and observable knowledge in determined contexts” (SLEESWIJK VISSER *et al.*, 2005, p. 27).

⁸⁸ Tradução nossa do trecho original: “Given the stated aim of researchers using a naturalistic approach is to study individuals and communities in their natural setting and to minimise intrusion, diaries offer an attractive source of information. Since diarists control the recording of information, diaries appear to offer privileged access to the diarist’s perceptions and world. This characteristic has made them attractive as a way of exploring tacit knowledge that is difficult to articulate in, for example, interviews because such knowledge is grounded in taken-for-granted assumption about the nature of the world” (ALASZEWSKI, 2006, p. 42).

sujeitos: (i) explícito; (ii) observável; (iii) tácito; e (iv) latente. Estes, por sua vez, estão ligados aos modos como as pessoas conseguem vivenciar e relatar suas práticas sociais, sendo estes: falar, pensar, fazer, usar, saber, sentir e sonhar.

Por isso, para Sanders (2002), cada tipo de experiência exige procedimentos distintos de estudo, já que são conhecimentos de diferentes naturezas, alguns não necessariamente racionalizados pelos próprios sujeitos investigados. Na Figura 4 é possível visualizar como a autora organiza as formas de acessar as experiências das pessoas e os tipos de conhecimentos.

Figura 4 – Formas de acesso a experiências e tipos de conhecimentos



Fonte: Sanders (2002).

Sanders (2002) explica que é fundamental escutar as pessoas e apreender o que são capazes de expressar com suas palavras e, ainda que alerte para o risco do pesquisador receber apenas o que quer ouvir, destaca a necessidade de superar esta questão:

Observar o que as pessoas fazem e vendo o que elas usam nos fornece informação *observável* (ou experiências observadas). [...] Descobrir o que as pessoas pensam e sabem nos fornece as percepções de suas experiências. Entender como as pessoas sentem nos dá habilidade de ter empatia com eles. Esse caminho de saber nos fornece *conhecimento tácito*, i.e., conhecimento que não pode ser expresso em palavras (Polanyi, 1983). Ver e apreciar o que as pessoas sonham nos mostra como o futuro delas pode mudar para melhor. Essa é uma outra forma de conhecimento tácito que revela *necessidades latentes*, i.e., necessidades não reconhecidas até o futuro (SANDERS, 2002, p. 3)⁸⁹.

Como podemos observar na Figura 4, para compreender o que as pessoas fazem, usam, sentem e sonham, é preciso pedir que elas construam dados juntamente

⁸⁹ Tradução nossa do trecho original: "Listening to what people say tells us what they are able to express in words (i.e., *explicit knowledge*). But it only gives us what they want us to hear. Watching what people do and seeing what they use provides us with *observable* information (or observed experience). (...) Discovering what people think and know provides us with their perceptions of experience. Understanding how people feel gives us the ability to empathize with them. This way of knowing provides *tacit knowledge*, i.e., knowledge that can't readily be expressed in words (Polanyi, 1983). Seeing and appreciating what people dream shows us how their future could change for the better. It is another form of tacit knowledge that can reveal *latent needs*, i.e., needs not recognizable until the future" (SANDERS, 2002, p. 3).

com os pesquisadores, já que estas dimensões estão necessariamente relacionadas a conhecimentos não explícitos e não passíveis de observação. Estes precisam ser explicitados pelos próprios sujeitos para só então se tornarem conhecidos pelos pesquisadores. Entre os procedimentos que possibilitam esse processo construtivo estão os diários.

Por esses motivos, ainda que tradicionalmente voltados para investigação de processos psicológicos e médicos, os procedimentos naturalistas nos parecem pertinentes para investigação de fenômenos complexos como o consumo de vídeos, também delineados por fazer e sentir, e constituído de conhecimento tácito dado os *repertórios de mídia* acumulados pelos sujeitos ao longo dos anos, segundo Hasebring & Hölig (2013).

Ao assistir um vídeo, além de uma ação racional de uso de uma tecnologia, apropriação e produção de sentido pelos sujeitos a partir de suas mediações – largamente investigadas pelos estudos de recepção e consumo latino-americanos –, há aspectos efêmeros e longitudinais ligados à prática de assistência, que acionam, antes, durante e depois, emoções e sentimentos diversos.

Dada a importância das práticas de assistência de vídeos na rotina dos jovens investigados, acreditamos que esta pode ser considerada uma experiência em grande parte baseada em conhecimento tácito, difícil de ser capturado e compreendido, tal como explicitado pelos autores, somente por meio de entrevistas ou formas de observação direta. Como recomenda Alaszewski (2006), os diários podem ser usados

Não só para identificar padrões de comportamento, mas também para fornecer uma visão mais ampla sobre como os indivíduos interpretam situações e atribuem significados a ações e eventos e, portanto, como as ações que podem parecer irracionais para quem observa de fora, mas são racionais para o diarista [autor do diário] (ALASZEWSKI, 2006, p. 37)⁹⁰.

3.1.3 Mapeando o uso de mídia

Na literatura sobre diário, encontramos ainda exemplos de estudos para mapear o uso de mídia. Entre os estudos identificados estão: (i) *time-diary*, ou diário de tempo, utilizado por Jacobsen & Forste (2011) para registro do tempo dedicado pelos participantes ao uso de determinados dispositivos; (ii) *media use diary*, ou diário de uso de mídia (GREENBERG *et al.*, 2005), com foco parecido com o anterior, mas nesse caso se configura como a triangulação de métodos como questionário, diário e *eye-*

⁹⁰ Tradução nossa de trecho original: “Diaries can be used not only to identify patterns of behaviour but also to provide greater insight into how individuals interpret situations and ascribe meanings to actions and events and therefore how actions that may appear irrational to outsiders are rational to the diarist” (ALASZEWSKI, 2006, p. 37).

*tracking*⁹¹, para entender o que os participantes usam, quando usam, por quanto tempo e para que.

Especificamente em pesquisa com jovens, Roberts & Foehr (2008, p. 33) afirmam que o uso de *time-use diaries* se configura como importante elemento nos estudos de mídia, pois estes “permitem estimar a proporção de tempo que jovens utilizam inúmeras mídias simultaneamente”, hábito cada vez mais frequente entre os grupos de jovens e o que implica novas questões de pesquisa.

Há ainda instrumentos estruturados e que requerem um preenchimento sistemático e diário, geralmente adotados por órgãos especializados em medições de audiência, como as que o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) realiza no Brasil desde 1950. Ainda que atualmente a maior parte das medições sejam feitas por meio de aparelhos eletrônicos instalados nos televisores, nas cidades onde a pesquisa não ocorre de modo regular⁹², como municípios do interior do Brasil, utilizam-se cadernos impressos entregues em uma amostra estatística de domicílios. O caderno é composto por uma página inicial de identificação do domicílio e de seus moradores, que devem fornecer informações pessoais como nome, sexo, idade, posição na família (chefe de família, dona de casa, filhos, outros), grau de instrução, outros. A cada morador é atribuído um número que deverá ser usado no preenchimento do instrumento. O caderno é basicamente composto de tabelas que cruzam as faixas de horário do dia com os canais de televisão que oferecem programação. Assim, cada morador do domicílio deve marcar as redes que assistiu e em quais faixas de horário na tabela do dia correspondente. O preenchimento deve ser feito uma vez por dia, no período de uma semana (sete dias consecutivos). Posteriormente, o material é recolhido e analisado pelo IBOPE.

Na revisão de literatura realizada, encontramos ainda a experiência de Tufte (1996, 1997; TUFTE & JACKS, 1998), que empreendeu discussão sobre metodologias para a pesquisa de audiências de televisão no Brasil. Nas indicações deixadas, Tufte deixa clara a necessidade de integrar diferentes técnicas a fim de alcançar elementos que atravessam o consumo de televisão por entre os aspectos mais visíveis, como dados macro de acesso e assistência de conteúdos. Tufte integrou a pesquisa coordenada por Jacks & Caparelli (2006) sobre o uso de TV cabo na cidade de Porto Alegre no Brasil, que teve entre os s na qual foram usados formulários enviados por

⁹¹ Software que captura a partir de um dispositivo de camera o movimento dos olhos de uma pessoa enquanto ela utiliza uma tecnologia, especialmente, telas, interfaces digitais, etc.

⁹² As praças regulares do IBOPE até o primeiro semestre de 2012 eram: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Curitiba, Salvador, Recife, Distrito Federal, Fortaleza, Florianópolis, Campinas, Vitória, Goiânia, Belém e Manaus (IBOPE Media, 2012).

correios a 400 famílias assinantes de um serviço de televisão por assinatura, a NET. Os formulários versavam sobre: o perfil dos moradores do domicílio (idade, escolaridade, ocupação, práticas de lazer, origem étnica, outros); os hábitos cotidianos (refeições, lazer e dados sobre tempo, horários, preferências e motivações para assistência televisiva, leitura de jornais e contato com outras mídias); as práticas de consumo cultural (gêneros *televisivos* e canais mais assistidos, gêneros musicais preferido, bem como outras mídias da preferência da família). Nesse caso, os formulários não exigiram um preenchimento sistemático e diário por parte dos participantes, mas foram respondidos de modo espontâneo pelos assinantes contatados, em resposta à solicitação dos pesquisadores, com o objetivo de captar ações diárias dos espectadores, que foram analisadas juntamente com registros de campo pelos pesquisadores em contatos com as famílias participantes da pesquisa.

Jensen (1995) também lançou mão de diários para monitoramento de situações de recepção televisiva durante estudo conduzido em 1989 nos Estados Unidos. Nesse caso, porém, o diário foi usado como procedimento auxiliar no processo de análise de gravações feitas pelos participantes de uma noite de programação televisiva assistida. Segundo o autor, o diário foi usado para que os participantes registrassem as seleções de canais e mudanças que costumam fazer entre o que é ofertado na TV. Apesar de apontarem poucos indícios do porquê as trocas de canais ocorreram e se havia algum desacordo entre as pessoas que assistiam os programas, os registros feitos nos diários foram fundamentais para identificar os programas que haviam sido gravados na noite do estudo e auxiliaram o pesquisador a compreender as combinações que os participantes fazem dos programas *televisivos*, montando seus próprios fluxos de assistência. É interessante destacar que foi a partir deste estudo, que o autor propôs a noção de *super-fluxo*, conceito caro a este trabalho.

3.1.4 Recomendações para realização de um estudo de diário

Seja qual o direcionamento da investigação, é interessante atentar, conforme orientam os autores consultados, que o preenchimento dos diários fornecidos pelos pesquisadores não necessariamente é realizado de modo espontâneo pelos participantes, mas sim mediante solicitação. Isso deve ser levado em consideração, especialmente pelo fato de os sujeitos em geral não terem o hábito de manter diários (ZIMMERMAN & WIEDER, 1977)⁹³ e/ou fazerem registros periódicos sobre qualquer que seja o tema e a motivação. Por isso, destaca-se a necessidade de disponibilizar

⁹³ Vale destacar que as autoras trabalharam com jovens tal como fazemos na tese.

algum tipo de incentivo aos participantes, incluindo, geralmente, remuneração financeira pela participação.

Segundo Alaszewski (2006), os materiais usados costumam ser produzidos especificamente para a pesquisa em desenvolvimento e devem ser usados a partir de instruções mais ou menos restritivas. Desse modo, ainda que orientem os participantes, os pesquisadores passam a não ter controle sobre o processo de registro e criação dos diários, bem como no que se refere à veracidade das informações produzidas pelos participantes. Esse aspecto, ainda que delicado e que precisa ser considerado, não é exclusivo do estudo de diários. Tanto em pesquisas mais estruturadas quanto menos, os participantes podem omitir e/ou falsear informações, bem como não se engajarem e não adotarem postura ética durante o estudo.

Trata-se, portanto, de um método que demanda necessário engajamento dos participantes, segundo Blandford *et al.* (2016). Por outro lado, ainda que arriscada, a adoção de estudo de diários se configura como método menos invasivo ao contexto de vida dos participantes, se comparado a outros procedimentos baseados na presença, por vezes incômoda, do pesquisador.

No que concerne ao formato dos diários, Alaszewski (2006) dá alguns exemplos:

- (i) Diários de projetos experimentais, nos quais o participante deve registrar apenas dados que sejam relevantes para a pesquisa e gravá-los de forma altamente estruturada. Para isso, o pesquisador produz material com estrutura rígida de preenchimento e instruções detalhadas para garantir que os participantes usem os documentos fornecidos corretamente. Neste caso, muito comum em pesquisas de saúde, o diário se configura como elemento substituto à observação direta.
- (ii) Em pesquisas de viés naturalista, os diários têm formato menos estruturado e o foco dos pesquisadores é com a autenticidade dos registros dos participantes. Geralmente, os materiais são cadernos ou folhetos para anotações livres, desde que regulares e sobre o tema da pesquisa.

Por esses e outros motivos, Blandford *et al.* (2016) recomendam que os diários sejam sempre testados e que sejam acompanhados de instruções claras, se possível por meio de entrevista prévia e sessão de esclarecimento de dúvidas.

Do mesmo modo, para os autores, os diários podem conter registros não apenas escritos mas permitir o envio de fotos pelos participantes, o uso de ambientes eletrônicos e online, entre outras possibilidades. Seja qual for o caso, o formato do

diário e as instruções que guiarão seu preenchimento devem refletir os objetivos da investigação em questão.

McNally & Harrington (2017) e Fox *et al.* (2018) por exemplo adotaram ferramentas online para serem usadas por seus participantes de forma sistemática como um diário. As primeiras autoras usaram a ferramenta de diário digital (*digital diary tool*) *dscout*⁹⁴, disponível como aplicativo de celular. Já Fox *et al.* (2018) adotaram formulários online que eram enviados aos participantes imediatamente após a experiência de jogo online. Em ambos os estudos os autores articularam o modo de preenchimento do diário com a atividade de seus participantes, nesses casos todas online e realizadas na mesma tela em que o diário precisaria ser preenchido. A vantagem de ferramentas como esta é que as entradas feitas pelos participantes nos diários/formulários são automaticamente registradas em uma base de dados eletrônica, recurso que facilita a análise dos dados e que permite aos pesquisadores acompanharem, em tempo real, os registros feitos por cada sujeito.

Já os diários baseados em material impresso, apesar de versáteis e adaptáveis a diversos objetivos de pesquisa, demandam um esforço de leitura, digitação e tabulação dos dados que antecede à análise. Por outro lado, eles proporcionam a criação de uma materialidade que pode servir de facilitador para dinâmicas posteriores de investigação, como entrevistas.

Alaszewski (2006) destaca ainda que, no estudo de diários, é mais difícil estabelecer um relacionamento próximo aos participantes, já que os momentos de contato são limitados e o preenchimento em si do documento se dá de acordo com as preferências do pesquisado. Por isso, Alaszewski (2006) recomenda verificar formas para conhecer e conversar com possíveis participantes de modo a, antecipadamente, explicar o objetivo geral do estudo e a maneira específica pela qual se quer que os diários sejam utilizados. A entrega deve ser sempre presencial e se possível, durante o período de preenchimento, aconselha-se o encontro ou contato com os participantes para saber como têm realizado as atividades previstas.

Outro aspecto importante é que geralmente o estudo de diários é adotado de forma complementar ou associada a outros procedimentos metodológicos. Em 2004, La Pastina (2004) já destacava a importância de associar métodos diversos para o estudo de práticas de consumo de mídia. O autor reconhece que os estudos de recepção de viés etnográfico, por se tratarem de uma investigação com final em aberto, permitem que o pesquisador associe diferentes procedimentos, e entre eles cita o estudo de diários mantidos por pessoas investigadas e os diários de campo dos

⁹⁴ Disponível em: <https://dscout.com>.

próprios pesquisadores. No domínio do IHC, Blandford *et al.* (2016) destacam o uso de diários em pesquisas que têm métodos mistos e associam diferentes procedimentos metodológicos de acordo com as etapas da investigação. Obrist *et al.* (2008), por exemplo, combinaram aspectos do método de etnografia com técnicas de auto-observação seguidas pelos próprios participantes em estudo conduzido em residências na Áustria, que envolveu cerca de 30 pessoas de idades variadas. Baseados na noção de *sondas culturais (cultural probes)*⁹⁵, os autores solicitaram que os participantes registrassem atividades de rotina em um diário impresso e semiestruturado durante uma semana, bem como que fizessem fotos – usando câmeras disponibilizadas pelos pesquisadores – em suas casas, evidenciando espaços, pessoas, uso de tecnologias, entre outras situações.

De modo complementar, Obrist *et al.* (2008) também realizaram conversas informais nas residências e coletaram informações sobre a estrutura das casas, disponibilidade de tecnologia, atividades de lazer, a partir de um questionário semiestruturado. Após essa rodada de coleta de informações sobre as práticas dos sujeitos, foram ainda realizadas entrevistas individuais em busca de pistas mais gerais sobre como participantes assistiam televisão, indo além do período coberto pelo diário. Nessas conversas, os pesquisadores também exploraram possibilidades de usos futuros de serviços de interatividade na televisão, eixo central do estudo desenvolvido.

Zimmerman & Wieder (1977) propõem a abordagem do *método de diário-entrevista*, que prevê a integração entre essas duas metodologias em uma única pesquisa. Ele é composto de três componentes principais: uma entrevista inicial, o preenchimento em si do diário – entendido pelas autoras como uma ferramenta de coleta de dados –, e a entrevista final de balanço sobre o preenchimento.

Na perspectiva das autoras, esses contatos presenciais com os participantes asseguram a aproximação pesquisador-pesquisado, própria de estudos etnográficos e nem sempre alcançadas em outros domínios, como mencionado por Blandford *et al.* (2016). Além disso, essa conjunção permite ampliar o nível de acesso, naturalmente, à ocorrência de sequências de atividades, assim como emergir perguntas mais pertinentes em relação a sentido e significado dos registros feitos. Por isso, elas

⁹⁵ Segundo Obrist *et al.* (2008, p. 179), as sondas culturais “normalmente consistem em diários, câmeras, cartões postais, e as vezes mapas de ambientes explorados, e vários outros meios para obter o máximo possível de dados sobre os participantes. A proposta dos pacotes de sondas é dar ao participante a possibilidade de documentar rotinas e ações, bem como dar suporte à observação e expressão de emoções, pensamentos e necessidades relacionadas a diferentes situações. Tradução nossa do trecho original: *cultural probes* “consists normally of diaries, cameras, postcards, sometimes maps of the explored environments, and several other means to obtain as much data as possible from the participants. The purpose of such probe packages is to give the participants the possibility to document routines and actions as well as to support observing and expressing emotions, thoughts, and needs related to different situations” (OBRIST *et al.* 2008, p. 179).

afirmam: “nossa experiência com o método diário-entrevista remete à estrutura básica de grande parte da etnografia” (ZIMMERMAN & WIEDER, 1977, p. 491)⁹⁶.

Esses e outros aspectos foram decisivos para melhor compreendermos o processo que experienciamos de concepção e aplicação do diário no projeto *NPO*, bem como identificarmos as contribuições que o método estudo de diário traria para o desenvolvimento desta pesquisa. Na próxima seção, detalhamos como o diário do projeto *NPO* foi desenvolvido e como esta experiência nos inspirou.

3.2 Material do estudo de diário e sua aplicação

Para o primeiro workshop do projeto *NPO* desenvolvemos um diário baseado em cartões a ser preenchido por famílias. A ideia era que cada membro registrasse em seu diário informações sobre momentos em que assistissem a vídeos pelo período de sete dias corridos. A proposta foi estimulá-los a refletir sobre suas próprias práticas e prepará-los para o primeiro workshop de co-criação do projeto.

O diário consistia em uma caixa pré-moldada de papel onde continham 88 cartões coloridos, sendo:

- 80 cartões com um breve formulário para registro de uma situação de assistência de vídeo, na qual o participante precisava anotar sempre que assistisse algo (Figura 5). Desse total, 30 continham um ícone laranja no canto inferior direito indicando a existência de uma pergunta no verso (Figura 6).

Figura 5 – Exemplo de cartão (frente e verso padrão) criado para uso no projeto *NPO*⁹⁷



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto *NPO*.

⁹⁶ Tradução de trecho original: “our experience with the diary-interview method recapitulates the basic structure of most ethnography” (ZIMMERMAN & WIEDER, 1977, p. 491).

⁹⁷ No formulário há campos para preenchimento de informações sobre dia e horário de assistência, tela usada, nome, gênero e tipo do conteúdo assistido (ao vivo, sob demanda, gravado), onde a situação ocorreu.

Figura 6 – Exemplos de cartões (frente padrão e 2 versos) com perguntas extras do projeto *NPO*⁹⁸

The image shows three examples of survey cards. The first card is the standard front view, asking about viewing habits. The second and third cards are 'Extra vraag' (Extra question) versions, asking about alternative devices and how the user accessed the video.

Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

- 8 cartões especiais na cor preta, com perguntas mais gerais sobre práticas de assistência de vídeo dos participantes, sendo: local onde mais assiste vídeos; se há pagamento para assistir determinados conteúdos; o conteúdo que assistiu nos últimos dias e que mais gostou; o gênero de programa que mais gosta; utilização aplicativos de segunda tela; se já teve algum problema técnico; se costuma produzir vídeos e se compartilha; se realizou recentemente alguma dessas atividades (reagi a um vídeo através de rede social; deixei uma mensagem para um programa de TV; interagi via segunda tela; outras formas de interação), (Figura 7);

Figura 7 – Exemplo de cartões especiais (2 frentes e verso padrão) do projeto *NPO*⁹⁹

The image shows three examples of special survey cards. The first two cards are the front and back views of a 'Speciale kaart' (Special card) asking about second-screen app usage. The third card is the standard back view with a repeating play button pattern.

Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

⁹⁸ As perguntas extras são sobre uso de segunda tela e como se selecionou o conteúdo assistido.

⁹⁹ Perguntas relacionadas ao uso de aplicativo de segunda tela e se costuma gravar e disponibilizar vídeos.

- 1 cartão de instrução de como usar o diário, contendo no verso formulário com um exemplo de preenchimento (Figura 8).

Figura 8 – Exemplo de cartões especiais (2 frentes e verso padrão) do projeto NPO¹⁰⁰

Beste deelnemer,

Deze stapel kaarten is bedoeld om in te vullen als je kijkt naar een video. Elke kaart heeft een aantal eenvoudige vragen. Probeer ze zoveel mogelijk in te vullen, maar maak je geen zorgen als je iets niet weet. Op de achterkant van deze kaart is een voorbeeld ingevuld.

Sommige kaarten hebben een gouden bol en op de achterkant een extra vraag. Vul deze ook in tijdens het kijken.

Er zijn ook speciale kaarten, die zijn donkergrijs en mag je vrij op ieder moment invullen (bijv. aan het eind van de dag). Zorg wel dat ze voor de workshop ingevuld zijn.

Neem deze hele stapel kaarten mee naar de workshop op 1 juli.

10 / 07 / '17

Ik begin met kijken om: **20:00**

Ik kijk nu naar:

Zootropolis

Serie	Nieuws	Reality	Docu
Film	Cartoon	Sport	Anders

De video komt van: Netflix VRT

Ik kijk: Alleen met: Samen met: mijn dochter

Ik kijk: Live **Op vraag** Gepauzeerd

Ik kijk hier: in de woonkamer

Via:

Ik stop met kijken om: **22:10**

Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

Cada membro das famílias participantes recebeu um conjunto de cartões para preenchimento individualizado pelo período de uma semana (de 22 a 30 de junho de 2017). As caixas de uma família continham um símbolo comum aplicado no canto superior esquerdo do cartão. Este ficava sobreposto a uma cor, atribuída a cada membro da família participante. Como tínhamos o levantamento prévio do número de membros por família, os diários foram criados para a demanda exata de participantes.

A proposta era que o diário baseado em cartões permitisse um preenchimento não-linear, e que isso dinamizasse o preenchimento e o tornasse fácil e pouco trabalhoso aos participantes. Da mesma forma, ao preencher os cartões, os participantes já estariam criando o material que eles mesmos usariam no primeiro workshop de co-criação, realizado no dia 01 de julho de 2017, tanto na sede na NPO, com quatro famílias holandesas, quanto no *Mintlab*, em Leuven, com duas famílias belgas (Figura 9).

¹⁰⁰ Instruções sobre o que está contido na caixa e como o diário deve ser preenchido, incluindo um exemplo de cartão formulário preenchido.

Figura 9 – Primeiro workshop de co-criação na sede da *NPO* em Hilversum, Bélgica



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto *NPO*.

Durante o primeiro workshop, as famílias trabalharam separadamente na organização dos cartões preenchidos a partir de fichas previamente produzidas e impressas em A3 (Figuras 10 e 11). Nestas havia categorias pré-estabelecidas, tais como local de assistência, telas utilizadas, horários do dia, entre outros aspectos. A partir dessas organizações, os participantes eram convidados a anotar, na base das fichas, quais hábitos de assistência eram mais comuns entre os integrantes da família, como se estivessem analisando seus próprios registros e tirando conclusões sobre suas próprias práticas.

Figura 10 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto NPO (Telas usadas)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

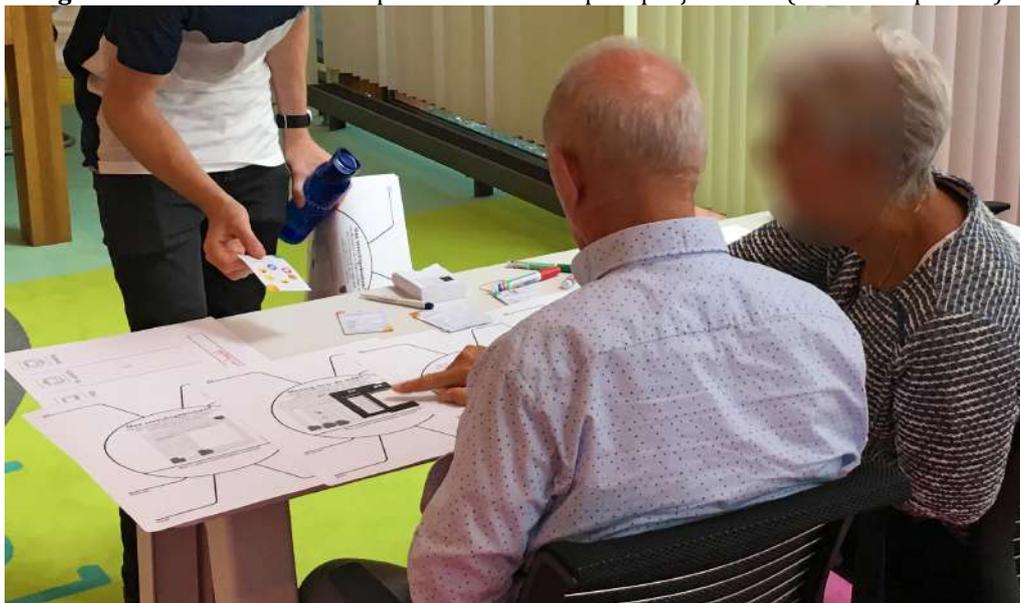
Figura 11 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto NPO (Local de assistência X Tipo de conteúdo)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

Na sequência, as famílias utilizaram os cartões especiais relativos a práticas mais gerais e não situacionais de assistência como as registradas nos cartões do tipo formulário. A partir disso, elas precisaram propor possíveis soluções/serviços que melhorassem a assistência de vídeos, viáveis de serem implementadas em curto prazo (2 anos) e, sobretudo, que tivessem interesse de utilizar (Figura 12).

Figura 12 – Fichas usadas no primeiro workshop do projeto *NPO* (Cartões especiais)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto *NPO*.

Ao final do workshop, cada família fez um breve relato das ideias que tinha tido ao realizar as dinâmicas com os cartões (Figura 13).

Figura 13 – Momento de socialização de ideias pelas famílias no primeiro workshop do projeto *NPO*



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto *NPO*.

Esse foi um momento bastante rico, pois ao longo do processo de concepção do diário e acompanhando sua aplicação em uma atividade de co-criação, percebemos mais claramente que a pesquisa da tese, voltada à compreensão de práticas cotidianas e correntes dos jovens, poderia ser dinamizada a partir do uso de ferramentas

criativas e com potencial de suscitar reflexão e a discussão entre os participantes, como o diário baseado em cartões desenvolvido para o projeto *NPO*.

Além do potencial de sensibilização do método de estudo de diários, verificamos como esse poderia funcionar como instrumento de coleta de informações entre os futuros participantes de nossa tese.

3.2.1 *Inspirações e constatações sobre o método*

Percebemos que o estudo de diários poderia se tornar procedimento interessante para engajamento dos jovens preparando-os para as entrevistas sobre suas práticas de consumo. Por seu formato baseado em cartões – como se fosse um jogo de baralho – e a possibilidade de um preenchimento não linear e em qualquer lugar, o diário se mostrou um procedimento estruturado e que possibilitava uma abordagem lúdica e não invasiva para trabalhar com jovens, de modo a envolvê-los no processo de observação e registro de suas próprias práticas de assistência.

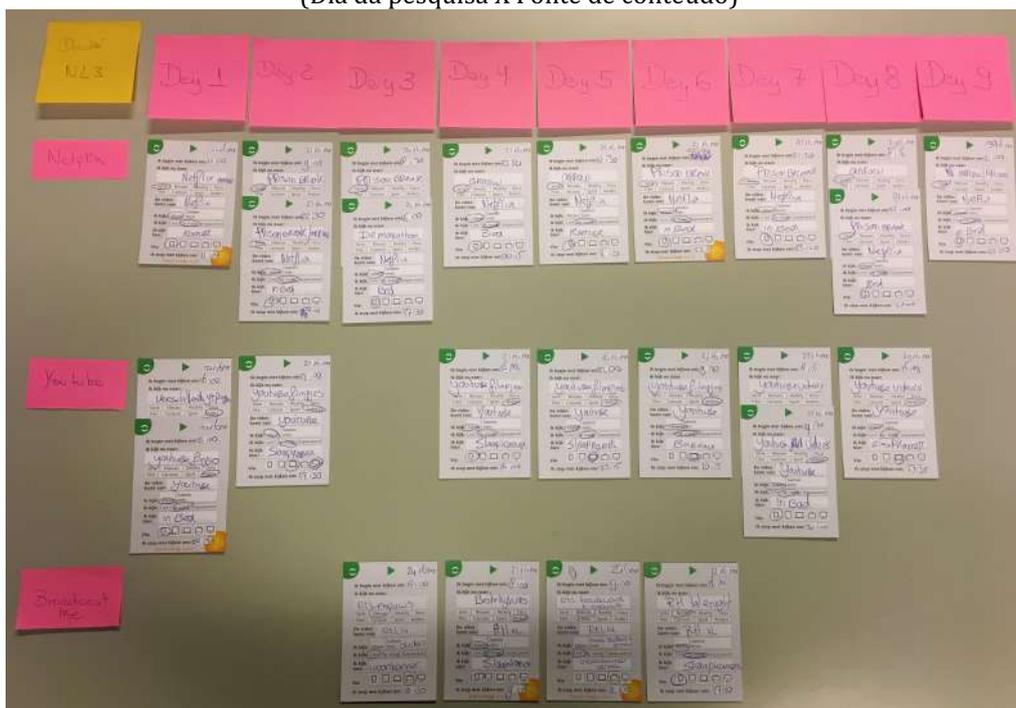
Igualmente observamos que esta poderia ser uma produtiva forma de coletar dados detalhados sobre as práticas diárias de assistência de vídeo entre os participantes, já que – como vimos no Capítulo 1 – atualmente as pessoas tem acesso e acompanham conteúdo audiovisual em diferentes momentos do dia e não apenas em ambientes domésticos e privados.

Além de uma forma criativa e possivelmente atrativa de trabalhar com jovens, o processo de preenchimento de um diário nos permitiria construir uma materialidade sobre as mais diversas situações de assistência de vídeo, experienciadas pelos próprios jovens, pois são difíceis de serem acessadas por métodos *empiristas*, especialmente, com a riqueza de detalhes que cada cartão preenchido apresenta.

Entendemos ainda que seu uso permitiria o mapeamento de dados fluidos (LAZAR *et al.*, 2010), ou mais precisamente, práticas de assistência de vídeo dos jovens que estão hoje dispersas em tempo e espaço e ocorrem em uma diversidade de telas (conectadas ou não).

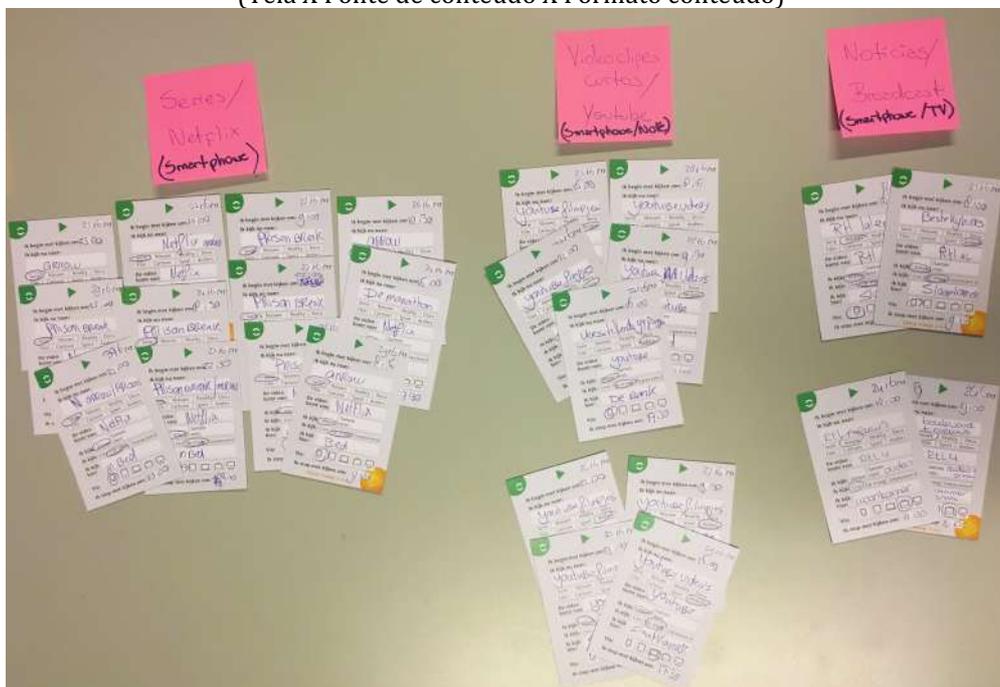
Diante do exposto, decidimos fazer a leitura dos dados registrados pelas famílias participantes do *NPO* e experimentar uma forma de análise dos cartões preenchidos na ocasião da primeira fase do projeto. Nas Figuras 14 e 15 é possível verificar alguns dos *clusters* feitos com os cartões preenchidos.

Figura 14 – Exemplo de cluster feito com cartões do projeto NPO
(Dia da pesquisa X Fonte de conteúdo)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

Figura 15 – Exemplo de cluster feito com cartões do projeto NPO
(Tela X Fonte de conteúdo X Formato conteúdo)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto NPO.

No primeiro *cluster*, verificamos a possibilidade de leitura não linear dos cartões, de modo a recompor o fluxo de assistência do participante durante a pesquisa. Nesse caso, cruzamos dia da pesquisa com fonte de conteúdo. Já na Figura

15, fizemos agrupamentos mais simples de formato de conteúdo e fonte por tela. É importante destacar que em ambos os agrupamentos utilizamos cartões preenchidos por apenas um participante. Pelo formato impresso e codificado por cores, porém, o diário criado permite a leitura e análise conjunta de dados de mais participantes e que podem ser rearranjados de diversas maneiras, a partir da definição de categorias de análise.

Nesse momento, verificamos que o próprio processo de leitura e análise das informações registradas nos cartões por si só, poderia facilitar a identificação e compreensão das diferentes combinações feitas pelos participantes, considerando que cada cartão representa uma configuração específica de assistência de vídeo.

Constatamos ainda que os cartões funcionariam como ferramenta de construção de dados em campo, por meio dos quais poderíamos gerar mapeamentos únicos e detalhados das práticas de assistência dos jovens, e das combinações que estes fazem das dimensões constitutivas dos fluxos interacionais. Isso porque, no preenchimento dos cartões, são registrados tanto dados de uma situação presente e efêmera/pontual, quanto informações sobre hábitos de consumo, posse e tipos de uso de tecnologia, acesso à internet, entre outros fatores decisivos para a compreensão do consumo de vídeos.

Além de apresentar uma revisão de literatura sobre estudo de diários, a principal contribuição deste capítulo foi relatar como fomos inspiradas a adotar esta técnica de pesquisa e como articulamos as recomendações da literatura para criar o material do diário e definir a estratégia metodológica da tese. No capítulo seguinte detalharemos a estratégia metodológica proposta, como ela foi pré-testada e quais as contribuições de sua primeira aplicação com jovens participantes belgas.

4

**ESTRATÉGIA METODOLÓGICA
E PRÉ-TESTE**

Neste capítulo apresentamos a estratégia metodológica da tese e detalhamos o processo de criação do material do estudo de diário, este inspirado no modelo usado no projeto *NPO*. Ao final, apresentamos ainda os procedimentos e resultados do pré-teste da metodologia desta pesquisa, realizado em Leuven na Bélgica com dez jovens universitárias (Etapa 6).

4.1 Definindo a estratégia metodológica

Tal como mencionado no início da tese, entendemos que um fenômeno complexo como o consumo de vídeos não pode ser investigado a partir de arranjos metodológicos tradicionais e/ou centrados em procedimento metodológico único. Dado o nível de penetração e apropriação alcançado pelas tecnologias digitais, o consumo de vídeos se complexificou e precisa ser analisado de forma abrangente, de modo que a compreensão vá além dos aspectos ligados ao uso das tecnologias, e que leve em conta as motivações, sentimentos e emoções que marcam o antes, durante e depois das *interações comunicativas* a partir das quais os jovens combinam as dimensões que configuram os fluxos interacionais.

Entendemos que investigar o consumo de vídeos demanda a articulação de perspectivas distintas de estudo, sendo elas orientadas à compreensão do que as pessoas fazem e do que elas falam, conforme orienta Sanders (2001, 2002). Por esses motivos, ao longo de nosso percurso nos pareceu pertinente articular procedimentos

metodológicos de matrizes teóricas distintas, sendo o estudo de diários, de origem *naturalista*, e a entrevista semiestruturada, de origem *empirista*.

Uma contribuição do paradigma metodológico *naturalista* está em estudar processos microssociais e compreender a gramática relacional que é própria da *interação comunicativa*. E ao estudarmos esses processos e os possíveis novos rituais que orientam o consumo de vídeos, reconhecemos a existência de *interações comunicativas* que se processam tanto no âmbito privado quanto público.

Pelo fato das telas de exibição de vídeos serem portáteis e estarem em todo lugar, os sujeitos agora são impelidos a fazer uso das mesmas em ambientes de convivência com outros, e nesse processo lançam mão das regras já conhecidas de comportamento social, bem como são estabelecidas novas formas de se portar na frente do outro. De acordo com Goffman (1999, p. 200), toda situação de co-presença oferece riscos e também implica rituais. Estes, cada vez mais, são delineados a partir da relação que as pessoas tecem com as telas. Os modos de convivência agora dependem diretamente do nível de imersão e atenção dedicado às telas que carregam consigo, conectadas ou não, e aos conteúdos assistidos. E não se tratam somente de situações de isolamento social, pois nos usos feitos, as pessoas estabelecem formas tão ou até mais intensas e significativas de contato e interlocução em ambientes virtuais do que as interações tecidas em assistências em companhia presencial de alguém.

De acordo com Braga & Gastaldo (2010, p. 96-97), “é muito pouco provável que se consiga ‘isolar’ o consumo de uma mídia da rede de inter-relações na qual ela ocorre, nem o uso de um meio de seu contexto interacional”. Logo, os processos de consumo de vídeos que investigamos são baseados em experiências tanto objetivas quanto subjetivas com a realidade vivida.

Como explicam França & Simões, os significados dessas ações não se encontram dados *a priori*, “mas sim são construídos na interação social e tratados em um processo interpretativo. [...] A comunicação assume, assim, um papel constituidor da experiência dos sujeitos e da sociedade que edificam” (FRANÇA & SIMÕES, 2016, p. 101).

Por esses motivos, a associação de estudo de diário com entrevista semiestruturada se mostrou caminho coerente e produtivo a ser seguido. Entendemos que o estudo de diário proposto, este baseado em cartões, nos permitiu acessar dados do cotidiano dos jovens com o mínimo de interferência e as entrevistas complementaram o preenchimento do material, com dados aprofundados sobre as

experiências vividas, apropriações e interpretações feitas pelos participantes a partir dos registros que fizeram.

A opção por trabalhar com entrevistas do tipo semiestruturada¹⁰¹ se deu por quatro motivos principais: (i) orientar o foco da entrevista às práticas relatadas no diário e não a aspectos mais gerais de seu consumo de mídia; (ii) assegurar que realizássemos as mesmas dinâmicas de organização dos cartões com todos os participantes, já que esse momento se configuraria como um momento complementar à coleta de informações a partir dos diários, bem como para aproveitar a materialidade dos cartões preenchidos para envolver o jovem a falar durante a entrevista e refletir sobre suas práticas com base em exemplos concretos e não apenas em percepções aleatórias sobre suas ações; (iii) controlar, ainda que de forma parcial, o tempo de duração das entrevistas, já que estas são agendadas com antecedência logo no momento da entrega do diário ao participante, e sem essa informação não teríamos condições de estabelecer a agenda e logística das pesquisas de campo; (iv) produzir dados estruturados sobre o fenômeno estudado no sentido de facilitar a aproximação dos resultados obtidos em ambas as realidades investigadas, localizadas em extremos do Brasil.

Vale ressaltar ainda que tanto a entrevista quanto o estudo de diários são entendidos aqui como técnicas e não como métodos. Especificamente no caso do estudo do diário, entendemos este como instrumento que tem duas funções específicas: (i) ser uma técnica de registro e coleta sistemática de dados – já que fornece informações detalhadas e de modo estruturado sobre situações de difícil observação; (ii) atuar como procedimento preparatório do participante para o momento da entrevista ao suscitar a auto-reflexão sobre suas próprias práticas.

Acreditamos que ao preencher os cartões de forma rotineira, o participante passa a ficar atento ao quantitativo de vídeos que assiste, o que busca mais e como, qual a frequência de determinadas situações, se isso é recorrente ou não, entre outros aspectos. A proposta foi que a partir dessas primeiras reflexões, o jovem se tornasse mais sensível e melhor preparado para falar de suas experiências de consumo de vídeos.

De modo complementar ao preenchimento dos diários, as entrevistas semiestruturadas permitiram a checagem de informações sobre as práticas de assistência registradas no diário, e possibilitaram a coleta de relatos mais aprofundados sobre dados históricos e contextuais sobre o *repertório midiático* dos

¹⁰¹ Entendemos entrevista a partir de Flick (2009). A semiestruturada seria um formato no qual dispomos de um roteiro estruturado de perguntas que orienta mas não limita a condução da conversa com o entrevistado.

jovens, bem como suas motivações de consumo de vídeo nas mais variadas situações cotidianas.

A entrevista foi o momento em que o participante devolveu o diário preenchido e, só nesse momento, tivemos acesso ao que ele registrou. Para isso, organizamos a entrevista a partir de três eixos principais (ver roteiro no Apêndice 1). O primeiro foi orientado por uma dinâmica de organização e classificação das cartas feita pelo próprio participante em um calendário/cronograma da pesquisa previamente montado no local da entrevista. Naquele momento, convidamos o jovem a relatar as situações de assistência no período do preenchimento no sentido de apreender as impressões que ele teve ou não a respeito de suas próprias práticas.

Para isso, os jovens distribuíram seus cartões no calendário contendo os dias da pesquisa, estes divididos por horários do dia: manhã, tarde e noite. Em seguida, o participante categorizou seus cartões por provedor (usando *post-its*) e por tela (usando etiquetas previamente produzidas). Com base nessa primeira organização, os jovens usaram *adesivos* coloridos para identificar os cartões em que assistiram algo de forma *online* e *sozinhos*.

Ainda durante o primeiro eixo, com duração prevista de 20 a 30 minutos (o tempo variou de acordo com o montante de cartões preenchidos), exploramos perguntas sobre a metodologia da pesquisa, especialmente sobre o estudo de diários: se havia sido cansativo; como fez o preenchimento dos cartões; se houve algum problema no preenchimento.

No segundo eixo, as questões eram sobre dados contextuais, incluindo informações sobre posse de tecnologia, e para isso utilizamos os cartões de perfil contidos no material que fornecemos

No terceiro eixo, a proposta foi que o participante comparasse o perfil de comportamento que tem atualmente e que possivelmente tinha quando era mais novo. O foco foi verificar se o jovem reconhecia alguma diferença ou determinado processo de transição de suas práticas de assistência de vídeos, e como e quando isso começou a ocorrer.

Por se tratar de um estudo que associa procedimentos metodológicos semiestruturados e que geram uma quantidade significativa de dados, optamos por trabalhar com 10 participantes de 18 a 24 anos de cada município onde a pesquisa foi realizada, se possível equilibrando o número de pessoas por sexo, cinco do feminino e cinco do masculino. Para o recrutamento, porém, optamos por convidar e distribuir material para 12 jovens evitando que, por desistências ao longo da pesquisa, o número de participantes não fosse o esperado. A ideia foi que a entrevista ocorresse

sempre em seção individual e no mínimo após 10 dias de preenchimento do diário pelo participante.

Definida a estratégia, orientamos, então, nossos esforços para pré-testar a metodologia em um estudo com jovens universitárias belgas. Mais do que coletar dados de um cenário empírico bastante distinto do universo de nossa pesquisa, a proposta foi verificar o funcionamento de nossa estratégia metodológica e reconhecer vantagens e limitações da associação de estudo de diários e entrevistas, ainda que esta já tenha sido adotada em outras investigações (ZIMMERMAN & WIEDER, 1977; OBRIST *et al.*, 2008).

É importante esclarecer que ainda que estejamos trabalhando com essa associação, não reconhecemos nossa investigação como diretamente ligada à proposição de Zimmerman & Wieder (1977). Isto porque os autores costumam pedir que os participantes entreguem o material construído antes da entrevista, para que esse possa ser previamente analisado e, apenas a partir dele, seja conduzida a entrevista. Nesse caso, as entrevistas acabam sendo um balanço do que foi encontrado nos diários, bem como o momento para checagem de informações que possam não ter ficado claras e ainda a complementação/expansão da narrativa dos eventos relatados. Ainda que isso esteja previsto em nossa estratégia metodológica, a entrevista foi nosso primeiro contato com a materialidade construída pelos participantes a partir de seus diários. Por outro lado, nossa entrevista, como mencionado, aborda entre outros aspectos, as práticas de assistência, não necessariamente “presas” ao que foi registrado no diário, que evidencia hábitos atuais mas não necessariamente presentes no passado dos entrevistados.

Especificamente sobre o diário baseado em cartões desenvolvido para a tese, detalhamos a seguir o processo de desenvolvimento do material, inspirado no primeiro modelo de criado para o projeto *NPO*.

4.2 Adaptação e criação do diário

A partir das recomendações encontradas na literatura, trabalhamos na revisão e adaptação do primeiro modelo de diário criado para o projeto *NPO*, para uso na pesquisa da tese.

Nesse processo, reestruturamos o formulário de perguntas sobre uma situação de uso, reformulamos o funcionamento das perguntas extras – presente no verso de todos os cartões –, e adaptamos os denominados cartões especiais para conterem questões relativas ao perfil dos jovens, funcionando como um espécie de formulário

sobre dados contextuais, a ser preenchido de uma só vez pelo participante, sem precisar datar os cartões como foi solicitado no estudo de diário do *NPO*.

Nas Figuras de 16 a 17 é possível verificar como ficaram os novos cartões que compuseram o estudo de diário da tese. Considerando o pré-teste da metodologia realizado em Leuven (Etapa 6) ante da pesquisa de campo no Brasil (Etapa 8), a primeira versão do diário foi em inglês.

Figura 16 – Exemplo de cartões formulário elaborados para o pré-teste da metodologia com perguntas extras (frente padrão e 2 versos)

The figure shows three panels of a survey form. The first panel (left) is the front standard version, containing fields for date, start time, location, device, video source, viewing method, and finish time. The second panel (middle) is the back standard version, listing ways the video was discovered (TV, social media, search, recommendation, etc.). The third panel (right) is the back alternative version, asking about other devices used and what was done on them.

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Figura 17 – Exemplos de cartões de perfil elaborados para o pré-teste da metodologia (2 frentes e verso padrão)

The figure shows three panels of a profile card survey form. The first panel (left) is the front standard version, asking about the number of people living at the address, living with parents, and living with a partner. The second panel (middle) is the front alternative version, asking about content creation and sharing methods. The third panel (right) is the back standard version, featuring a repeating pattern of play button icons.

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Tal como feito no projeto *NPO*, para facilitar a análise futura do material, cada conjunto de cartões recebeu uma cor diferente, aplicada no canto superior esquerdo de todos os cartões (frente e verso).

Considerando uma proposta distinta de aplicação do estudo de diários que estávamos concebendo, reescrevemos as instruções de uso do material contida em um cartão, bem como o exemplo de preenchimento apresentado no verso, agora a partir do novo formulário (Figura 18). Também nesse momento, por conta do pré-teste, criamos provisoriamente instruções e exemplos de preenchimento baseados no contexto de Leuven.

Figura 18 – Cartão de instruções com exemplo de preenchimento no verso usado no pré-teste

Dear participant,

This stack contains cards to be filled in every moment you are watching a video. Each card has simple questions and on the back there is an extra question regarding the situation in which you are watching.

Please, try to complete them as much as possible (one per video you watch) and for that, keep this box with you wherever you go :)

Don't worry if you don't know how to answer something... the most important thing is to understand your routine of watching video.

Before you start, please take a look at the back of this card, there is an example of a prefilled card.

This stack also has special cards with questions regarding your personal profile. They are dark grey and can be completed any moment, before your interview. For that, please bring your stack with you!

Thanks for your participation!

10 / 11 / 2017

I'm watching at: **8 : 45**

I'm watching here: **train**

multiple options
Via: possible →

The video comes from: **Netflix**

I'm now watching: **Breaking Bad**

The video is: Live Recorded **on demand**

I'm watching: Online (Wi-Fi) **Online (mobile data)** Offline

I'm (with):

I finish watching at: **9 : 25** ▶

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Além de melhorar os cartões e orientá-los aos objetivos de nossa investigação de tese, estudamos com um colega do *Mintlab* uma solução para o melhor armazenamento dos mesmos. A tentativa foi chegar em uma solução ainda mais portátil para acondicionar os cartões e sobretudo durável, diferentemente da embalagem inicialmente feita para o diário do projeto *NPO*.

Nesse sentido, lançamos mão do uso de caixas plásticas coloridas, adquiridas em uma tabacaria de Leuven já que tem como função primária o acondicionamento de carteiras de cigarro (de 20 unidades). Para uso das caixas, reduzimos o tamanho dos cartões de acordo com as medidas da nova solução de armazenamento. De sete centímetros de largura e 10,2 de altura, os cartões passaram a ter as seguintes dimensões: 6,5 X 8,7 cm (Figura 19).

Figura 19 – Cartões do projeto NPO usados no processo de adaptação do diário

The figure shows four sequential screenshots of a video diary adaptation form in Dutch. Each form has the following fields: 'Ik begin met kijken om:' (start time), 'Ik kijk nu naar:' (video title), 'De video komt van:' (source), 'Ik kijk: Alleen met:' (viewing preference), 'Ik kijk: Live Op vraag Gepauzeerd' (viewing mode), 'Ik kijk hier:' (location), 'Via:' (device), and 'Ik stop met kijken om:' (end time). The screenshots show the form being filled out with handwritten text and numbers, such as 'Zootropolis', 'Netflix', 'mijn dochter', and 'in de woonkamer'. There are also handwritten annotations like '1', '2', '3', '4' and '1', '2', '3', '4' next to different sections of the form.

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

O intuito era que esta pudesse ser levada de forma segura com o participante para onde quer que ele fosse, considerando que o diário seria utilizado por jovens que se deslocam bastante, incluindo os de Cametá, que moram na beira do rio e que o principal meio de transporte são pequenas embarcações. Esse, inclusive, foi fator determinante para mantermos o interesse por criar um diário impresso, que não exigisse qualquer tipo de aparato eletrônico, tampouco conexão à internet. Apesar das facilidades que seriam agregadas com o uso de uma ferramenta eletrônica e online de coleta de dados, para nós isso poderia, além de gerar gastos para os participantes, causar certo constrangimento no momento de recrutar jovens, que não tivessem disponibilidade de dispositivo ou acesso à internet.

Além dos cartões do tipo formulário e de dados contextuais, disponibilizamos dentro da caixa uma caneta pequena para que o participante tivesse sempre a mão para fazer os registros no diário. Na Figura 20 é possível verificar o novo modo de apresentação do diário, este concebido para uso na pesquisa da tese.

Figura 20 – Caixa plástica, caneta e conjunto de cartões elaborados no pré-teste da metodologia



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Visando em um primeiro momento o pré-teste da metodologia em Leuven, o diário criado continha 93 cartões, sendo:

- 80 cartões formulário com dez campos a serem preenchidos, caracterizando o momento específico de assistência de um vídeo: o horário e onde estava assistindo, o título do conteúdo, informações sobre a tela, fonte de conteúdo/provedor, tipo de conteúdo e conexão à internet (se utilizada) e se a experiência foi individual ou acompanhada de alguém. No verso de cada cartão havia uma pergunta extra. Ao todo haviam oito diferentes questões que foram distribuídas nos cartões, estas relacionadas ao uso de segunda tela, práticas de comentar/compartilhar conteúdo nas redes sociais, opinião/impressão sobre o conteúdo assistido, como se chegou a assistir esse conteúdo, e possíveis atividades *multi-tarefa* realizadas em paralelo à assistência de TV (*multitasking*);
- 12 cartões na cor preta com perguntas sobre o perfil da participante (dados pessoais e informações sobre posse e uso de tecnologia);
- 1 cartão de instruções, contendo no verso um exemplo de como realizar o preenchimento o cartão formulário.

Na Figura 21, é possível visualizar todos os materiais contidos e o conteúdo de cada tipo de cartão.

Figura 21

Material do Estudo de Diário

PRÉ-TESTE LEUVEN - BÉLGICA



CAIXINHA



SUPER CANETA

VERSO

Dear participant,
This stack contains cards to be filled in every moment you are watching a video. Each card has simple questions and on the back there is an extra question regarding the situation in which you are watching.
Please, try to complete them as much as possible (one per video you watch) and for that, keep this box with you wherever you go :)

Don't worry if you don't know how to answer something... the most important thing is to understand your routine of watching video.
Before you start, please take a look at the back of this card, there is an example of a prefilled card.

This stack also has special cards with questions regarding your personal profile. They are dark grey and can be completed any moment, before your interview. For that, please bring your stack with you!
Thanks for your participation!

10 / 11 / 2017

I started watching at: 8 : 45

I'm watching here: train

Via: mobile data Wi-Fi

The video comes from: Netflix

I'm now watching: Breaking Bad

The video is: Live Recorded On demand

I'm watching: Online (Wi-Fi) Online (mobile data) Offline

I'm (with): +

I finish watching at: 9 : 25

CARTÃO DE INSTRUÇÃO E EXEMPLO DE PREENCHIMENTO

CARTÃO DO TIPO FORMULÁRIO COM PERGUNTA EXTRA

10 / 11 / 2017

I started watching at: 8 : 45

I'm watching here: train

Via: mobile data Wi-Fi

The video comes from: Netflix

I'm now watching: Breaking Bad

The video is: Live Recorded On demand

I'm watching: Online (Wi-Fi) Online (mobile data) Offline

I'm (with): +

I finish watching at: 9 : 25

This is my opinion of the video:

Like Dislike Love Hate

Reactions: Like Love Hate

Reactions: © Facebook

OUTRAS PERGUNTAS EXTRAS...

While watching this video I also used another device:

TV Smartphone Tablet Laptop PC Game console DVD player Other: _____

On that other device I did: _____

This is how I ended up at this video:

It was on TV Through social media I searched for it It was recommended Someone sent it to me It played by itself (autoplay) Other: _____

This is what I'm doing while watching:

While or after watching this video, I shared it on:

Twitter Facebook Instagram WhatsApp Snapchat Other: _____

This is my opinion of the video:

While or after watching this video I talked about it with:

I did this through:

Twitter Facebook Instagram WhatsApp Snapchat Other: _____

I'm watching this video because:



CARTÃO MEU PERFIL

Profile card

This is my date of birth:

____ / ____ / ____

The place I was born:

The place I was raised:



OUTROS CARTÕES MEU PERFIL...

Profile card

This amount of people live at my current address, including myself:

1 2 3 4 5 6 More...

I live with my parents:

Yes, I do Yes, I do, but I study/work in another city and stay with them on weekends No, I live alone No, I live with my partner Other: _____

Profile card

My highest degree is:

No diploma Primary education Lower secondary Higher secondary Higher education non-university Higher education bachelor Higher education - (post-)university

Profile card

My current occupational situation:

I am a student (bachelor) I am a student (master or doctoral) I work full-time I work part-time I am (temporarily) not working

Profile card

I have this number of these devices:

of cellphones smartphones tablets laptops PC's TV's game consoles DVD players

Profile card

I access internet:

At home: Wi-Fi Mobile data

Work / faculty: Wi-Fi Mobile data

Public spaces: Wi-Fi Mobile data

Profile card

I sometimes use a second screen:

On: Never Other: _____

I use that to:

Comment on social media Share content on social media Search information about the video Check my e-mail Play a game Chat Other: _____

Profile card

At this place I watch the most video (e.g. a drawing):

Profile card

I sometimes share content or a comment about what I'm watching through:

Twitter Facebook Instagram WhatsApp Snapchat Dedicated second screen apps Other: _____

Profile card

Recently I used these options:

Left a reaction on a video through social media Sent a message to a tv-programme Interacted through a second screen app Did other types of interaction None

Profile card

I sometimes make content myself, like:

I share that through:

Social media Only private Video website (Youtube, ...) Other: _____ I don't

Profile card

Recently I paid to watch something:

Through a subscription I share it with someone I pay everything by myself Per video Never Other: _____

Com base nas recomendações encontradas na literatura, acreditamos que o material do estudo de diário desenvolvido para esta tese apresenta formato híbrido, já que tem características tanto dos diários de projetos experimentais quanto de viés naturalista reconhecidas por Alaszewski (2006).

Ainda que este permita um preenchimento livre e não linear pelo participante, nosso diário apresenta nos cartões uma estrutura de formulário, de rápido preenchimento, e que orienta como o sujeito deve relatar os momentos de assistência de vídeos. Este favorece o jovem a fazer registros em um formato orientado de determinadas informações, o que exige bem menos esforço do participante se comparado ao que geralmente é solicitado aos sujeitos investigados na Psicologia e em áreas da saúde.

A partir da criação da primeira versão do material do estudo de diário, foi possível conduzir um pré-teste da metodologia e verificar como a associação proposta entre diário e entrevista iria funcionar. Os detalhes dessa Etapa Metodológica são apresentados na seção seguinte.

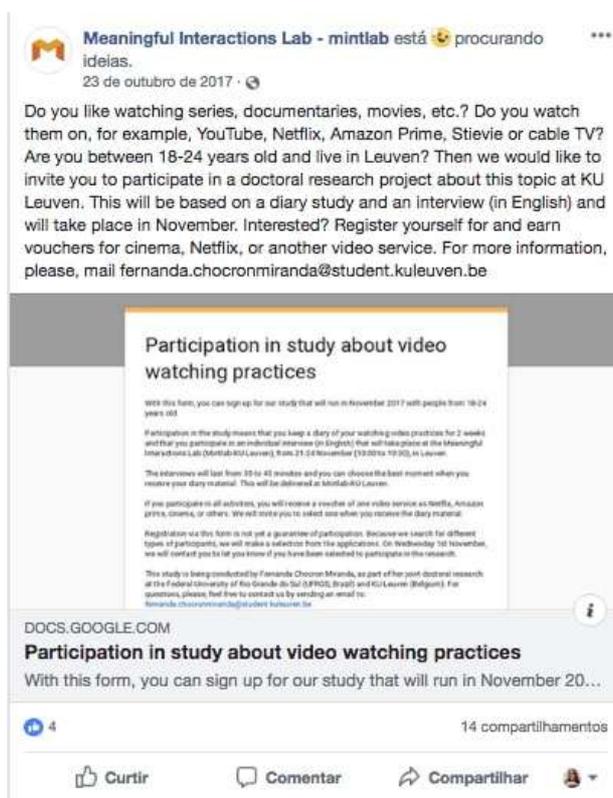
4.3 Pré-teste da estratégia metodológica

De 7 a 24 de novembro de 2017, realizamos em Leuven (Bélgica) um pré-teste da metodologia da pesquisa que consiste na associação de um estudo de diário baseado em cartões, com entrevistas semiestruturadas individuais. A seguir apresentamos de forma sintética, as etapas que basearam o pré-teste e seus principais resultados.

4.3.1 Recrutamento

O recrutamento de participantes foi feito por meio de um anúncio nos perfis de redes sociais (Facebook e Twitter) do *Mintlab* e, a partir dele, pedimos aos colegas do grupo que compartilhassem para que alcançássemos um maior número de pessoas. No anúncio (Figura 22), foram mencionadas as seguintes informações: agenda da pesquisa com datas e lugares para entrevistas e entrega dos diários; que haveria uma pequena recompensa para os participantes (um vale-presente para uma plataforma de vídeo sobre demanda ou para o cinema); e que todas as atividades do pré-teste seriam conduzidas em inglês.

Figura 22 – Anúncio de recrutamento de participantes para o pré-teste da metodologia em Leuven, Bélgica¹⁰²



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

O convite para a pesquisa também foi afixado no quadro de avisos de uma das maiores residências estudantis de Leuven e anunciado na sala de aula de uma disciplina de IHC para graduação. No anúncio, havia um link para um breve questionário a ser preenchido pelas pessoas que estariam interessadas.

Entre 23 de outubro e 7 de novembro de 2017, 10 participantes do sexo feminino se inscreveram, considerando o recrutamento que se deu unicamente da forma descrita, portanto, respeitamos a amostra espontaneamente construída apenas por mulheres. Assim, os diários foram entregues e preenchidos pelas 10 participantes de 18 a 23 anos de idade, sendo oito belgas e duas holandesas.

Entendemos que o foco em um grupo muito específico (dez jovens participantes do sexo feminino, de uma região específica da Europa e com perfil de educação superior) agregou valor ao nosso pré-teste ainda que não tenha sido uma escolha, mas sim resultado do processo de recrutamento. Apesar de ficarmos impossibilitadas de fazer afirmações sobre uma população mais ampla, esta foi uma experiência

¹⁰² "Você gosta de assistir seriados, documentários, filmes, etc.? Você assiste a eles, por exemplo, no *YouTube*, *Netflix*, *Amazon Prime*, *Stieve* ou TV a cabo? Você tem idade entre 18-24 anos e mora em Leuven? Então gostaríamos de convidá-lo para participar de uma pesquisa de doutorado sobre esse tópico na KU Leuven. Esta será baseada em um estudo de diário e uma entrevista (em inglês) e ocorrerá em novembro. Interessado? Faça sua inscrição para participar e ganhe vouchers para cinema, *Netflix* ou outro serviço de vídeo. Para mais informações, por favor, envie e-mail para fernanda.chocronmiranda@student.kuleuven.be".

produtiva de mapeamento e de análise de dados qualitativos e nos possibilitou explorar o potencial analítico dos fluxos interacionais, aspecto fundamental para a continuidade da pesquisa com jovens no Brasil.

Nos dias 7, 8 e 9 de novembro de 2017 entregamos em mãos os diários para as participantes, junto com o formulário de consentimento, e explicamos a elas sobre o funcionamento do material e como deveriam usá-lo. Todas as entregas ocorreram no *Mintlab*, com exceção de duas participantes que moravam em nossa residência estudantil e por uma questão de comodidade, levamos o material até elas.

4.3.2 Perfil dos participantes

Na Tabela 2 apresentamos síntese do perfil das 10 participantes do pré-teste da metodologia:

Tabela 2 – Perfil das participantes do pré-teste da metodologia em Leuven

Participante	Idade	Nacionalidade	Onde nasceu?	Onde cresceu?	Onde mora?	Mora com?	Escolaridade	Área de estudo	Ocupação
Lore¹⁰³	19	Belga	Leuven	Averbode	Leuven/ Averbode	Sozinha/ Com os pais	ES ¹⁰⁴ incompleto	Comunicação	Estudante e babá (eventualmente)
Lise	19	Belga	Bonheiden	Baal	Leuven/ Baal	Sozinha/ Com os pais	ES incompleto	Comunicação	Estudante e funcionária de uma padaria
Nadia	20	Belga	Heusden- Zolder	Hasselt	Leuven/ Hasselt	Sozinha/ Com o pai	ES incompleto	Comunicação	Estudante
Karliën	23	Belga	Leuven	Tongerlo	Leuven	Com o companheiro	ES completo/ PG ¹⁰⁵ incompleta	Biomedicina	Estudante, residente responsável em casa estudantil KU Leuven
Eline	20	Holandesa	Dordrecht (NL) ¹⁰⁶	Tremelo	Leuven/ Tremelo	Sozinha/ Com a mãe	ES incompleto	Comunicação	Estudante
Matya	19	Belga	Kortrijk	Gullegem	Leuven/ Gullegem	Sozinha/ Com os pais	ES incompleto	Ciência Política	Estudante e funcionária de loja de departamento (fim de semana)
Lizzy	19	Belga	Tilburg	Balen	Balen	Com o companheiro	ES incompleto	Comunicação	Estudante
Anne	18	Belga	Geel	Tongerlo	Leuven/ Tongerlo	Sozinha/ Com os pais	ES incompleto	Biomedicina	Estudante
Ragna	20	Holandesa	Voorburg (NL)	Boskoop (NL)	Leuven	Sozinha	ES incompleto	Comunicação	Estudante
Marije	18	Belga	Sint-Niklaas	Stekene	Leuven/ Stekene	Sozinha/ Com os pais	ES incompleto	Odontologia	Estudante

Fonte: Criada pela autora.

¹⁰³ Nós atribuímos um nome fictício a todas as participantes. Para isso, selecionamos nomes começando sempre com a primeira letra dos nomes originais.

¹⁰⁴ Abreviação nossa para Ensino Superior.

¹⁰⁵ Abreviação nossa para Pós-Graduação.

¹⁰⁶ Abreviação para Países Baixos (*The Netherlands*), onde está a Holanda.

Na Tabela 2 é possível perceber, com exceção da Karlien, que é estudante de mestrado, as outras nove participantes são estudantes de graduação. Por conta de seus estudos, oito das dez vivem sozinhas em residências estudantis da cidade em que estudam. Sete delas permanecem apenas durante dias úteis, passando os fins de semana na casa dos pais. Já Ragna reside permanentemente na cidade de Leuven onde estuda. Duas participantes (Karlien e Lizzy) vivem com seus companheiros, uma em Leuven e outra Balen, há cerca de 50 minutos de carro da cidade onde faz graduação.

Além de estudar, três participantes trabalham regularmente: Lise trabalha todos os dias em uma padaria; Karlien é a residente responsável pela casa de estudantes onde mora e trabalha meio período em um laboratório coordenado por sua orientadora de mestrado; Matya trabalha todo sábado em uma loja de departamento na cidade em que seus pais vivem. Além disso, Lore mencionou que às vezes trabalha como babá e Nadia gostaria de começar a trabalhar voluntariamente em um cinema.

Em relação à posse de tecnologia e práticas de consumo midiático, todas declararam possuir um smartphone e um notebook como dispositivos pessoais. Nadia também possui um tablet, o qual é regularmente usado apenas por ela. Karlien, Lizzy e Ragna possuem suas próprias televisões em casa (duas vivem com seus parceiros e uma sozinha) e as outras possuem um aparelho de TV na casa dos pais, sendo dois aparelhos no caso de Lise e de Matya. A última jovem e Anne também possuem Smart TV na casa dos pais e Lizzy e Marije frequentemente conectam o notebook e TV na sala de estar.

Todas as participantes possuem acesso a Wi-Fi em casa (de parentes/companheiros ou na residência estudantil) e também contam com disponibilidade do sinal de internet em todos os espaços da universidade que estudam. Como não querem permanecer conectadas o tempo todo, três participantes não possuem dados móveis em seus smartphones (Karlien, Anne e Marije). Para essas participantes, três questões são fundamentais para a opção por não fazer uso de pacote de dados móveis: (i) acham desnecessário estar o tempo todo conectadas e não gostam de depender de um aparelho para fazerem suas atividades; (ii) caso tenham o plano de dados, por não se preocuparem em gerenciar, correm o risco de gastar mais do que podem pagar; (iii) como estudantes, dispõem de internet Wi-Fi em praticamente todos os lugares onde vão e em uma emergência podem se conectar.

As outras participantes dispõem do serviço de internet móvel, mas nunca o utilizam para assistir vídeos, mas somente para responder mensagens e checar seus perfis nas redes sociais quando estão fora ou quando não há conexão Wi-Fi. Nos cartões, somente Ragna relatou situações em que usou dados móveis para assistir a algo. De

acordo com ela, isso é porque a conexão Wi-Fi não é tão boa em sua residência estudantil. Geralmente são os pais das participantes que pagam pelo serviço, exceto no caso de Ragna.

Com exceção de Lizzy, Ragna e Marije, todas as participantes possuem assinatura da *Netflix*. No caso de Matya, trata-se de uma conta familiar, mas ela não tem a permissão da mãe para utilizá-la durante a semana quando está na cidade universitária, pois deve ficar focada nos estudos. Nadia tem uma assinatura própria e as outras cinco participantes têm uma inscrição compartilhada com familiares e amigos.

4.3.3 Construção dos dados

Todas as participantes juntas preencheram um total de 307 cartões. O número de cartões por participante foi bem variado (Tabela 3). O número médio de cartões por participante foi de 30,7 ($sd^{107}=24,8$). Lore, Lise e Ragna entregaram uma média superior de cartões, respectivamente 80, 62 e 52. Outras participantes estiveram abaixo da média, variando entre 11 (Karlien) e 28 (Matya) cartões.

Tabela 3 – Total de cartões preenchidos por participante do pré-teste da metodologia em Leuven

Participante	N. de cartões preenchidos	N. de cartões preenchidos por dia	Dias usando o diário
Lore	80	5,7	14
Lise	62	4,4	14
Nadia	19	1,1	16
Karlien	11	0,6	16
Eline	17	1,2	14
Matya	28	1,7	16
Lizzy	12	0,7	17
Anne	13	0,7	17
Ragna	52	3,2	16
Marije	13	0,7	17

Fonte: Criada pela autora.

Embora tenha havido uma ligeira variação na quantidade de dias em que as participantes tiveram a posse dos diários (entre 14 e 17 dias), isso não esteve claramente relacionado ao número de cartões que foram preenchidos. Ao contrário: Lore ficou com sua caixa por 14 dias e preencheu todos os 80 cartões disponíveis, enquanto que as participantes com menos cartões (Karlien e Lizzy), ficaram com o diário durante 16 e 17 dias respectivamente. Checando a média de número de cartões por dia, podemos ver que seis das dez participantes tiveram uma média de mais de um

¹⁰⁷ Abreviação para *Standard Deviation* ou desvio padrão.

cartão por dia (Lore, Lise, Ragna, Matya, Eline e Nadia), sendo Lore a mais produtiva, alcançando a marca de quase seis cartões por dia. No caso de Karlien, Lizzy, Anne e Marije, mesmo que a média de número de cartões por dia tenha sido menor que um, ainda as consideramos para análise por conta dos cartões, no total, oferecerem insights interessantes sobre suas práticas. É importante destacar que ainda que na estratégia metodológica estivesse definido o período de 10 dias de preenchimento do diário – tal como recomenda a literatura –, no pré-teste optamos por propor um calendário que compreendesse dois finais de semana. A proposta foi verificar se isso teria impacto no número de cartões preenchidos pelos participantes. A escolha de ter dois finais de semana também foi porque queríamos ver se nesses dias há padrões diferentes de práticas de assistência.

De 21 a 24 de novembro de 2017, foram realizadas no *Mintlab* as entrevistas com as participantes que tiveram duração média de 49 minutos cada uma, totalizando oito horas e 15 minutos de gravação em áudio e vídeo. A entrevista foi dividida em três eixos seguindo o roteiro estruturado quando definimos nossa estratégia metodológica (Etapa 5). No primeiro, trabalhamos com as participantes na montagem de um calendário de assistência de vídeo previamente montado em uma mesa (Figura 23).

Figura 23 – Participante agrupando cartões durante entrevista realizada no pré-teste da metodologia



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Em seguida cada a jovem agrupou seus cartões por provedor, tela e posteriormente adesivou as cartas para indicar quando assistiu a algo *online* (*versus* offline, adesivo laranja) e sozinha (*versus* acompanhada, adesivo amarelo). Com isso, foi

possível construir juntamente com a participante um grande quadro com seus cartões, categorizados por dia e horário, fonte de conteúdo e tela usada (Figura 24).

Figura 24 – Exemplo de quadro montado com cartões preenchidos e categorizados durante entrevista no pré-teste da metodologia



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Ao finalizarmos o trabalho com os “cartões do tipo formulário”, exploramos o segundo e o terceiro eixo de perguntas. Como previsto, no momento das perguntas sobre o perfil das jovens, fizemos uso dos cartões de perfil, o que favoreceu a checagem das informações de cada participante.

Para analisar o material coletado no pré-teste, os cartões foram organizados em ordem cronológica e os dados foram transferidos para tabelas online. Em seguida, inserimos as tabelas como fontes de conteúdo no software de análise de pesquisa qualitativa *QSR Nvivo 10* e codificamos cada dado dos cartões em uma lista de nós¹⁰⁸, preparada previamente, de acordo com data, tempo, tipo de conexão de internet, tipo de conteúdo, conteúdo assistido, provedor, local, entre outros. Baseados nesses dados, geramos matrizes de codificação para cruzar os dados dos nós de acordo com os interesses de análise. As entrevistas foram integralmente transcritas e posteriormente tiveram seu conteúdo categorizados por sub-temáticas para além dos três eixos principais que basearam o roteiro.

Conforme apresentaremos nas seções seguintes, o pré-teste foi de extrema importância para o desenvolvimento da pesquisa. Primeiro, por ter revelado aspectos chave para a melhoria do material do diário e da dinâmica das entrevistas, e adequação de nosso arranjo metodológico para condução da pesquisa de campo no Brasil. Segundo, por ter permitido a construção de dados empíricos muito ricos para a caracterização do

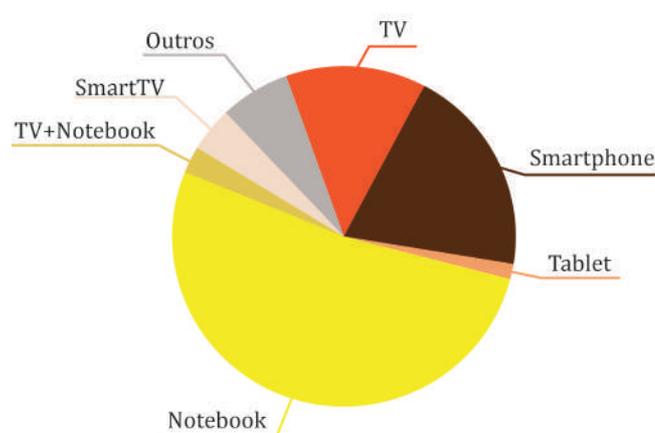
¹⁰⁸ Os nós no *Nvivo* permitem a reunião de material relacionado em um local para poder evidenciar padrões e assuntos emergentes. Costumam ser os primeiros recursos usados para codificação e estes podem ser relacionados entre si.

fenômeno investigado na tese, e revelado os primeiros contornos do que estamos denominando de fluxos interacionais.

4.3.4 Primeiros achados¹⁰⁹

Do total de cartões preenchidos pelas jovens durante o pré-teste, como apresentado no Gráfico 1, 52,1% apontaram o notebook como tela de assistência, 19,8% o smartphone, 20,1% a TV (sendo 13,3% o aparelho tradicional, 4,2% a Smart TV e 2,6% conexão entre TV e notebook), e 6,6% outros tipos (tela projetada em sala de aula, no cinema, etc.).

Gráfico 1 – Telas usadas pelas participantes durante o pré-teste em Leuven



Fonte: Criado pela autora.

O notebook aparece como o mais usado para cinco das dez participantes, alcançando 83,7% dos cartões de Lore. Já no caso de Matya, 92% de sua assistência foi no smartphone, onde ela assiste principalmente a vídeos curtos e online. Nadia, por outro lado, assistiu 47,3% do conteúdo registrado em seu diário usando o tablet e 31,5% na tela da TV na casa do seu pai. Karlien e Lizzy registraram, principalmente, situações envolvendo a tela da TV: 91,6% no caso de Lizzy (sendo 33% conectada ao notebook) e 84,8% no caso de Karlien, pela Smart TV.

A participante que proporcionalmente assistiu a mais conteúdo pela TV em si, sem nenhuma conexão à internet ou outro dispositivo, foi Lizzy (26,3%), seguida por Ragna (23,1%) e Nadia (22,5%). As outras tiveram entre 85% e 90% de suas assistências em telas portáteis conectadas à internet ou Smart TV, com ênfase no uso da conexão Wi-Fi.

¹⁰⁹ Parte dos resultados do pré-teste da metodologia, especialmente das análises das participantes em grupo, foram publicados em artigo (MIRANDA & GEERTS, 2018).

Em relação ao gênero dos conteúdos assistidos pelas participantes, estes variam de séries e filmes, a vlogs e pequenos cliques em sites de redes sociais. A preferência por conteúdo online é clara e está relacionada ao uso de dispositivos móveis conectados ser maior que o aparelho de televisão tradicional.

O conteúdo mais citado foi séries online, especialmente as disponíveis na *Netflix*, sendo quase 30% dos 307 cartões, de nove participantes. Entre elas, 8,1% dos cartões foram relacionados a 'Breaking Bad' (Lore e Lise); e 5,8% a 'Stranger Things' (Lore, Nadia, Karlien, Lizzy e Ragna), assistidas no *Netflix*, mas também no *Popcorn Time*. Depois disso apareceram 9,7% dos cartões de sete participantes (Lore, Lise, Eline, Matya, Anne, Ragna e Marije) relacionados a cliques ou vídeos curtos que circulam na timeline de sites de redes sociais (especialmente *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*) e 8,1% dos cartões que mencionavam vlogs (Lore, Lise, Nadia, Ragna e Marije).

Entre os conteúdos mais assistidos, não há programas produzidos por emissoras nacionais (belgas ou holandeses), nem na língua nativa das participantes (neerlandês/holandês). Quando questionadas sobre esse perfil de assistência, muitas participantes expressaram surpresa já antes, devido à presença da TV na casa de seus pais, elas costumavam assistir mais a conteúdos nacionais. Para Lise e Eline, isso é interessante porque é uma forma de praticar inglês, enquanto Lore lamentou o fato de ter menos conteúdo nacional em seus cartões.

Como é possível observar, a maioria dos conteúdos assistidos, com exceção de filmes e episódios de séries, é curto e a assistência acontece em sequência a outros vídeos. O montante de vídeos curtos assistidos é regulado pelo tempo disponível, seja durante os intervalos de estudo, refeições, momentos de procrastinação e/ou para relaxar ou mesmo em ocasiões de assistência planejadas no final de semana. Pelo fato de serem mais curtos, estes conteúdos são mais frequentes e se espalham por diferentes horários do dia, mesmo que as práticas de consumo sejam similares.

No que tange às fontes de conteúdo acessadas pelas jovens, 32 diferentes foram identificadas (Tabela 4).

Tabela 4 – Porcentagem de cartões por categoria de provedor

Categoria	Cartões (%)
Sites de redes sociais (<i>YouTube</i> , <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i>) ¹¹⁰	39,4
Plataforma paga de vídeo sob demanda (<i>Netflix</i>)	28,6
Emissora pública belga - <i>VRT</i> (<i>één</i> , <i>Canvas</i> , <i>Ketnet</i>)	7,8

¹¹⁰ Adotamos a definição de site de rede social proposta por Recuero (2017).

Categoria	Cartões (%)
Emissoras comerciais belgas (<i>Q2, Vier, Vijf, Vitaya, VTM</i>)	5,8
Plataforma gratuita de vídeo sob demanda (<i>Popcorn Time</i> , outras)	4,5
Canais internacionais disponíveis na TV a cabo (<i>BBC, CNN, Comedy Central, Discovery Channel, HBO, MTV</i>)	3,5
Emissora pública holandesa - <i>NPO (NPO3)</i>	1,9
Emissoras comerciais holandesas (<i>RTL, Spike</i> ¹¹¹)	0,9
DVD	0,9
Cinema	0,9
Páginas de notícias (<i>Le Monde, TF1.fr</i>)	0,6
Conteúdo próprio	0,3
Outros (material educacionais, mostras em museus)	4,2

Fonte: Miranda & Geerts (2018).

As fontes mais citadas nos cartões foram *Netflix* (28,6%), *YouTube* (23,7%), *Facebook* (11,7%) e o canal *één*¹¹² da emissora pública belga de radiodifusão *VRT* (6,5%). Houve também 12 cartões (3,9%) com conteúdo do *Popcorn Time* (um programa de computador para baixar e assistir filmes e séries de forma gratuita e ilegal) e outros 12 (3,9%) do *Instagram*. Oito de dez participantes relataram assistir conteúdo da *Netflix*. Em seguida vem o *Facebook* (7 participantes), *YouTube* e *één* (6 cada) e *Popcorn Time* (3).

Cruzando os dados de fontes de conteúdo com o tipo de conteúdo, classificados por *ao vivo*, *gravado* (no dispositivo, sem utilizar conexão de internet) e *sob demanda* (que precisa de um dispositivo conectado à internet), vimos que somente 6,1% do total dos 307 cartões reportou conteúdo ao vivo (5,2% na TV e 0,9% no notebook) e 7,4% foram gravados e assistidos no aparelho de TV. Mesmo o conteúdo produzido por grupos tradicionais de mídia, transmitidos primordialmente ao vivo, foram assistidos predominantemente online e sob demanda.

O local onde a maioria das assistências de vídeo se deu foi a residência estudantil (58,9% dos cartões), notadamente os quartos individuais (47,8%). Esse foi o lugar onde nove das dez participantes informaram ter assistido vídeos. A única participante que informou assistir vídeos somente em casa foi *Lizzy*, considerando que ela divide a casa com seu companheiro. Em segundo lugar está a casa dos pais (15,6%), onde sete

¹¹¹ Emissora holandesa baseada em canal americano de mesmo nome, produzindo conteúdo em holandês/neerlandês e disponível na Holanda e em Flanders (Bélgica).

¹¹² Uma tradução literal do neerlandês seria Canal "um".

participantes vão regularmente nos finais de semana/feriados, especialmente na sala de estar (10,4%). Na sequência, identificamos diversos locais ao redor do *campus* universitário onde estudam (8,4%) e casas de amigos ou vizinhos (8,1%). Em ambos os lugares, a maioria das práticas de assistência foram coletivas, mas com motivações variadas: de tempo de lazer planejado com os amigos (Lore, Lise, Nadia, Eline and Ragna), à necessidade de entreter alguém enquanto trabalhava como babá (Lore).

Nos poucos casos em que a assistência de vídeos ocorreu em sala de aula ou no auditório da universidade, cinco cartões (1,6%) reportaram conteúdo de vídeo mostrado pelos professores (Lore e Lise) e cinco outros registros estiveram relacionadas a momentos de desvio de atenção do conteúdo aula para checar e assistir “stories” aleatórios ou conteúdo disponível na timeline do *Instagram* e do *Facebook*, em todos os casos utilizando o smartphone (Lore, Lise, Eline e Lizzy).

Um aspecto interessante é que alguns cartões foram preenchidos no banheiro. Apesar de não haver muitas dessas no *corpus* total (somente oito cartões de quatro participantes, 2,6%), isso revela o nível de penetração alcançado por esse formato de diário, em comparação a outros estudos que limitam a coleta de dados à locais específicos das casas dos participantes (ver como exemplo Shokrpour & Darnell, 2017).

Quando cruzamos os dados relacionados a Período do dia¹¹³ e Local, podemos ver que a noite foi o período mais ativo de assistência de vídeos para as participantes, mas a maior diversidade de locais se deu no período da tarde. As entrevistas mostraram que até mesmo para as estudantes que estão morando fora da casa dos pais durante a semana, à noite a rotina é similar ao que elas tinham no passado.

Até mesmo entre as participantes que assistem a vídeos mais em seus notebooks, os cartões revelam certos hábitos de assistência de vídeo que poderiam ser vistos como “tradicionais”, diretamente relacionados a sentar/deitar na sala de estar ou na cama, a preparar e fazer refeições, seguidos por relaxar enquanto se assiste ao conteúdo favorito de maneira regular (Lore, Lise, Nadia, Karlien, Eline, Lizzy e Anne)

Durante a tarde, as práticas de assistência de vídeo variam bastante. As mais frequentes entre as participantes são aquelas que se dão nos intervalos das atividades de estudo (Lore, Lise, Nadia, Matya e Ragna), tarefas domésticas em geral, tais como passar roupa, cozinhar, lavar louça e outras (Lore, Lise, Eline e Matya), exercícios físicos (Karlien e Anne), descanso do final de semana (Lore, Nadia, Karlien, Eline e Ragna) ou

¹¹³ Para análise dos cartões, agrupamos os mesmos nas seguintes categorias: “manhã” (05:00 a 11:59), “tarde” (12:00 a 17:59) “noite” (18:00 a 23:59) e “madrugada” (00:00 a 04:59). Para isso, utilizamos o horário registrado pelas próprias participantes nos cartões.

em momentos de espera (Lise e Ragna). Durante as tarefas domésticas, na maioria das situações o conteúdo de TV esteve como pano de fundo.

Dentre as situações registradas nos diários, identificamos casos de assistência em casas de amigos ou vizinhos nas tardes ou noites, notadamente nas quintas, sextas e sábados. Com a exceção de três cartões (0,9%), preenchidos por Lore enquanto trabalhou como babá, durante as manhãs, todas as outras situações informadas por cinco participantes (Lore, Lise, Nadia, Eline e Ragna) estão relacionadas a momentos planejados para assistir coletivamente a conteúdo de interesse comum, frequentemente vídeos de média ou longa duração, que vão de episódios de séries, de finais de reality show, a filmes.

Também identificamos práticas coletivas de assistência ligadas à família das participantes, como as de Karlien e Lizzy, que regularmente assistem com os companheiros com quem moram, assim como Nadia, Eline, Matya e Marije que, quando estão em casa com seus pais e irmãos, seguem o ritual de sentar no sofá e assistir algo depois do jantar. Essas práticas estão diretamente ligadas a dias mais específicos da semana e horários em que todos estão em casa e disponíveis.

Apesar de terem sido identificadas diversas práticas coletivas nos diários das dez participantes, é importante mencionar que os momentos em que elas estavam assistindo conteúdo por conta própria ocorreram ligeiramente mais vezes (55,7%) do que aqueles nos quais as participantes estavam acompanhadas (44,3%). Para algumas participantes essa diferença é mais visível. Cinco das dez participantes tiveram mais de 60% de seus cartões mostrando que elas assistiam sozinhas, chegando a 92% no caso de Matya e 84% de Marije, mesmo que ambas tenham enfatizado a importância de estarem acompanhadas e assistir TV com a família. Somente Lise, Lizzy e Ragna tiveram a maioria de seus cartões ligados a momentos de assistência coletiva (51%, 75% e 68%, respectivamente).

4.3.5 Primeiras evidências de fluxos interacionais

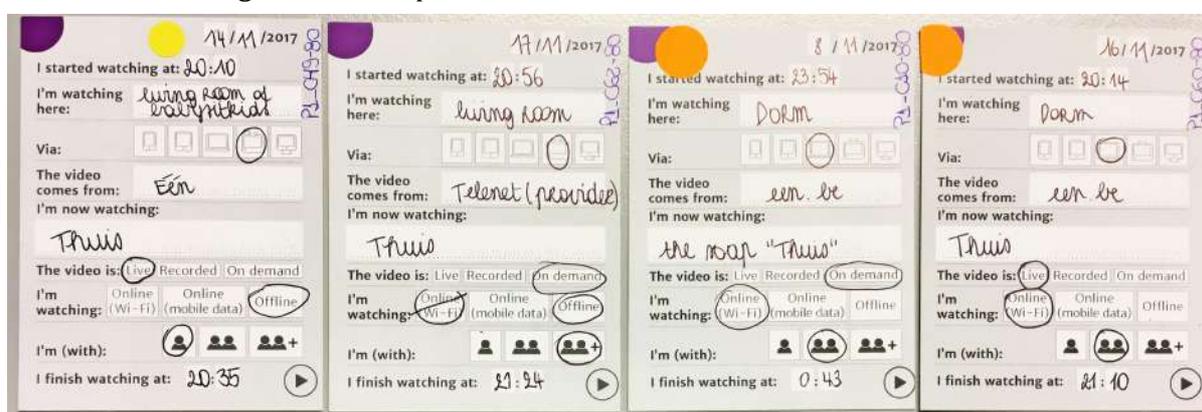
A partir do agrupamento dos dados por local, conteúdo, tela, provedor e tempo de assistência, chegamos a quatro fluxos interacionais comuns entre as participantes do pré-teste, cada qual com um elemento específico como parte central da experiência.

Fluxo Interacional 1 Meu conteúdo favorito, não importa onde

Nos diários preenchidos por Lore e Lise, identificamos um programa recorrente: a novela "Thuis"¹¹⁴. Dentre os 20 cartões (6,5%) referentes ao canal *één* ao qual o programa pertence, mais de 60% mencionavam esse conteúdo. A quantidade de cartões referentes a esse programa nos permite observar um claro exemplo das múltiplas possibilidades de assistência hoje disponíveis.

Na Figura 25, podemos constatar como um programa específico, acompanhado por Lore, guia as suas práticas e, com base nesse interesse, ela combina diferentes elementos para assistir a novela todos os dias à noite, independente de onde esteja (sala de estar, quarto de estudante ou na casa dos pais) e usando a tela que tem disponível.

Figura 25 – Exemplos de cartões relacionados ao Fluxo Interacional 1



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

O primeiro cartão ilustra uma maneira mais tradicional de assistência, que é o programa sendo transmitido ao vivo pela TV, sem necessidade de conexão com a internet, assistido na sala de estar dos pais de Lore. No segundo cartão, embora ainda na sala de estar e usando a TV, a fonte de conteúdo muda, já que é um vídeo disponível via provedor à cabo (Telenet), que oferece conteúdo sob demanda do canal *één* através de sua própria plataforma. No terceiro caso, o local é o quarto de Lore em sua residência estudantil e, por não dispor de TV, a assistência ocorre na plataforma de vídeo sob demanda da *één*, no notebook conectado ao Wi-Fi. Por último, temos o quarto cartão com um formato parecido do terceiro, utilizando o notebook e assistindo online na residência estudantil, mas o conteúdo é assistido ao vivo via plataforma do *één*, o que permite interações simultâneas com outros espectadores que acompanham o conteúdo pela TV ou outros dispositivos online, como Lore faz.

¹¹⁴ Uma tradução literal do neerlandês seria "Casa".

O elemento período do dia nunca varia neste fluxo e todos os cartões reportam momentos de assistência à noite, que duram cerca de 30 minutos (cada episódio tem 25 minutos). Na maior parte dos cartões nos quais Lore assiste ‘Thuis’, ela estava acompanhada.

A recorrência de práticas de assistência através de dispositivos conectados à internet identificados nos cartões de Lore e Lise é uma consequência direta do fato de ambas não terem um aparelho tradicional de TV na residência estudantil em que moram. As garotas enfatizam como sentem falta de ter um aparelho de TV, especialmente Lore, que diz que se ela tivesse um em seu quarto da residência estudantil, certamente assistiria a mais conteúdo ao vivo do que sob demanda. A participante se refere aos programas ao vivo que costumava assistir quando vivia com seus pais e que parou de acompanhar por que “não é a mesma experiência” (LORE, 2017 - tradução nossa) de assisti-los gravado ou sob demanda.

Fluxo Interacional 2 Relaxando à noite na sala de estar

Esse fluxo foi identificado em vários diários (Nadia, Karlien, Eline, Lizzy, Anne, Marije e um cartão de Matya) e é caracterizado pelo momento em que nossas participantes querem relaxar na sala de estar assistindo a algo na tela da TV, o que pode ocorrer em um aparelho normal de TV, uma Smart TV ou via conexão entre TV e notebook. Em geral, a TV é a tela a qual dedicar atenção, mas dependendo do conteúdo ela também pode servir como ponto de encontro (Nadia, Karlien, Eline, Matya, Lizzy, Ragna e Marije) ou pano de fundo enquanto se faz outra atividade (Nadia, Karlien, Lizzy e Marije). Como no Fluxo 1, as situações de assistência acontecem principalmente em companhia (pais, companheiro, amigos). Muitas delas ocorreram durante a noite ou de madrugada, especialmente em finais de semana (incluindo as noites de sexta-feira).

Mesmo que a tela e o local sejam os mesmos (como no passado), o conteúdo varia muito, indo de vídeos informativos como documentários, a de entretenimento, como episódios de séries, filmes, programas ao vivo, *reality* ou talent shows.

O conteúdo variava não somente em gênero, mas também em tipo. A maior parte dos cartões se referiu a conteúdo sob demanda (Karlien, Eline, Matya e Lizzy) e gravado (Karlien, Anne e Ragna). Conteúdos ao vivo foram mencionados por Nadia, Eline, Lizzy, Anne, Ragna e Marije. É interessante destacar que os únicos dois cartões reportando conteúdo de notícias (Ragna assistia *CNN* e Nadia o “Het journaal”¹¹⁵ no canal *één*) estão relacionados a esse fluxo, sendo a primeira situação com conteúdo ao vivo e a segunda

¹¹⁵ Uma tradução literal do neerlandês seria “As notícias”.

com vídeo gravado. Em 75% dos cartões de Lizzy, as situações se deram na sala de estar, usando o notebook conectado por cabo à tela da TV e pelo ar por Wi-Fi. O conteúdo era sob demanda provido pelo *Popcorn Time*. Isso também ocorreu com Karlien, que teve 54% dos cartões dela reportando que assistiu conteúdo sob demanda na sala de estar de casa, em seu caso via *Netflix*, usando Smart TV conectada ao Wi-Fi.

As participantes às vezes planejavam e agendavam um tempo para assistir algo que passa ao vivo na TV, escolhiam um filme ou uma série sob demanda, assistiam ao que estivesse passando na TV, ou selecionavam algo que tivessem gravado mais cedo. O critério para escolher o conteúdo dependia se estivessem sozinhas ou não, sempre com o intuito de se descontraírem e relaxar. Essa evidência nos remete ao que Barkhuus & Brown (2009, p. 12) chamam “TV como o entretenimento noturno padrão”¹¹⁶. Por outro lado, como indicado por Abreu *et al.* (2017), um dos maiores desafios para as plataformas sob demanda era se as pessoas iriam se engajar e investir tempo procurando por algo para assistir, ao invés de somente ligar a TV e assistir ao que estivesse disponível, como acontece com a TV linear.

Nos cartões que se encaixam nesse fluxo, notamos que as jovens participantes facilmente lidam com ambas as possibilidades de seleção de conteúdo. Elas não se importam em gerenciar os recursos que o conteúdo escolhido demanda (provedor e conexão), mas também é ainda comum que fiquem “zapeando” na TV (Nadia) ou somente assistindo a algo que estava passando na TV (Nadia, Karlien, Eline, Lizzy, Anne, Ragna e Marije). Em qualquer caso, o mais importante é estar acompanhado para assistir algo ou somente aproveitar a ambiência criada pela televisão, o que Barkhuus & Brown (2009, p. 14) denominaram de *ambiente de assistência (viewing environment)*.

Fluxo Interacional 3 Qualquer coisa na *Netflix*, quando eu estou livre

Da mesma forma que no Fluxo 1 o central é o conteúdo e no Fluxo 2 é o local e o tempo, no Fluxo 3 o elemento que guia as situações de assistência é a fonte de conteúdo/provedor. Baseados no número de cartões, podemos dizer que esse foi o tipo mais comum de fluxo, identificado em todos os diários, com exceção de Lizzy e Marije, que não possuem assinatura na *Netflix*. Ambas são mais acostumadas a assistir vídeo em serviços gratuitos como *Popcorn Time* e *YouTube*.

Para esse fluxo a hora do dia sempre varia, considerando que o mais importante para essas participantes é aproveitar qualquer tempo livre para assistir algo na *Netflix*.

¹¹⁶ Tradução nossa do trecho original: “TV as the default evening entertainment” (BARKHUUS & BROWN, 2009, p. 12).

Isso é similar ao que McNally & Harrington (2017) identificaram como cenários de “tempo parado/ocioso” (*downtime*) ou de “fazendo uma pausa” (*taking a break*). As motivações aparentam ser: ocupar o tempo, descansar a mente, aliviar o estresse, evitar o tédio ou somente relaxar. Em contraste com os fluxos anteriores, aqui as práticas são, em sua maioria, individuais, mas também identificamos cartões nos quais as participantes estavam com amigos ou colegas.

Nessas situações, não há tempo para procurar e selecionar algo novo. O foco é rapidamente ocupar algum tempo livre, o que é mais fácil ao acompanhar até o fim o conteúdo já conhecido de um episódio, temporada ou série. Neste fluxo o conteúdo é, em sua maioria, de seriados de diferentes gêneros e temas, mas sempre na *Netflix* e a maior parte relacionada a narrativas ficcionais.

Esse fluxo normalmente ocorre em dias de semana e durante intervalos de aula/momentos de estudo ou ao final do dia depois de terminar atividades. Também identificamos um caso de maratona (*binge watching*) de assistência, por Lore no final de semana, relacionado com este fluxo.

A tela é usualmente a que as participantes também usam para situações de trabalho ou estudo e que elas têm disponível mais facilmente, tais como o notebook ou tablet. Por outro lado, o local precisa ser onde a participante pode se concentrar e prestar total atenção ao conteúdo, como seus dormitórios individuais nas residências estudantis, mas também nos quartos da casa dos pais. Somente no caso de Lise, encontramos cartões reportando a cozinha como local para este fluxo. Ela é uma das participantes com mais cartões preenchidos e suas situações de assistência – não somente relacionadas à *Netflix* – ocorreram em vários locais.

A combinação mais comum de elementos foi: as participantes assistindo séries sob demanda na *Netflix*, através de um notebook conectado ao Wi-Fi, no quarto da residência estudantil, principalmente sozinhas. Isso representa 58,8% dos cartões de Eline, 42,1% dos de Nadia, 38,1% de Anne, 30,6% de Lise, 25% de Lore e 16% de Lizzy.

Fluxo Interacional 4 Passar o tempo assistindo vídeos nas redes sociais

Neste fluxo as situações são sempre online, pois todas são baseadas em conteúdo assistido através dos sites de redes sociais, especialmente *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*. Para além do fato de que cada plataforma permite diferentes tipos de interação e formas de ver e compartilhar conteúdo, incluindo transmissão ao vivo e conteúdo próprio, identificamos no pré-teste situações de assistência similares baseadas em vlogs, stories e vídeos curtos aleatórios (material educacional, videoclipes

musicais, vídeos de animais, vídeos de receitas, desenhos, memes, gifs, conteúdo produzido por amigos, outros), disponibilizados na timeline dos sites de redes sociais.

Esses casos foram identificados nos cartões de sete participantes (Lore, Lise, Eline, Matya, Anne, Ragna e Marije). Ocorreu em sua maioria durante tardes e noites e também está relacionado com os cenários de “fazendo uma pausa”, “primeira coisa de manhã” (*first thing in the morning*) e “logo antes de ir dormir” (*just before going to sleep*) (McNALLY & HARRINGTON, 2017). Essas foram ocasiões mais curtas do que as que caracterizam o Fluxo 3 e estão relacionadas à assistência sem interrupções e procrastinação. O foco é passar o tempo, checar atualizações e se informar ou apenas relaxar.

Este fluxo pode ocorrer em qualquer lugar e durante qualquer atividade. Identificamos cartões de participantes assistindo vídeos aleatórios durante a aula, enquanto conversavam ou estudavam no restaurante universitário, na cozinha enquanto cozinhavam e/ou comiam, na sala de espera do médico, no ônibus, na estação de trem, enquanto assistiam a alguma outra coisa na TV, durante intervalos de estudo, no quarto deitadas na cama/sofá, ou no banheiro. A tela também variou um pouco entre o smartphone e notebook, especialmente em relação a conteúdo do *YouTube*. No caso do *Facebook* e do *Instagram* todas as participantes estavam usando o smartphone.

Este fluxo representa uma parte significativa dos cartões coletados, sendo 92,8% dos cartões de Matya, 61,5% de Marije, 51,6% de Lise, 48% de Ragna e 41,2% de Lore. É importante lembrar que neste fluxo estamos falando de conteúdo gratuito, mais acessível para Marije, que não tem assinatura da *Netflix* e para Matya que não tem permissão para usar a assinatura de sua mãe em dias de semana.

Tal como a TV é costumeiramente usada como pano de fundo para outras atividades, desempenhando o papel de companheira antes de dormir e ao acordar, notamos que essa prática tem sido redesenhada recentemente pelo uso de telas portáteis, especialmente a do smartphone, que frequentemente é agora a primeira tela que se vê ao acordar e a última antes de dormir. De modo similar ao *zapping* entre canais na TV, acessamos os sites de redes sociais, rolamos a timeline em busca de conteúdo que interessa e continuamos procurando por algo para assistir rapidamente, por um período mais curto ou mais longo, não importa exatamente o quê. Entendemos que esse fluxo pode ser considerado uma nova maneira de “*zapear*” através do conteúdo sob demanda, em contraste à grade de televisão linear.

4.3.6 Principais insights

Como observado na caracterização dos quatro fluxos interacionais identificados no pré-teste, estes proporcionam reflexões sobre as práticas de assistência de vídeos pelas participantes, como elas combinam diferentes recursos e quais as suas motivações para essas combinações. O Fluxo 1 destaca situações nas quais o conteúdo é o mais importante, enquanto que no Fluxo 3 a fonte de conteúdo é o elemento central. Já o Fluxo 2 sublinha a importância social da assistência e o Fluxo 4 traz a ideia de passatempo, enquanto leva-se em consideração os provedores que dão acesso ao conteúdo e ainda qual o contexto social dessas práticas.

Embora tenhamos trabalhado com um grupo de participantes muito específico (jovens mulheres universitárias residentes em uma cidade de médio porte na Bélgica), e seja difícil especular como os resultados seriam diferentes caso participantes do sexo masculino estivessem envolvidos, a participação desse grupo revelou como práticas de assistência de vídeo são motivadas por uma gama de razões que vão além das preferências por conteúdo, sendo estes aspectos mais frequentemente relacionados a sexo e a idade.

As possibilidades de assistência de vídeo hoje em dia são tão diversas que as preferências por conteúdo são apenas um de seus elementos definidores das combinações tecidas pelos sujeitos, mas não necessariamente o principal. Por isso, apesar dos resultados do pré-teste estarem ligados às preferências de um gênero em particular, não consideramos que esse tenha sido fator determinante dos fluxos interacionais identificados. Além do mais, como não reivindicamos nenhuma generalização, os resultados do pré-teste mostram como as práticas correntes de assistência podem ser analisadas e descritas utilizando os fluxos interacionais, sejam elas de homens ou de mulheres, ou mesmo de pessoas em outros grupos etários.

Neste capítulo relatamos como a estratégia metodológica foi estruturada e quais foram os resultados do pré-teste realizado com 10 jovens belgas. Como vimos, a partir do pré-teste (Etapa 6) nós pudemos: verificar pela primeira vez o funcionamento da estratégia metodológica do ponto de vista da construção dos dados junto aos participantes – por meio do diário e da entrevista; pré-testar os processos de sistematização e análise de dados; fazer a primeira análise das práticas de consumo de jovens que participaram da pesquisa; e ainda operacionalizar o conceito de fluxo interacional, a partir de quatro casos identificados entre as participantes belgas.

5

**PESQUISA DE CAMPO
E ANÁLISE DE DADOS**

Neste capítulo explicamos como recrutamos os participantes em Cameté e Tavares e como se deu o processo de construção e análise dos dados. Antes disso, porém, sintetizamos como, a partir do pré-teste realizado em Leuven, nós revisamos e aprimoramos a estratégia metodológica da tese.

5.1 Ajustes na estratégia metodológica

Ao testar a nossa estratégia metodológica com jovens em Leuven obtivemos inúmeros insights. Além de verificar o funcionamento e o potencial da abordagem estabelecida para investigar o consumo de vídeos, essa oportunidade nos permitiu ter contato com os modos como as participantes combinam os recursos tecnológicos que tem disponíveis e como estabelecem fluxos interacionais.

Uma evidência metodológica demonstrada durante a Etapa 6 foi que o formato impresso e portátil do diário atraiu a atenção das jovens, já que não havia necessidade de desviar a atenção de aparatos eletrônicos que costumam usar para assistir vídeos. Isso permitiu o registro em um instrumento fora da rotina de uso das mídias a que elas estavam acostumadas.

Ainda que esse não fosse o foco, o contato com os dados empíricos de um contexto distinto de investigação do que tivemos no Brasil nos suscitou vários *insights* a respeito do processo de envolvimento dos jovens brasileiros e, sobretudo, o que fazer para recrutá-los para o estudo.

Percebemos que ainda que o fato de termos anunciado antecipadamente que haveria uma gratificação aos participantes tenha sido aspecto importante para o recrutamento na Bélgica, este fator não foi decisivo para o envolvimento das jovens no preenchimento do diário e realização da entrevista durante o pré-teste. Algumas jovens se mostraram interessadas em participar pelo fato de assistirem muitas coisas, e outras por conhecer mais sobre a metodologia, pois estavam cursando disciplinas a esse respeito na graduação. Algumas participantes também afirmaram que se dispuseram a colaborar pelo fato de ser um estudo conduzido por uma estrangeira e/ou por estar ligada a uma realidade distinta das delas, como regiões do interior do Brasil.

É claro que os níveis de uso de mídia entre as 10 participantes do pré-teste foram diferentes e isso não está necessariamente relacionado ao número de cartões preenchidos. Ao contrário, isso se evidenciou a partir do grau de diversidade de práticas de assistência que as jovens registraram via diário ou entrevista, bem como o relato feito por elas a respeito de como o processo de preenchimento do diário as fizeram refletir sobre suas atividades. A seguir alguns dos comentários feitos durante as entrevistas que evidenciam esses aspectos:

Foi divertido passar a conhecer um pouco mais de mim mesma. Eu devo dizer que eu estou surpresa que existem dias em que eu não tenho cartões (MATYA, 2017)¹¹⁷.

Eu acho que foi divertido. Foi muito interessante ver que em alguns dias eu estava assistindo muitas coisas diferentes e em outros dias nem tanto (RAGNA, 2017)¹¹⁸.

Eu penso que isso foi muito legal para ver o quanto de fato eu assisti de vídeos. E também, eu pensei que seria legal de minha parte ajudar alguém [...]. Porque, eu posso imaginar que deve ser difícil quando você vem de um país diferente e você precisa de pessoas para participar de seu estudo. Posso imaginar o quanto deve ter sido difícil encontrar pessoas que quisessem participar (LISE, 2017)¹¹⁹.

Para o recrutamento no Brasil, decidimos que não anunciaríamos a existência de uma gratificação, apesar de termos mantido a entrega de um voucher de uma loja virtual ao final da pesquisa¹²⁰. Entendemos que isso poderia enviesar a participação dos

¹¹⁷ Tradução nossa de trecho original: "It's fun to, like, get to know myself a little bit more. I have to say, I'm surprised that there are some days that I don't have cards" (MATYA, 2017).

¹¹⁸ Tradução nossa de trecho original: "I think was fun. It was really interesting to see that some days I was watching a lot of different things, on other days was not that much" (RAGNA, 2017).

¹¹⁹ Tradução nossa de trecho original: "I thought it was really cool to see how much I actually watched videos. And also, I just thought it was nice of me that I helped someone [...]. Because, I can imagine that must be difficult when you come from a different country and you want people to participate in your study. I can imagine it would be difficult to find people who want to do it" (LISE, 2017).

¹²⁰ Cartão-presente do *Google Play* no valor de R\$ 30 reais, que dá acesso a filmes, games, aplicativos para uso online ou baixado.

jovens já que este era um aspecto que não tinha sido decisivo no caso das participantes belgas/holandesas. Do mesmo modo, não ficaríamos à vontade de fazer um convite para participação baseado na existência de uma recompensa, já que no Brasil acreditamos haver percepções distintas a respeito desse tipo de gratificação, especialmente em realidades com menos condições de desenvolvimento, como municípios do interior. Isto poderia gerar constrangimentos tanto para nós, quanto para os participantes frente a pessoas das localidades onde moram e, conseqüentemente, enviesar a relação de confiança e respeito que buscamos estabelecer com nossos pesquisados.

No que tange às entrevistas, o pré-teste revelou, porém, que o tempo seria insuficiente para explorar sem pressa todos os eixos da entrevista com jovens que tivessem uma quantidade de cartões preenchidos acima da média (a partir de 30 cartões) ou que dedicassem muito tempo ao consumo de vídeos. Assim, ainda que o tempo médio das entrevistas no pré-teste tenha sido de 49 minutos, definimos que o agendamento com os participantes seria de pelo menos 90 minutos para realização da entrevista durante pesquisa de campo.

O pré-teste visibilizou também a necessidade de: (i) ampliar o texto das instruções de preenchimento para evitar dúvidas sobre alguns campos contidos nos cartões do tipo formulário, já que algumas jovens ficaram na dúvida em quando marcar mais de uma tela, quais seriam os conteúdos sob demanda, entre outras questões; (ii) reforçar no texto de instruções a necessidade de fazer o preenchimento antecipado dos cartões de perfil já que algumas das participantes do pré-teste não tinham atentado a isso e chegaram sem eles preenchidos no momento da entrevista; (iii) ampliar o número de cartões de exemplo de preenchimento. Para isso, geramos três cartões preenchidos a partir de situações de assistência de vídeos relatadas pelos jovens durante pesquisa exploratória em 2016. Também pesquisamos previamente conteúdos que estavam sendo exibidos no Brasil para mencionar nos cartões, tal como a telenovela da *Globo*, 'O outro lado do paraíso', exibida no horário nobre da emissora.

Para fazer essas melhorias, primeiramente traduzimos o diário para o português e a partir disso realizamos tantos os ajustes evidenciados no pré-teste, como adaptamos algumas das informações contidas nos cartões para as realidades dos municípios onde faríamos a pesquisa.

Entre as adaptações, podemos destacar:

- (i) Usamos exemplos de provedores que sabíamos que os jovens usavam (*Globo* e *YouTube*);
- (ii) Incluímos meios de transporte usados pelos jovens nos exemplos de locais (barco, no caso de Cametá, e ônibus, no caso de Tavares);
- (iii) Invertemos a ordem dos ícones de telas, começando pela TV, e substituímos o ícone do computador por um modelo contendo monitor e CPU, por percebermos que ele é mais comum entre os participantes;
- (iv) Cortamos a opção de conteúdo “gravado” e inserimos a de conteúdo “baixado”, bem como inserimos uma explicação sobre o que vem a ser cada tipo de conteúdo no cartão de instruções;
- (v) Substituímos em uma das opções de assistência online o termo “dados móveis” por 3G/4G;
- (vi) Disponibilizamos nossos contatos telefônicos (incluindo *WhatsApp*) no cartão de instruções para que os participantes usassem em caso de dúvidas;
- (vii) Ampliamos, em algumas perguntas extras, a quantidade de opções e/ou reordenamos e reformulamos os textos para facilitar a compreensão a partir do ponto de vista dos jovens brasileiros;
- (viii) Modificamos o conteúdo do cartão de perfil sobre acesso à internet. Além de modificarmos o texto, optamos por criar um novo cartão sobre a frequência de acesso à internet e tendo a opção de não-acesso, já que essa seria uma realidade entre os participantes brasileiros.

Isso implicou o aumento no número geral de cartões contidos no diário. De 93 passamos a 97, sendo: 80 cartões do tipo formulário; 13 cartões de perfil; um cartão de instruções com informações na frente e no verso (contendo local para o jovem anotar o dia/horário da entrevista agendada no ato da entrega); três cartões do tipo formulário com exemplos de preenchimento.

Na Figura 26 vemos as primeiras modificações feitas após o pré-teste no conteúdo dos cartões. Além de modificações no cartão formulário, é possível visualizar como criamos alguns dos cartões de exemplo de preenchimento.

Figura 26 – Sequência de cartões do pré-teste com registros das melhorias/adaptações a serem feitas

The figure displays three sequential screenshots of a mobile application interface designed for logging video watching activities. Each screenshot shows a form with various input fields and options, with handwritten entries and red annotations indicating areas for improvement or adaptation.

- First Screenshot:** Shows the initial form structure with fields for "I started watching at:", "I'm watching here:", "Via:", "The video comes from:", "I'm now watching:", "The video is:" (with options: Live, Recorded, On demand), "I'm watching:" (with options: Online (Wi-Fi), Online (mobile data), Offline), "I'm (with):", and "I finish watching at:". The date field is pre-filled with "/2017".
- Second Screenshot:** Shows handwritten entries: "15/03/2017" in the date field, "21:35" in the start time field, "sala de casa" in the location field, "TVGlobo" in the video source field, and "O outro lado do perigo" in the video title field. The "Recorded" option is selected under "The video is:", and "Offline" is selected under "I'm watching:". The end time field contains "28:00".
- Third Screenshot:** Shows further entries: "10/11/2017" in the date field, "12:00" and "18:45" in the start and end time fields, "sala de casa" in the location field, "train" in the video source field, and "Breaking Bad" in the video title field. The "On demand" option is selected under "The video is:", and "Online (mobile data)" is selected under "I'm watching:". Red annotations include:
 - A red arrow pointing to the "Via:" field with the text "multiple options" and "Via: possible".
 - Red circles around the "Online (mobile data)" and "Offline" options in the "I'm watching:" field.
 - Red circles around the "I'm (with):" field.
 - Red circles around the "On demand" option in the "The video is:" field.
 - Red circles around the "18:45" end time and "10/11/2017" date.

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Nas Figuras 27 e 28 é possível visualizar o conteúdo de cada tipo de cartão que compôs os materiais de estudo de diário para as pesquisas de campo no Brasil.

Figura 27 Material do Estudo de Diário

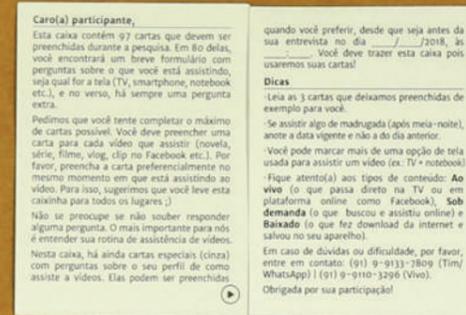
PESQUISA DE CAMPO
CAMETÁ - BRASIL



CAIXINHA

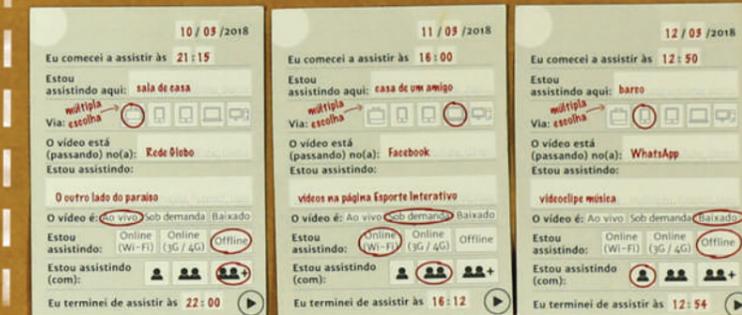


SUPER CANETA



CARTÃO DE INSTRUÇÃO

CARTÃO DO TIPO FORMULÁRIO COM EXEMPLOS DE PREENCHIMENTO



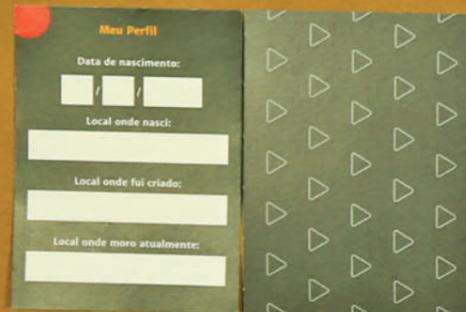
CARTÃO DO TIPO FORMULÁRIO COM PERGUNTA EXTRA...



OUTRAS PERGUNTAS EXTRAS...



CARTÃO MEU PERFIL



OUTROS CARTÕES MEU PERFIL...



Figura 28

Material do Estudo de Diário

PESQUISA DE CAMPO
TAVARES - BRASIL



CAIXINHA



SUPER CANETA

VERSO

Caro(a) participante,
Esta caixa contém 97 cartas que devem ser preenchidas durante a pesquisa. Em 80 delas, você encontrará um breve formulário com perguntas sobre o que você está assistindo, seja qual for a tela (TV, smartphone, notebook etc.), e no verso, há sempre uma pergunta extra.

Pedimos que você tente completar o máximo de cartas possível. Você deve preencher uma carta para cada vídeo que assistiu (novela, série, filme, vlog, clip no Facebook etc.). Por favor, preencha a carta preferencialmente no mesmo momento em que está assistindo ao vídeo. Para isso, sugerimos que você leve esta caixa para todos os lugares.

Não se preocupe se não souber responder alguma pergunta. O mais importante para nós é entender sua rotina de assistência de vídeos. Nesta caixa, há ainda cartas especiais (cinza) com perguntas sobre o seu perfil de como assiste a vídeos. Elas podem ser preenchidas quando você preferir, desde que seja antes da sua entrevista no dia ____/____/2018, às ____:____. Você deve trazer esta caixa pois usaremos suas cartas!

Dicas
- Leia as 3 cartas que deixamos preenchidas de exemplo para você.
- Se assistir algo de madrugada (após meia-noite), anote a data vigente e não a do dia anterior.
- Você pode marcar mais de uma opção de tela usada para assistir um vídeo (ex: TV + notebook).
- Fique atento(a) aos tipos de conteúdo: **Ao vivo** (o que passa direto na TV ou em plataforma online como Facebook), **Sob demanda** (o que baixou e assistiu online) e **Baixado** (o que fez download da internet e salvou no seu aparelho).
- Em caso de dúvidas ou dificuldade, por favor, entre em contato: (91) 9-9131-7809 (Tim/WhatsApp) | (91) 9-9110-1398 (Vivo).
Obrigada por sua participação!

CARTÃO DE INSTRUÇÃO

CARTÃO DO TIPO FORMULÁRIO COM EXEMPLOS DE PREENCHIMENTO

27 / 07 / 2018

Eu comecei a assistir às **21:15**

Estou assistindo aqui: **tela de casa**

Via: **escolha**

O vídeo está (passando) no(a): **Kadê Olobo**

Estou assistindo:

O outro lado do paraiso

O vídeo é: Ao vivo Sob demanda Baixado

Estou assistindo: Online (Wi-Fi) Online (3G / 4G) Offline

Estou assistindo (com):

Eu terminei de assistir às **22:00**

28 / 07 / 2018

Eu comecei a assistir às **12:50**

Estou assistindo aqui: **ônibus**

Via: **escolha**

O vídeo está (passando) no(a): **WhatsApp**

Estou assistindo:

vídeo/clip música

O vídeo é: Ao vivo Sob demanda Baixado

Estou assistindo: Online (Wi-Fi) Online (3G / 4G) Offline

Estou assistindo (com):

Eu terminei de assistir às **12:54**

29 / 07 / 2018

Eu comecei a assistir às **16:00**

Estou assistindo aqui: **casa de um amigo**

Via: **escolha**

O vídeo está (passando) no(a): **Facebook**

Estou assistindo:

vídeo na página Esporte Interativo

O vídeo é: Ao vivo Sob demanda Baixado

Estou assistindo: Online (Wi-Fi) Online (3G / 4G) Offline

Estou assistindo (com):

Eu terminei de assistir às **16:12**

CARTÃO DO TIPO FORMULÁRIO COM PERGUNTA EXTRA

Eu comecei a assistir às ____ / ____ / 2018

Estou assistindo aqui:

Via:

O vídeo está (passando) no(a):

Estou assistindo:

O vídeo é: Ao vivo Sob demanda Baixado

Estou assistindo: Online (Wi-Fi) Online (3G / 4G) Offline

Estou assistindo (com):

Eu terminei de assistir às ____ / ____ / 2018

Esta é a minha opinião sobre o vídeo que assisti:

Reações: © Facebook

VERSO

OUTRAS PERGUNTAS EXTRAS...

Enquanto eu assistia a este vídeo, eu também usei outro aparelho:

Nenhum

Neste outro aparelho, eu fiz:

Eu comecei a assistir este vídeo porque:

Estava passando na TV

Estava passando na minha timeline

Alguém me mandou via WhatsApp

Eu busquei por ele

Me recomendaram

Outro:

Enquanto eu assistia a este vídeo, eu estava fazendo:

Enquanto eu assistia a este vídeo, eu o compartilhei via:

Facebook

Instagram

WhatsApp

Snapchat

Não compartilhei

Outro:

Esta é minha opinião sobre o vídeo que assisti:

Enquanto eu assistia a este vídeo, eu comentei sobre ele com:

Eu fiz isso (via):

Pessoalmente (face a face)

Facebook

Instagram

WhatsApp

Snapchat

Não comentei

Outro:

Estou assistindo a este vídeo porque:

CARTÃO MEU PERFIL

Meu Perfil

Data de nascimento: / /

Local onde nasci:

Local onde fui criado:

Local onde moro atualmente:

VERSO

OUTROS CARTÕES MEU PERFIL...

Meu Perfil

Esta quantidade de pessoas vive no local onde moro atualmente, incluindo a mim:

1 2 3 4 5 6 Mais:

Eu moro com meus pais/responsáveis:

Sim

Sim, mas estudo/trabalho em outro lugar e fico com eles aos finais de semana

Não, eu moro sozinho(a)

Não, eu moro com meu/minha parceiro(a)

Outro:

Meu Perfil

Meu grau de escolaridade é:

Ensino Fundamental incompleto

Ensino Fundamental completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior completo

Pós-Graduação

Meu Perfil

Minha ocupação no momento é:

Apenas estudo

Sou estudante e trabalho meio período

Sou estudante e trabalho em tempo integral

Trabalho meio período

Trabalho em tempo integral

Não estou (temporariamente) estudando/trabalhando

Meu Perfil

Eu tenho essa quantidade de aparelho(s):

Celular

Smartphone

Tablet

Notebook

Computador de mesa

TV

DVD-player

Videogame

Meu Perfil

Sobre acesso à Internet, eu:

Acesso todos os dias

Acesso três vezes por semana

Acesso uma vez por semana

Raramente acesso

Nunca acessei

Outro:

Meu Perfil

Quando acesso à Internet, isso ocorre:

Em casa, via:

Cabo Wi-Fi 3G / 4G

Na casa de familiar/amigo, via:

Cabo Wi-Fi 3G / 4G

Na Escola/Faculdade, via:

Cabo Wi-Fi 3G / 4G

Em espaços públicos, via:

Cabo Wi-Fi 3G / 4G

Meu Perfil

Neste local, eu assisto a maior parte dos vídeos (descreva e/ou escreva sua resposta):

Meu Perfil

Às vezes, eu uso uma segunda tela enquanto assisto a um vídeo, como:

Nunca uso Outro:

Quando uso, eu:

Comento/compartilho nas redes sociais

Procuro mais informações sobre o vídeo

Interajo via aplicativo do programa

Troco mensagens (ex: WhatsApp)

Checo meu e-mail

Jogo Outro:

Meu Perfil

Às vezes, eu compartilho ou comento a respeito do que estou assistindo via:

Twitter

Facebook

Instagram

WhatsApp

Snapchat

Aplicativo de segunda tela (ex: SuperStar)

Outro:

Meu Perfil

Eu pago para assistir vídeo(s) via:

Assinatura TV a cabo (ex: SKY, NET)

Assinatura plataforma sob demanda (ex: Globo Play, Netflix)

Vídeo específico (ex: SKY, cinema)

Nunca pago

Outro:

Se tenho assinatura, eu:

Pago e uso sozinho(a)

Divido com alguém

Meu Perfil

Recentemente, eu:

Curti ou reagi a um vídeo nas redes sociais

Assinei um canal no YouTube

Interagi via aplicativo de segunda tela (ex: SuperStar)

Baixei um vídeo para assistir depois

Compartilhei um vídeo via Bluetooth ou pendrive

Nenhuma das anteriores

Outro:

Meu Perfil

Às vezes, eu gravo vídeo(s), como:

Quando eu gravo, eu os compartilho via:

Meu perfil em redes sociais

Sites de vídeo (ex: YouTube, Vimeo)

Mensagem (ex: WhatsApp, Messenger)

Pendrive ou Bluetooth

Não compartilho Outro:

5.2 Pesquisa de campo¹²¹

A primeira incursão que fizemos em campo já com a estratégia metodológica definida e pré-testada se deu em março de 2018, em Cametá, conforme previsto no calendário do projeto de qualificação. Ainda que nesse período estivéssemos morando em Leuven¹²², fizemos a opção por vir ao Brasil e assegurar que iniciássemos o campo no primeiro semestre de 2018. Essa decisão foi ainda motivada por nosso interesse de socializar os primeiros achados de campo no Brasil com os colegas do *Mintlab*, tendo em vista a significativa contribuição que eles deram para o desenvolvimento de nossa investigação, bem como o fato desta tese se configurar como resultado direto do projeto “Matriz comparativa...”, a partir do qual a interlocução com o grupo estrangeiro foi possibilitada.

Por conta do tempo limitado que teríamos nessa vinda ao Brasil, optamos por começar os trabalhos pelo município paraense, por entendermos que este foi o contexto mais desafiador da pesquisa exploratória em 2016, tanto em termos logísticos, quanto do ponto de vista da realidade empírica.

Como veremos nos dados contextuais que serão apresentados no Capítulo 7, Cametá e, especialmente, a localidade de Rio Furtados têm condições menos facilitadas de acesso à internet, em comparação com o município de Tavares, no Rio Grande do Sul. E em nossa compreensão, ir ao local onde há menos acesso e disponibilidade de tecnologia nos pareceu uma boa oportunidade de observar como os participantes brasileiros se envolveriam com a metodologia proposta e como esta funcionaria em uma realidade distinta da pré-testada.

A pesquisa de campo em Cametá se deu em dois momentos distintos: de 11 a 13 de março de 2018 realizamos o recrutamento e a entrega do material do estudo de diários; e de 21 a 25 do mesmo mês retornamos ao município para realização das entrevistas com os participantes.

No caso de Tavares, optamos pelo deslocamento em uma única vez ao município e permanecer por lá durante o processo de preenchimento do diário pelos participantes. Consideramos esse um mergulho necessário dado o distanciamento que ainda tínhamos

¹²¹ Ainda que partindo de uma estratégia metodológica bem definida para desenvolvimento com os jovens, entendemos esse movimento como pesquisa de campo foi uma atividade de investigação realizada diretamente no local onde o fenômeno estudado ocorre naturalmente. Esse, inclusive, é um ponto distintivo do modo como desenvolvemos o pré-teste na Bélgica (Etapa 6), a partir de um ambiente controlado, dentro da própria universidade.

¹²² Nossa bolsa de estudos foi prorrogada em virtude da aprovação do duplo doutorado pela KU Leuven e a obrigatoriedade de que eu realizasse atividades por pelo menos seis meses como aluna da universidade estrangeira. Por esse motivo, nosso retorno para o Brasil foi adiado de dezembro de 2017 para maio de 2018.

dessa realidade se comparado com Cametá, que além de ser em nosso estado de origem, tem dinâmicas de vida mais próximas do que estamos acostumadas e que havíamos pesquisado em oportunidades anteriores. Assim, nossas atividades de pesquisa em Tavares ocorreram de 19 de agosto a 01 de setembro de 2018. A seguir detalhamos as etapas da pesquisa de campo nos dois municípios.

5.2.1 Viagem e Recrutamento

Cametá – Pará – Brasil

Considerando o período limitado que tínhamos no Brasil para a entrada em campo, ainda no início de fevereiro iniciamos a preparação e impressão do material em Leuven, e retomamos por *Facebook* o contato com alguns dos jovens que havíamos entrevistado na pesquisa exploratória. Entre eles, destacamos a contribuição da jovem identificada por Any¹²³ (ver tabela disponível no Apêndice 2). A mesma teve uma participação muito intensa durante nossa primeira incursão na comunidade de Rio Furtados, e já na pesquisa exploratória foi decisiva no processo de envolvimento de outros jovens entrevistados. A jovem tem uma posição de clara liderança entre as garotas da sua idade e por isso cultiva, tanto na comunidade quanto em Cametá, um extenso círculo de amigos, além de integrar o grupo de jovens que atuam na paróquia da Igreja Católica de Rio Furtados.

Essa jovem, como a maioria dos participantes em Leuven, também vive parte do tempo na cidade onde trabalha, Cametá, e só aos fins de semana vai para a casa de seus pais em Rio Furtados. Ela trabalha regularmente durante a semana na colônia de pescadores em Cametá, onde tem acesso direto à internet, o que certamente facilitou o contato com ela logo que enviamos mensagem.

A primeira conversa foi via chamada de áudio do *Messenger* do *Facebook*, durante a qual explicamos que planejávamos voltar a Cametá para realizar uma segunda etapa da pesquisa com jovens. Sem entrar no mérito da metodologia, destacamos apenas que dessa vez a pesquisa seria mais longa e exigiria certo comprometimento dos participantes em seguir com o estudo até o final. Para ajudar, ela sugeriu a criação de um grupo do *WhatsApp*, incluindo nós duas e outros dois jovens que conhecemos na

¹²³ Nós atribuímos um nome fictício a todos os entrevistados. Para isso, selecionamos nomes começando sempre com as primeiras duas letras dos nomes originais.

pesquisa exploratória, sendo um Gael¹²⁴ (ver tabela disponível no Apêndice 2) e uma das participantes do grupo de discussão realizado na igreja de Mendaruçú.

Com o grupo criado – intitulado por Any como “Pesquisa da Fernanda” –, nós formalizamos o convite aos três jovens, todos da faixa etária de 18 a 24 anos. Na conversa no grupo foram citados nomes de possíveis participantes e, para facilitar o recrutamento, definiram uma data para que nós pudéssemos encontrá-los e explicarmos a dinâmica da pesquisa. Nesse momento, enviamos um breve texto sobre o funcionamento do estudo para que as jovens encaminhassem aos possíveis interessados ou, baseadas nessas informações, fizessem pessoalmente os convites. Para isso, adaptamos o texto do anúncio usado no recrutamento para o pré-teste da metodologia em Leuven¹²⁵.

Nosso foco nos contatos, tal como na pesquisa exploratória, foi convidar aqueles que quisessem participar e destacar essa como uma oportunidade de compartilhar experiências sobre a vida na comunidade, o que nos pareceu ter um significado especial para eles.

Antes de partirmos para Cametá, fomos informadas no grupo do *WhatsApp* que nove pessoas estavam confirmadas para a reunião no dia 11 de março, sendo seis mulheres e três homens. Neste dia, saímos¹²⁶ de carro de Belém por volta das oito horas da manhã em direção ao município de Mocajuba, que faz divisa com Cametá (Figura 29). Essa foi uma recomendação de Any, já que o centro urbano deste município é mais próximo de Rio Furtados do que da área urbana de Cametá, município ao qual a localidade está vinculada.

¹²⁴ Este jovem se destaca pelo perfil empreendedor. Na época da pesquisa exploratória, ele relatou estar investindo na montagem de infraestrutura de recepção e distribuição de sinal de Internet em Rio Furtados. Fazemos esse destaque pois a internet foi de fato implementada na comunidade por Gael e foi a partir dos serviços prestados por ele que os participantes da pesquisa de campo em 2018 (Etapa 8), dispõem de conexão Wi-Fi e de canais de TV à cabo, captados via receptor “pirata” comercializado por este jovem.

¹²⁵ O texto do convite foi: *“CONVITE! Você gosta de assistir programas de TV, filmes, jogos de futebol ou vídeos na internet? Você assiste eles, por exemplo, na televisão que tem em casa mas também no YouTube, no WhatsApp ou em uma TV a cabo? Você tem idade entre 18 e 24 anos e mora em Cametá? Então gostaríamos de convidá-lo para participar de uma pesquisa de doutorado que ocorrerá em Cametá em março de 2018.*

A participação nesta pesquisa implica realizar 2 atividades principais:

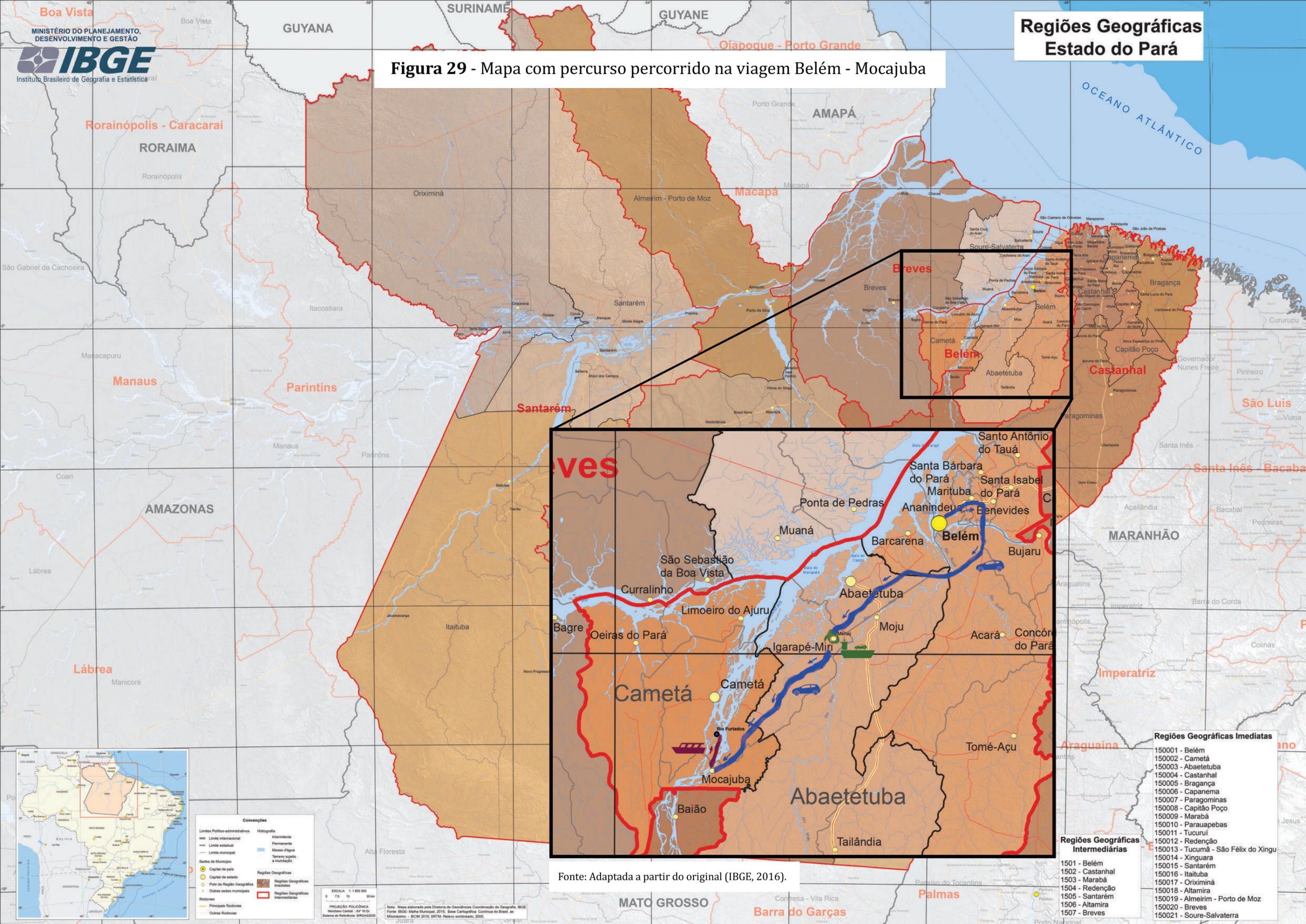
- Utilizar um material impresso que será entregue. Você deverá usá-lo por 10 dias corridos. Esse material se parece com um jogo de cartas, no qual cada carta representará um momento de assistência de um vídeo.

- Participar de uma entrevista individual na qual conversaremos sobre o que você registrou usando o material impresso. Essa entrevista será marcada de acordo com a disponibilidade do participante.

Para a entrega do material e explicar todos os detalhes de sua participação, propomos realizar uma reunião no dia 11/03 às 15h. Desde já, obrigada pelo interesse de participar!”

¹²⁶ A pesquisa em Cametá contou com o suporte do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia do NITAE² da UFPA, que disponibilizou carro, equipamentos e equipe para nos acompanhar durante a viagem. Além de dois colegas de trabalho do Laboratório, Marcus Leal e Arlene Cantão, contamos com a presença e ajuda da Profa. Netília Silva dos Anjos Seixas, que aproveitou a viagem para dar encaminhamento a estudos de pós-doutorado no projeto “Jovem e Consumo...” (PROCAD).

Figura 29 - Mapa com percurso percorrido na viagem Belém - Mocajuba



Convenções

Limites Político-administrativos	Hidrografia
Limites internacionais	Intermittente
Limites estaduais	Permanente
Limites municipais	Massa d'água
Sedes de Município	Terreno sujeito a inundação
Capital de país	Regiões Geográficas
Capital de estado	Regiões Geográficas Imediatas
Polo da Região Geográfica	Regiões Geográficas Intermediárias
Outras sedes municipais	
Rodovias	
Principais Rodovias	
Outras Rodovias	

Regiões Geográficas Imediatas

- 150001 - Belém
- 150002 - Cametá
- 150003 - Abaetetuba
- 150004 - Castanhal
- 150005 - Bragança
- 150006 - Capanema
- 150007 - Paragominas
- 150008 - Capitão Poço
- 150009 - Marabá
- 150010 - Parauapebas
- 150011 - Tucuruí
- 150012 - Redenção
- 150013 - Tucumã - São Félix do Xingu
- 150014 - Xinguara
- 150015 - Santarém
- 150016 - Itaituba
- 150017 - Oriximiná
- 150018 - Altamira
- 150019 - Almeirim - Porto de Moz
- 150020 - Breves
- 150021 - Soure-Salvaterra

Regiões Geográficas Intermediárias

- 1501 - Belém
- 1502 - Castanhal
- 1503 - Marabá
- 1504 - Redenção
- 1505 - Santarém
- 1506 - Altamira
- 1507 - Breves

Fonte: Adaptada a partir do original (IBGE, 2016).

Chegando em Mocajuba (por volta das 12h30), Any e seu primo Wesley (ver tabela no Apêndice 2) estavam nos aguardando e nos levaram até a comunidade em uma pequena embarcação (Figura 40).

Figura 30 – Embarcação usada na viagem Mocajuba (PA) - Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Seguimos viagem por aproximadamente 30 minutos e chegamos à casa de Any em Rio Furtados¹²⁷. Logo após o almoço decidimos visitar algumas casas e convidar mais pessoas para participar da pesquisa. Isso porque, diferentemente do que esperávamos, no encontro organizado pelas jovens, apenas cinco participantes do sexo feminino compareceram (Figura 31).

¹²⁷ Pelo o que Any explicou, esse caminho só é possível em período de cheia da rio, que acaba cobrindo áreas de várzea, formando um grande rio, e que permite o tráfego de pequenas embarcações já que a profundidade é baixa.

Figura 31 – Reunião com participantes em Rio Furtados, Cametá (PA) para entrega dos diários



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Nesta ocasião, tal como feito no pré-teste, explicamos o que estava contido no material do diário, como ele deveria ser preenchido, esclarecemos as dúvidas dos participantes e assinamos com cada um o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 3)¹²⁸.

Após a reunião, fomos com as jovens em outras casas da comunidade e conseguimos convidar pessoalmente apenas mais um participante. Por ser um domingo, Any teria que voltar para Cametá na madrugada de segunda-feira, 12 de março. Sabendo que o recrutamento na comunidade ficaria ainda mais difícil sem a jovem, optamos por acompanhá-la na viagem que faz todo final de semana. Ainda nesta noite, por sugestão de Any, conversamos por telefone com um dos jovens que não conseguiu comparecer à reunião. Nesse contato, explicamos a ele o funcionamento do estudo e o mesmo se comprometeu a passar na casa de Any para buscar o diário e assinar o Termo de Livre Consentimento no dia seguinte. O material ficou sob os cuidados da mãe de Any.

Por volta das 03:00 de segunda-feira, iniciamos viagem até o centro urbano de Cametá no um barco de um morador da localidade que faz regularmente o trajeto. O dono do barco vai parando nas casas dos moradores que previamente acordaram fazer a viagem com ele. No barco não há lugares marcados, logo as pessoas vão se acomodando conforme a lotação.

¹²⁸ É importante registrar que chegamos a entregar o material do diário para uma jovem de 17 anos antes de sabermos sua idade. Como ela foi para a reunião organizada por Any, ficamos constrangidas de pedirmos o material de volta e cancelarmos sua participação. A jovem assim fez o preenchimento do diário no período previsto, sua entrevista foi realizada, mas os dados não foram analisados.

Na chegada em Cametá, por volta das 07:00, tomamos um taxi até a casa de Any e posteriormente acompanhamos a mesma até o trabalho, onde conseguimos mais dois participantes para a pesquisa. A partir de contatos feitos por *WhatsApp*, Any e seu irmão mais velho, Roger (ver Apêndice 2) conseguiram envolver mais três participantes que foram até a casa deles nos encontrar e buscar o material do diário, incluindo uma de suas primas com quem havíamos conversado no dia anterior.

Ao final, conseguimos envolver 11 participantes na faixa etária prevista, sendo três que já tínhamos tido a oportunidade de conversar na pesquisa exploratória em 2016: Any, via entrevista aberta, e duas pessoas que estavam no grupo de discussão realizado na localidade de Mendarucú.

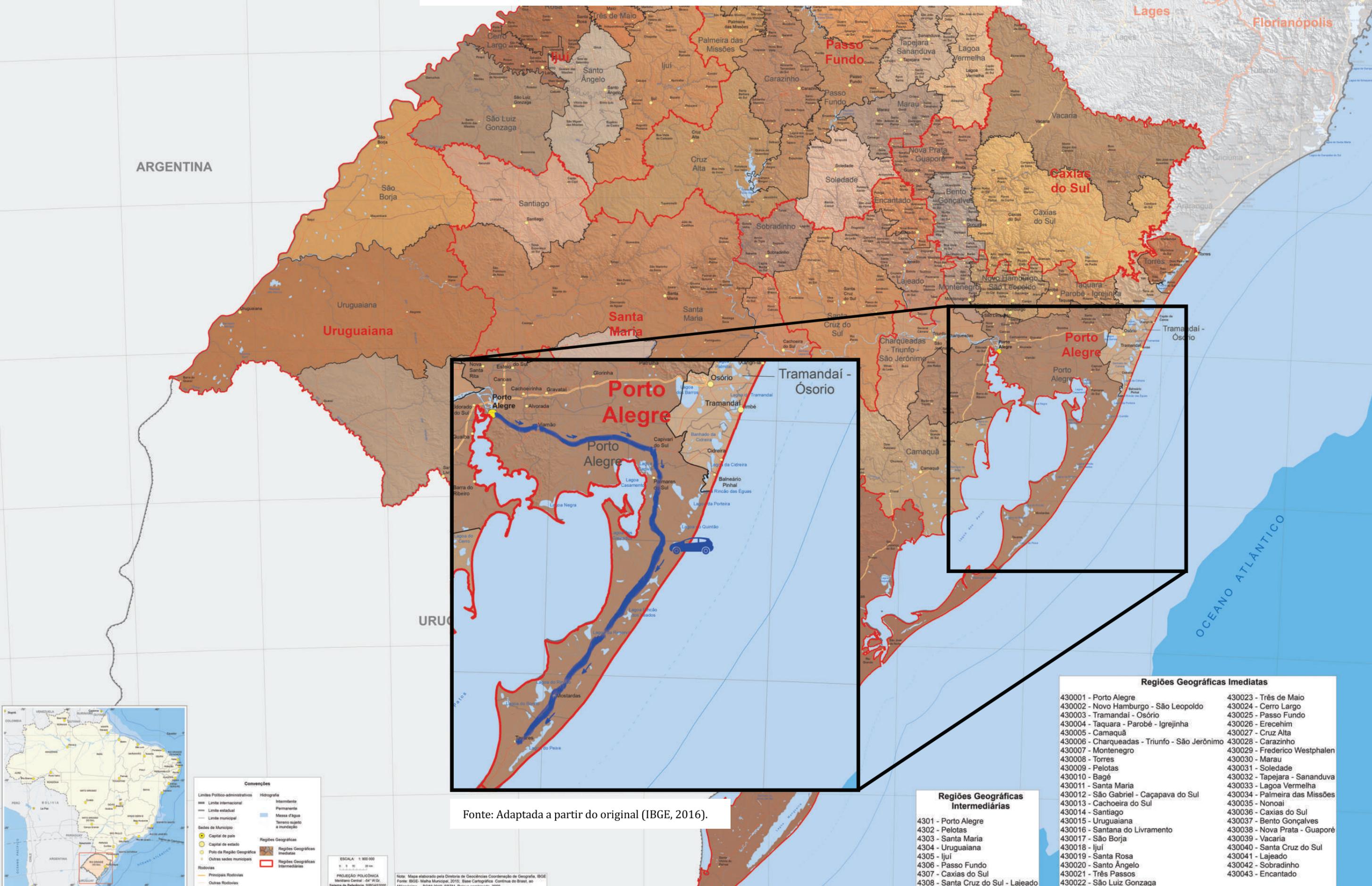
Vale ressaltar ainda que durante os dias que permanecemos em Cametá, nos chamou atenção o interesse de jovens de idade inferior a 18 anos em participar da pesquisa. Muitos fizeram contato conosco durante as visitas às casas bem como perguntaram à Any se não havia possibilidade de participação.

A decisão por trabalhar com jovens de 18 a 24 anos se deu por já termos adotado essa faixa etária em pesquisas anteriores (JACKS *et al.*, 2013; MALCHER *et al.*, 2016a, no prelo). O recorte facilita o recrutamento de participantes, sem a mediação de pais e responsáveis, pois no Brasil a maioria é adquirida a partir dos 18 anos.

Tavares – Rio Grande do Sul – Brasil

A viagem para Tavares também foi feita de carro. Saímos de Porto Alegre no dia 19 de agosto de 2018 às 07:00 da manhã, chegando em Tavares às 10:40 do mesmo dia. Um trecho da estrada que leva a Tavares está em péssimas condições para dirigir e por isso é conhecida como a “Estrada do Inferno”.

Figura 32 - Mapa percurso percorrido na viagem Porto Alegre - Tavares



Fonte: Adaptada a partir do original (IBGE, 2016).

Convenções

— Limite político-administrativo	— Limite internacional	— Limite estadual	— Limite municipal
● Capital de país	● Capital de estado	● Polo da Região Geográfica	● Outras sedes municipais
— Principais Rodovias	— Outras Rodovias	— Hidrografia	— Intermitente
		— Permanente	— Massa d'água
		— Terreno sujeito a inundação	
		— Regiões Geográficas	— Regiões Geográficas Intermediárias
		— Regiões Geográficas Imediatas	— Regiões Geográficas Intermediárias

ESCALA: 1:900.000

PROJEÇÃO: POLICÔNICA Meridiano Central - 54° W.G. Fonte: IBGE - Malha Municipal, 2015. Base Cartográfica: Continua do Brasil, ao Milionário - BCIM 2010, SRTM - Relevo sombreado, 2000.

- Regiões Geográficas Intermediárias**
- 4301 - Porto Alegre
 - 4302 - Pelotas
 - 4303 - Santa Maria
 - 4304 - Uruguaiiana
 - 4305 - Ijuí
 - 4306 - Passo Fundo
 - 4307 - Caxias do Sul
 - 4308 - Santa Cruz do Sul - Lajeado

- Regiões Geográficas Imediatas**
- 430001 - Porto Alegre
 - 430002 - Novo Hamburgo - São Leopoldo
 - 430003 - Tramandaí - Osório
 - 430004 - Taquara - Parobé - Igrejinha
 - 430005 - Camaquã
 - 430006 - Charqueadas - Triunfo - São Jerônimo
 - 430007 - Montenegro
 - 430008 - Torres
 - 430009 - Pelotas
 - 430010 - Bagé
 - 430011 - Santa Maria
 - 430012 - São Gabriel - Caçapava do Sul
 - 430013 - Cachoeira do Sul
 - 430014 - Santiago
 - 430015 - Uruguaiiana
 - 430016 - Santana do Livramento
 - 430017 - São Borja
 - 430018 - Ijuí
 - 430019 - Santa Rosa
 - 430020 - Santo Ângelo
 - 430021 - Três Passos
 - 430022 - São Luiz Gonzaga
 - 430023 - Três de Maio
 - 430024 - Cerro Largo
 - 430025 - Passo Fundo
 - 430026 - Erechim
 - 430027 - Cruz Alta
 - 430028 - Carazinho
 - 430029 - Frederico Westphalen
 - 430030 - Marau
 - 430031 - Soledade
 - 430032 - Tapejara - Sananduva
 - 430033 - Lagoa Vermelha
 - 430034 - Palmeira das Missões
 - 430035 - Nonoai
 - 430036 - Caxias do Sul
 - 430037 - Bento Gonçalves
 - 430038 - Nova Prata - Guaporé
 - 430039 - Vacaria
 - 430040 - Santa Cruz do Sul
 - 430041 - Lajeado
 - 430042 - Sobradinho
 - 430043 - Encantado

O processo de recrutamento em Tavares também foi iniciado antes de nossa viagem até o município e foi facilitado pela colaboração de um de nossos entrevistados durante a pesquisa exploratória, o jovem Cristovam (ver tabela disponível no Apêndice 4). Por já estar fora da faixa etária prevista, ele não pôde participar diretamente do estudo. Entretanto, ele atuou de forma fundamental no recrutamento e foi responsável, juntamente com dois colegas de trabalho na Câmara Municipal de Tavares, por contatar todos os participantes.

Uma das estratégias que colaborou para o envolvimento dos jovens em Tavares, logo em nosso primeiro dia de atividades na cidade, 20 de agosto 2018, foi atender ao convite de Cristovam para participarmos de seu programa de rádio veiculado na Rádio Tarumã FM e gravado e transmitido ao vivo via *Facebook Live*¹²⁹.



<https://goo.gl/cZ93P7>

Imediatamente após o programa começamos o processo de recrutamento que se estendeu ao longo do dia. Ainda na noite da segunda-feira conseguimos entregar o material do diário e orientar sobre o funcionamento da pesquisa 11 participantes, sendo seis do sexo masculino e cinco do feminino. No dia seguinte, recrutamos nossa última participante, enquanto assistíamos ao ensaio de dança tradicional gaúcha no Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), de Tavares, a convite de Cristovam. Desse total de participantes, três deles nos concederam entrevista durante pesquisa de campo exploratória (Etapa 2), sendo: Alice, Jonas e Vinicius (ver Apêndice 4).

Vale registrar que pelo fato de atualmente Cristovam ser vereador e presidente da Câmara Municipal de Tavares, a partir do contato e relação de confiança estabelecida com ele, nos dias que permanecemos na cidade foi inevitável que conhecêssemos desde os gestores do município (prefeito e vice-prefeito, secretária de educação) até familiares do jovem, e outras lideranças (padre, comerciantes, professores etc.). Nossa estada na cidade não passou despercebida e vale destacar o bom acolhimento que tivemos de todos com os quais tivemos contato.

Foi inclusive a partir dessa interlocução e abertura das pessoas para o diálogo que nos foi oferecido o espaço de uma escola pública, Escola Municipal de Ensino Fundamental “Profa. Izabel Cristina Lemos Menegaro”, para realização das

¹²⁹ Este vídeo foi editado por nós para preservar a identidade do participante.

entrevistas. Ao visitarmos a escola para conhecermos o espaço, nos disponibilizamos para realizar algum tipo de atividade lúdica com as crianças que lá estudavam, de modo a dar uma contrapartida imediata aos moradores do município. Após a aprovação de uma proposta pela direção da escola, durante os dias 27 e 28 de agosto de 2018 (manhã e tarde), realizamos oficinas e palestras que envolveram um total de 135 alunos de turmas de 4º a 7º ano do Ensino Fundamental, com idade variando entre nove e 15 anos. As temáticas das atividades, a pedido das professoras da escola, estiveram relacionadas aos usos de site de redes sociais, “perigos” da Internet, *fake news*, entre outros aspectos relacionados ao consumo midiático.

Ainda que não diretamente ligadas aos objetivos desta investigação, as atividades na escola e o contato com as crianças e jovens foram fundamentais para conhecermos mais sobre a realidade de Tavares, já que durante as oficinas além de mapearmos informalmente o que eles consomem de tecnologia, ouvimos muitos relatos de histórias do cotidiano de Tavares, seja na área urbana ou rural. Isso nos municiou de várias referências para o momento das entrevistas com os participantes da pesquisa da tese.

5.2.2 Construção de dados

O material do estudo do diário foi preenchido pelos participantes por um período mínimo de 10 dias, tendo sido de 11 a 24 de março de 2018 em Cametá, e de 20 a 31 de agosto de 2018 em Tavares. Contabilizando o total de cartões preenchidos pelos 21 participantes durante a pesquisa de campo, chegamos a 846, sendo 431 dos 11 participantes de Cametá e 415 dos 10 de Tavares.

Calculando a média de cartões pelos 21 participantes, chegamos a 40 unidades por jovem ($sd=20,4$). Em ambos os municípios brasileiros – tal como ocorreu no pré-teste na Bélgica –, o quantitativo de cartões preenchidos foi bastante variado entre os participantes (Tabelas 5 e 6). A média de preenchimento em Cametá foi de 39 cartões por participantes ($sd=18,6$), já em Tavares a média foi de 41, com variação menor que a do primeiro município ($sd=23,2$).

Tabela 5 – Total de cartões preenchidos por participante de Cametá (PA)

Participante	N. de cartões preenchidos	N. de cartões preenchidos por dia	Dias usando o diário
Marisa¹³⁰	21	2,1	10
Jadir	22	2	11
Edson	33	3	11
Leide	59	4,9	12
Elisa	47	3,9	12
Camilo	80	6,1	13
Maria	44	3,3	13
Malu	15	1,1	13
Any	30	2,1	14
Gaspar	42	3,2	13
Eder	38	2,9	13

Fonte: Criada pela autora.

Tabela 6 – Total de cartões preenchidos por participante de Tavares (RS)

Participante	N. de cartões preenchidos	N. de cartões preenchidos por dia	Dias usando o diário
Leonardo	58	5.8	10
Aleta	13	1.3	10
Marcos	50	4.5	11
Alice	21	1.9	11
Vinicius	56	5.0	11
Jonas	38	3.4	11
Alex	80	7.2	11
Carol	62	6.2	10
Stela	25	2.0	12
Carla	12	1.0	12

Fonte: Criada pela autora.

Entre o total de participantes, o número médio de cartões por dia foi maior que um em todos os casos, com exceção de Carla, que teve exatamente um cartão por dia. Como aconteceu no pré-teste em Leuven, em cada um dos municípios brasileiros

¹³⁰ Assim como feito nas etapas anteriores, atribuímos nomes fictícios para os participantes da pesquisa de campo em ambos os municípios. No caso dos jovens que haviam sido entrevistados durante exploratória, simplesmente mantivemos os nomes já apresentados nos Apêndices 2 ou 4.

houve um participante que preencheu o total de cartões formulário contidos no diário, sendo eles Camilo e Alex, com média de aproximadamente 6,1 e 7,2 cartões por dia, respectivamente. Em seguida aparece Carol com 62 cartões (aproximadamente 6,2 por dia), Leide com 59 (média 4,9) e Leandro com 58 (média 5,8). Os participantes que menos preencheram cartões foram Carla (12 cartões, média 1,0 por dia), Aleta (13 cartões, média 1,3) e Malu (15 cartões, média 1,1).

De 21 a 24 de março de 2018, foram realizadas as entrevistas semiestruturadas em Cametá, tendo sido todas integralmente gravadas em áudio e vídeo¹³¹. Três delas ocorreram no centro da cidade de Cametá, especificamente na biblioteca da Colônia de Pescadores (Figura 33), onde alguns participantes trabalham (Marisa, Jadir e Any). As demais oito entrevistas foram realizadas em uma pequena capela localizada na comunidade do Rio Furtados (Figura 34) que pertence à família de Maria.

Figura 33 – Participantes durante entrevistas em Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

¹³¹ É importante notar que para isso contamos com o apoio de dois colegas da equipe do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia do NITAE² da UFPA.

Figura 34 – Participante durante entrevista em Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Como observado nas imagens, por não sabermos onde exatamente faríamos as entrevistas, optamos por criar um banner com o calendário da pesquisa, que foi tanto de fácil transporte durante a viagem, quanto viabilizou o trabalho com os cartões em qualquer lugar (Figura 35).

Figura 35 – Banner com calendário da pesquisa



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Na Tabela 7, apresentamos a agenda de entrevistas realizadas em Cametá. Ao todo foram registradas 13 horas e 37 minutos de entrevistas com os 11 jovens, sendo 01:14 o tempo médio de duração por participante. A mais longa foi de Gaspar pelo fato de termos identificado muitas lacunas no preenchimento do diário e, conforme fazíamos a categorização do material junto com o participante, fomos completando as lacunas e registrando o que ainda era necessário nos cartões.

Tabela 7 – Agenda de entrevistas realizadas em Cametá (PA)

Participante	Data	Horário	Local	Tempo de duração
Marisa	21 de março	15:30	Colônia de Pescadores/ Cametá	00:54:54
Jadir	22 de março	08:30	Colônia de Pescadores/ Cametá	01:11:16
Edson	22 de março	10:00	Colônia de Pescadores/ Cametá	01:06:26
Leide	22 de março	16:00	Capela/Rio Furtados	01:10:46
Elisa	22 de março	17:30	Capela/Rio Furtados	01:05:09
Camilo	23 de março	09:30	Capela/Rio Furtados	01:30:48
Maria	23 de março	13:30	Capela/Rio Furtados	00:58:42
Malu	24 de março	09:00	Capela/Rio Furtados	00:53:01
Any	24 de março	13:00	Capela/Rio Furtados	01:21:39
Gaspar	24 de março	16:00	Capela/Rio Furtados	02:06:07
Eder	24 de março	18:00	Capela/Rio Furtados	01:18:53

Fonte: Criada pela autora.

Consideramos válido registrar que no dia 22 de março nos deslocamos de Cametá até Rio Furtados via lancha do tipo catamarã que faz o trecho Cametá-Tucuruí. Saímos 12:00 de Cametá e às 13:00, por recomendação de Any, descemos no ponto de parada da lancha mais próximo de Rio Furtados, um grande trapiche¹³² localizado na frente de uma casa de festa bastante conhecida na região.

Neste local, fomos recebidos pelo tio avô de Any, líder comunitário de Rio Furtados, que conhecemos durante pesquisa exploratória. Foi ele que nos conduziu em uma pequena embarcação até a casa de Any, em Rio Furtados (Figura 36).

¹³² Nome popular para estrutura de madeira construída para parada de embarcações de diferentes tamanhos.

Figura 36 – Embarcação usada em parte da viagem da área urbana de Cametá (PA) até Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Como estávamos com muita bagagem (equipamentos de filmagem, material da pesquisa e suprimentos para alimentação durante a estada na casa de Any), se não fosse o conhecimento do tio de Any para organizar e balancear o peso da bagagem e, dos passageiros no barco e sua experiência de conduzir a embarcação neste horário que as águas estão agitadas, a viagem teria sido arriscada e até mesmo nós paraenses – mas estrangeiros àquela realidade – teríamos receio de fazer o percurso dessa forma. A viagem durou menos de 20 minutos e parte dela foi filmada.



<https://goo.gl/ssWVoh>

Fazemos esse registro, pois para nós uma situação pontual como essa evidencia as marcas da vida no rural ou nos “rurais” que coexistem nos extremos do Brasil. Trata-se de uma lógica de conhecimento e diálogo com a natureza a partir do qual os moradores parecem saber o que é ou não arriscado a cada momento, sempre a partir dos sinais da natureza articulados com o saber adquirido na vida cotidiana no local. Dinâmica que, mesmo sendo do mesmo estado, não somos capazes de interpretar. Assim, fazer a viagem na embarcação com o tio de Any, nos deixou muito emocionadas e nos remeteu ao nível de confiança e respeito que havia na relação estabelecida com essas pessoas, que, certamente, nunca nos colocariam em risco se assim percebem naquela situação.

Para nós, laços como esse vão além do que a pesquisa científica alcança em seus procedimentos e normas, já que consiste em uma abertura dos sujeitos de diferentes realidades ao diálogo com o estrangeiro. São essas matrizes que compõem esse Brasil

diverso, e foram elas que marcaram nossa pesquisa do início ao fim e que a tornaram possível, a partir dos modos de participação e envolvimento das pessoas neste estudo.

Em Tavares, as entrevistas semiestruturadas foram realizadas no período de 29 a 31 de agosto de 2018. Dos 12 participantes recrutados, apenas 10 concluíram a pesquisa, sendo cinco de cada sexo¹³³. Todas as entrevistas foram integralmente gravadas em áudio e vídeo e ocorreram na sala de vídeo da Escola Municipal de Ensino Fundamental “Profa. Izabel Cristina Lemos Menegaro” (Figuras 37 e 38).

Figura 37 – Organização da sala para entrevistas em Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

¹³³ As justificativas apresentadas para a desistência foram: no caso do jovem (24 anos) ele alegou não ter tido tempo de fazer o preenchimento, logo seu diário e entrevista trariam pouca ou nenhuma contribuição para a pesquisa; no caso da jovem (21 anos), ela nos informou horas antes da entrevista que tinha tido um mal estar, e como ela estava grávida, foi recomendado repouso.

Figura 38 – Participante durante entrevista em Tavares (RS)

Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Na Tabela 8, a agenda de entrevistas realizadas em Tavares. Ao todo foram registradas 17 horas e 53 minutos de entrevistas com os 10 jovens, sendo 1h47 o tempo médio de duração por participante.

Tabela 8 – Agenda de entrevistas realizadas em Tavares (RS)

Participante	Data	Horário	Local	Tempo de duração
Leonardo	29 de agosto	14:00	Escola Municipal/Tavares	02:15:08
Aleta	29 de agosto	20:30	Escola Municipal/Tavares	00:59:19
Marcos	30 de agosto	09:00	Escola Municipal/Tavares	01:52:36
Alice	30 de agosto	11:00	Escola Municipal/Tavares	02:11:17
Vinicius	30 de agosto	14:00	Escola Municipal/Tavares	01:13:50
Jonas	30 de agosto	16:00	Escola Municipal/Tavares	00:58:31
Alex	30 de agosto	18:00	Escola Municipal/Tavares	02:19:42
Carol	30 de agosto	20:30	Escola Municipal/Tavares	02:56:33
Stela	31 de agosto	10:00	Escola Municipal/Tavares	01:38:43
Carla	31 de agosto	11:30	Escola Municipal/Tavares	01:31:34

Fonte: Criada pela autora.

A variação de tempo de entrevista em Tavares se deve ao fato de, entre alguns participantes, o preenchimento do diário ter suscitado auto-reflexões sobre outros aspectos de sua vida diária, além do consumo de vídeos. Durante as entrevistas,

alguns deles, além de comentarem de forma mais detalhada os cartões, confidenciarem questões pessoais que iam além do escopo do estudo, tais como situações sobre suas carreiras profissionais (receios e planos futuros) além de problemas enfrentados em suas casas e famílias, estes diretamente associados aos modos como assistem vídeo. Acreditamos que isso ocorreu por termos tido mais tempo de convivência com alguns deles, conforme explicamos na próxima seção.

Tal como fizemos com o total de cartões preenchidos pelos jovens, é interessante destacar que o total de horas de gravação dos 21 participantes foi 31 horas e 34 minutos, sendo 1 hora e 30 minutos o tempo média por jovem entrevistado.

5.2.3 Contato com participantes durante a pesquisa

Ainda que recomendado por alguns autores, durante o período de preenchimento do diário não fizemos nenhum contato com os participantes tanto no pré-teste em Leuven quanto na pesquisa de campo em Cametá. Em ambos os casos, recebemos mensagens muito pontuais dos participantes pedindo esclarecimentos para dúvidas que surgiram durante a pesquisa. No caso do pré-teste, o contato foi feito por Lore via e-mail. Já em Cametá, via *WhatsApp* (via número disponibilizado no cartão de instruções) por Gaspar e Eder.

Diferente dos demais locais, em Tavares esse contato foi constante e se tornou uma particularidade do contato com os jovens do município. Acreditamos que, pelo fato de termos permanecido na cidade, tivemos contato mais direto com eles, tanto por encontrá-los quase que diariamente nas ruas e/ou em atividades desenvolvidas na cidade (na escola, no supermercado, na igreja, no restaurante ou mesmo na rua), quanto por alguns deles terem se sentido à vontade para nos escrever por *WhatsApp* e tirar dúvidas sobre o preenchimento do diário e inclusive nos convidar para diferentes atividades (jantares, missas, encontros de amigos, entre outros).

Marcos, Stela e a participante que desistiu da pesquisa enviaram mensagens com dúvidas (inclusive via gravação de áudio) ou indicando que estavam gostando de fazer a pesquisa.

[18:39, 20/8/2018] Stela: *Estou amando fazer parte do seu trabalho* (STELA, 2018).

[14:33, 21/8/2018] Marcos: *Ok, esta sendo tranquilo para preencher as cartinhas, e como falei será um prazer fazer parte dessa pesquisa, obrigado e até mais, abraço tenha um ótimo dia* (MARCOS, 2018).

[14:01, 21/8/2018] Alice: *Até eu tô ansiosa para ver o final do resultado*
[14:02, 21/8/2018] Alice: *E ver oq eu ando assistindo* (ALICE, 2018).

Da mesma forma, como não tínhamos uma definição quanto ao local onde a entrevista ocorreria, nos comprometemos a enviar mensagem via *WhatsApp* para confirmar o local da entrevista. Nesse contato, também lembramos os participantes de trazerem seus diários e no caso de Carol, ela nos respondeu, “Pode deixar, tá sempre comigo ☺” (CAROL, 2018), claro indicativo do envolvimento dos jovens de Tavares com a pesquisa.

5.3 Sistematização e análise de dados

Após a pesquisa de campo em cada município, iniciamos o processo de sistematização dos dados construídos juntamente com os participantes. As entrevistas foram integralmente transcritas para posterior análise temática, feita por participante. Ao analisarmos as entrevistas, priorizamos quatro assuntos principais: (i) dados contextuais, incluindo confirmações de informações preenchidas nos cartões de perfil; (ii) disponibilidade de tecnologia e *repertório de mídia*; (iii) evidências/detalhamento sobre as situações de assistência relatadas no diário, incluindo acréscimos, correções, descrição mais aprofundadas, entre outros; (iv) opinião sobre a estratégia metodológica da pesquisa e como havia sido sua participação.

Para sistematização dos diários, o primeiro passo foi ler todos os cartões de cada participante e verificar/solucionar, a partir das entrevistas, possíveis lacunas de preenchimento. Nesse processo fizemos a contagem dos cartões e ordenamos os mesmos de forma cronológica (data e horário). Em seguida, digitamos o conteúdo de cada cartão em uma base de dados construída no Excel, que continha tanto células para respostas das perguntas abertas, quanto campos com preenchimento condicionado para as respostas de perguntas fechadas do cartão formulário relativas a: tela (TV, smartphone, tablet, notebook e desktop existentes no cartão, e SmartTV, TV+desktop e TV+notebook acrescentado por nós); tipo de conteúdo (*ao vivo, sob demanda, baixado*, além de *gravado* que acrescentamos); conexão à internet (offline, Wi-Fi ou dados móveis); tipo de audiência (sozinho, eu e 1, eu e 2+); além de perguntas extras relacionadas à opinião, forma de seleção, uso de segunda tela.

Para agilizar o processo de digitação, estabelecemos colunas extras para

categorizar algumas informações durante a tabulação dos dados, por exemplo: origem do conteúdo (estrangeira, nacional ou local); gênero/formato do conteúdo; tipo de fonte (paga, gratuita, pirata); período do dia (manhã, tarde, noite e madrugada); tipo de dia (durante a semana ou fim de semana). No Apêndice 5, trazemos exemplo planilha de um dos participantes gerada a partir da base de dados.

Concluída a digitação dos cartões, atribuímos um código escrito à mão em cada cartão (Figura 39). Por exemplo, aos cartões de Leandro, o primeiro entrevistado em Tavares, atribuímos códigos como TP1_C1-58, que variam de acordo com a ordem de realização de entrevista e o número de cartões preenchidos. O referido código significa: de Tavares, participante número 1, cartão número 1 de 58. O código de cada cartão foi também lançado na base de dados, onde cada linha representa um cartão/situação de assistência.

Figura 39 – Exemplo de cartões com codificação manual



Fonte: Acervo de pesquisa da tese.

Ao todo foram feitas 846 entradas na base de dados, relativas ao total de cartões preenchidos pelos participantes na pesquisa de campo, sendo 431 de Cameté e 415 de Tavares. Para processamento de dados (cruzamento de até três variáveis), os dados individuais foram integrados em uma planilha única por município.

No que tange ao processo de análise dos dados construídos, esta foi dividida em três fases. A primeira fase consiste em uma descrição detalhada dos grupos de participantes por município e posterior aproximação das realidades estudadas. Esta foi orientada/estruturada a partir de três eixos principais:

- Perfil dos participantes e uma breve contextualização das realidades onde eles

vivem;

- Disponibilidade de tecnologias entre os participantes, bem como informações sobre o *repertório de mídia* dos mesmos;
- Informações registradas nos diários no que tange a cada uma das dimensões que constituem o consumo de vídeo: tela, conteúdo, fonte de conteúdo/provedor, local e temporalidade.

Os resultados da primeira fase de análise são apresentados nos Capítulos 8, 9 e 10. Na segunda fase realizamos o cruzamento e interpolação das variáveis condições de assistência e formas de seleção de conteúdo – identificadas durante a primeira fase de análise. Esta interpolação viabilizou a criação de uma categoria de análise que denominamos níveis de uso de mídia. Ao todo foram identificados cinco níveis, conforme detalhamento apresentado no Capítulo 11.

Para isso, realizamos um segundo nível de codificação aberta (*open coding*) dos cartões lançados na base de dados, aos quais atribuímos um tipo de condição de assistência (*existentes, parcialmente criadas ou criadas*) e um tipo de forma de seleção de conteúdo (estava passando na TV ou no local onde estava; estava passando na minha timeline; fui notificado/me recomendaram ou enviaram; busquei diretamente; criei o vídeo).

Com os cartões devidamente categorizados, processamos o cruzamento de dados dessas duas variáveis por participante, gerando números absolutos de cartões e valores percentuais de cada participante. Em seguida, a cada percentual resultante da intersecção das duas variáveis atribuímos pesos matemáticos previamente criados para cada tipo de situação experienciada.

Ainda que seja um recurso matemático simples, optamos por detalhar diretamente no Capítulo 11 como esse processamento de dados foi desenvolvido, onde são definidos os níveis de uso de mídia de cada um dos 21 participantes da pesquisa de campo.

Na terceira e última fase da análise consolidamos a caracterização dos fluxos interacionais identificados entre os jovens brasileiros, a partir das evidências que emergiram nas primeiras duas fases. Os resultados desta fase são apresentados no Capítulo 12.

Neste capítulo, apresentamos como aprimoramos a nossa estratégia metodológica, como recrutamos pessoas no Brasil e algumas diferenças entre os

procedimentos adotados no pré-teste na Bélgica. Também descrevemos a quantidade de dados coletados em Cametá e em Tavares e algumas das diferenças de como abordamos os participantes durante e após o preenchimento do diário.

A principal contribuição deste capítulo é mostrar ao leitor como fizemos o estudo de campo no Brasil e como, com base na quantidade de dados coletados, estabelecemos os processos de sistematização e análise de dados. Também se destacam algumas reflexões sobre o impacto da estratégia metodológica entre os participantes e como esta atuou, entre eles, como um fator de engajamento com a pesquisa.

Com este capítulo concluímos a Parte 1 da tese, voltada à apresentação detalhada dos aportes teórico-metodológicos acionados para compreensão do fenômeno estudado, bem como as etapas metodológicas realizadas. Esperamos que as informações que apresentamos até aqui favoreçam a leitura dos resultados desta investigação, expostos na Parte 2 da tese, composta de sete capítulos e que tem início nas páginas a seguir.

PARTE 2

6

CONTEXTO TECNOLÓGICO NO BRASIL¹³⁴

Neste capítulo, apresentamos os resultados do levantamento de dados contextuais empreendido para compreensão e caracterização do contexto de avanço tecnológico no Brasil. Para isso, detalhamos dados relativos às regiões Norte e Sul do Brasil, os estados do Pará e do Rio Grande do Sul, tanto das capitais e regiões metropolitanas, Belém e Porto Alegre, respectivamente, e áreas rurais de ambas.

Como explicitado no Capítulo 2, partimos dos dados do PNAD-IBGE, posteriormente articulados a alguns dos resultados das pesquisas TICs Domicílio e Rede Brasil Conectado. Além de dados sobre acesso à internet, posse de TV e práticas de consumo de dispositivos móveis conectados, neste capítulo caracterizamos quatro grandes processos que tem contribuído para a reconfiguração do cenário de produção, distribuição e consumo de TV e vídeo em geral no Brasil.

6.1 Dados sobre o acesso à internet

De acordo com dados do IBGE (2015a) detalhados na Tabela 9, em 2014 54,9% dos domicílios particulares permanentes¹³⁵ brasileiros tinham acesso à internet, o que equivalia a quase 60% da população.

¹³⁴ Parte da discussão empreendida neste tópico foi apresentada na *6th Iberoamerican Conference on Applications and Usability of Interactive TV (JAUTI2017)*, evento realizado na Universidade de Aveiro (UA), Aveiro (Portugal), nos dias 12 e 13 de outubro de 2017, e publicada nos anais da conferência (MIRANDA, 2017).

Tabela 9 – Percentual de acesso à internet nos domicílios brasileiros em 2014

Região/Acesso	Domicílios com internet (%)	Moradores em domicílios com internet (%)
Brasil	54,90	59,20
Centro-Oeste	56,50	62,20
Nordeste	44,60	47,40
Norte	42,20	45,80
Sudeste	62,90	68,40
Sul	58,20	63,80

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Comparando os dados das regiões estudadas, observamos que enquanto 58,3% dos domicílios no Sul possuíam internet, 44,6% dos lares no Norte estavam conectados. Em termos populacionais, porém, o Sul possuía 10,5 milhões de pessoas sem acesso à internet em casa, enquanto no Norte, tratavam-se de 9 milhões¹³⁶.

Por outro lado, dos quase 120 milhões de brasileiros conectados em 2014 – sendo 18,4 milhões no Sul e 8,1 milhões no Norte, conforme Tabela 10 –, mais de quatro milhões de brasileiros não tinham rendimento e/ou apresentavam renda de ¼ de um salário mínimo.

Tabela 10 – Renda mensal dos moradores de domicílios com internet das Regiões Norte e Sul em 2014

Renda mensal domiciliar (per capita/Região)	Moradores de domicílios com internet (número absoluto por 1000 pessoas e percentual)		
	Brasil	Norte	Sul
Sem rendimento a 1/4 do salário mínimo (2)	4 381 (3,7%)	536 (6,6%)	279 (1,5%)
Mais de 1/4 a 1/2 salário mínimo	14 344 (12,0%)	1 570 (19,3%)	1 172 (6,3%)
Mais de 1/2 a 1 salário mínimo	31 883 (26,6%)	2 620 (38,2%)	3 921 (21,2%)
Mais de 1 a 2 salários mínimos	35 393 (29,5%)	1 762 (32,2%)	6 858 (37,1%)
Mais de 2 a 3 salários mínimos	12 878 (10,7%)	653 (8,0%)	2 618 (14,2%)
Mais de 3 a 5 salários mínimos	8 588 (7,2%)	396 (4,9%)	1 844 (10,0%)
Mais de 5 salários mínimos	7 073 (5,9%)	250 (3,1%)	1 238 (6,7%)
Total	119 885 (100,0%)	8 143 (100,0%)	18 465 (100,0%)

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

¹³⁵ Segundo classificação do IBGE (2015a), os referidos domicílios podem ser: próprio já quitado, próprio em aquisição, alugado, cedido ou outro (que não se enquadram nas condições citadas, por exemplo, casos de invasão).

¹³⁶ A população total das regiões Sul e Norte – considerando os números do PNAD 2014 (IBGE, 2015a) –, são, respectivamente, 29.036.620 e 17.232.190, sendo assim, os percentuais de excluídos digitais correspondem a cerca de 36,2%, no Sul, e 52,6%, no Norte. Na estimativa da população para 2018 (IBGE CIDADES, 2018), os números são 29.754.036 no Sul e 18.182.253 no Norte.

Ainda que esse grupo representasse apenas 3,7% do contingente de brasileiros que tinha internet em casa, este dado corroborou o fato de que pessoas de baixa renda também acessam à rede em casa, apesar de possuírem condições menos favoráveis de conectividade. Mesmo se tratando de um processo bastante excludente, chamou atenção o fato de nas três faixas mais baixas de renda da Tabela 10, o percentual de pessoas conectadas na Região Norte ser significativamente superior ao de moradores do Sul, chegando a uma diferença de 13 pontos percentuais mais pessoas com renda entre $\frac{1}{4}$ e $\frac{1}{2}$ salário mínimo conectadas no Norte do que no Sul.

Com base nos dados de acesso nas grandes regiões brasileiras, identificamos a já esperada predominância, tanto no Sul quanto no Norte, de acessos à internet nas áreas urbanas se comparado às rurais. Na Região Norte, dos 8,1 milhões de moradores conectados, 7,6 milhões estavam nos espaços urbanos e apenas 500 mil tinham acesso à rede nos ambientes considerados rurais, gerando uma exclusão de outros 3,6 milhões de pessoas que residiam no interior dos sete estados da região. No caso do Sul do país, do total da população conectada (18,5 milhões) 17,8 milhões estavam nas cidades e 1,4 milhões na zona rural. Ainda que a população do Sul seja significativamente maior que a do Norte, a quantidade de pessoas que mora no campo e que não têm internet era inferior (2,6 milhões). Em ambos os casos, notamos que mais da metade dos moradores das áreas rurais, embora com clara diferença de acesso entre Norte e Sul, não tinham acesso à Internet.

Ao observarmos os dados de acesso à internet nos estados que compõem o universo da pesquisa e suas respectivas Regiões Metropolitanas (RM)¹³⁷, vimos que as realidades de acesso eram bastante distintas, conforme Tabela 11.

Tabela 11 – Percentual de acesso à Internet nos domicílios do Pará e do Rio Grande do Sul e suas respectivas RM em 2014

Região/Acesso	Domicílios com internet (%)	Moradores em domicílios com internet (%)
Norte	44,6	47,4
PA	41,3	44,2
RM de Belém	62,0	66,9
Sul	58,2	63,8
RS	59,0	65,3
RM de Porto Alegre	67,5	72,8

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

¹³⁷ No caso do Norte, a única Região Metropolitana considerada no detalhamento dos resultados do PNAD 2014 (IBGE, 2015a) foi a de Belém. Já no Sul, as RMs de Porto Alegre e Curitiba entraram no detalhamento.

No caso do Pará, o acesso à internet nos domicílios do estado (41,3%) era inferior à média da Região Norte (44,6%). Já na Região Metropolitana de Belém, o percentual de conexão alcançou a marca da Região Sudeste, que tinha 62,9% dos domicílios conectados, segundo a pesquisa TICs Domicílios 2014. Vale ressaltar que, no Norte, o Pará era o sexto dentre os sete estados da Região com menos domicílios com acesso à internet, à frente apenas do Tocantins, que apresentava apenas 37,3% de domicílios conectados. Dentre os estados nortistas, os que apresentaram os maiores percentuais de acesso foram Roraima (57,4%) e Amazonas (50,9%), sendo os únicos nos quais mais da metade dos lares tinham conexão à internet¹³⁸.

No caso do Rio Grande do Sul, o acesso à internet já era realidade para quase 60% dos lares, equivalente a 65,3% dos moradores, conforme Tabela 11. A Região Metropolitana apresentava nível de acesso superior ao restante do Estado, com 67,5% dos domicílios e 72,8% da população com acesso à internet. A Região Metropolitana (RM) de Porto Alegre, inclusive, em 2014 era a mais conectada da Região Sul e no âmbito nacional estava atrás apenas da Grande São Paulo, com 71,3% dos lares com acesso¹³⁹.

Comparando os dados de acesso dos domicílios do Pará e do Rio Grande do Sul, a diferença identificada foi de 17,7 pontos percentuais mais lares conectados no RS e cerca de 21,1 pontos percentuais mais moradores incluídos. Quando aproximamos as realidades das RMs, porém, a diferença entre o percentual de população conectada caiu para 5,9 pontos percentuais, sendo Belém com 66,9% e Porto Alegre com 72,8% de seus moradores com acesso à internet.

Nas Tabelas 12 e 13, observamos os dados relativos à posse de computadores do tipo *desktop* e outros dispositivos usados para acesso à internet nos domicílios brasileiros e, especificamente, nas regiões Norte e Sul (áreas urbanas e rurais), nos estados do Pará e do Rio Grande do Sul e nas RMs que integram o universo pesquisado.

¹³⁸ Em termos populacionais, os estados do Amapá e de Rondônia também devem ser contabilizados como estados que têm mais da metade da sua população conectada, sendo, respectivamente, 57,1% dos moradores do Amapá, e 51,7% de Rondônia.

¹³⁹ Considerando os dados de acesso no Distrito Federal, com 75,1% dos lares conectados, acreditamos que Brasília tenha percentual superior à Região Metropolitana de São Paulo e Porto Alegre, entretanto, os dados disponibilizados no PNAD 2014 não consideram nenhuma RM no Distrito Federal.

Tabela 12 – Percentual de domicílios com acesso à internet por tipo de dispositivo em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Equipamentos a partir dos quais acessa a internet/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	36 814	35 074	1 740	2 202	2 073	128	936	400	5 981	5 559	421	2 403	1 035
Por microcomputador	76,60	77,60	56,70	50,50	50,90	43,90	40,60	48,00	83,20	84,0	72,6	79,8	80,3
Somente por microcomputador	17,40	*	*	7,00	*	*	4,40	4,00	23,60	*	*	23,6	19,4
Por tablet	21,90	*	*	12,00	*	*	10,20	12,50	21,10	*	*	20,8	25,1
Somente por tablet	0,50	*	*	0,20	*	*	0,10	0,10	0,50	*	*	0,6	0,5
Por telefone celular móvel	80,40	80,90	71,90	92,50	93,00	84,40	95,30	95,80	73,70	74,9	58,0	73,1	77,2
Somente por telefone celular móvel	21,00	*	*	47,60	*	*	57,40	50,10	15,10	*	*	18,5	17,9
Por tablet e por telefone celular móvel	82,40	*	*	93,00	*	*	95,60	96,00	76,20	*	*	76,1	80,3
Somente por tablet ou por telefone celular móvel	23,10	*	*	49,30	*	*	59,30	52,00	16,60	*	*	20,0	19,6
Por TV conectada	4,90	*	*	1,60	*	*	*	*	6,10	*	*	*	*

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Tabela 13 – Percentual de moradores de domicílios com acesso à internet por tipo de dispositivo em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Equipamentos a partir dos quais acessa a internet/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	120 174	113 691	6 484	8 164	7 665	500	3 572	1 469	18 529	17 082	1 447	7 320	3 049
Por microcomputador	75,30	76,40	54,80	49,0	49,30	43,90	39,00	47,20	82,60	83,40	72,50	78,60	78,60
Somente por microcomputador	15,80	*	*	6,10	*	*	4,00	3,40	22,00	*	*	22,00	17,40
Por tablet	22,60	*	*	12,30	*	*	10,30	13,30	21,90	*	*	21,30	26,00
Somente por tablet	0,50	*	*	0,20	*	*	0,10	0,10	0,40	*	*	0,50	0,40
Por telefone celular móvel	82,20	82,70	73,90	93,40	94,0	84,0	95,80	96,40	75,50	76,80	59,60	75,20	79,70
Somente por telefone celular móvel	22,30	*	*	49,10	*	*	59,00	50,70	15,70	*	*	19,60	19,50
Por tablet e por telefone celular móvel	84,00	*	*	93,80	*	*	96,00	96,60	77,80	*	*	77,80	82,40
Somente por tablet ou por telefone celular móvel	24,50	*	*	50,80	*	*	60,90	52,70	17,20	*	*	21,30	21,20
Por TV conectada	4,70	*	*	1,60	*	*	*	*	5,90	*	*	*	*

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Notamos que os meios mais usados para acesso à internet eram o telefone celular móvel e o microcomputador do tipo *desktop*, presentes em, respectivamente, 80,4% e 76,6% dos domicílios brasileiros. Na sequência, apareceu o tablet como meio de acesso à rede em 21,9% dos lares do país.

Sobre o dispositivo mais usado, vale ressaltar que, no Norte, o telefone celular alcançou índices de uso acima da média nacional, mesmo em áreas rurais. Enquanto no Sul, o acesso à internet por celular era realidade para 73,7% dos domicílios – sendo 74,9% nas áreas urbanas e 58% nas rurais –, no Norte, 92,5% dos lares se conectavam por telefone celular – sendo 93% nas cidades e 84,4% no interior. As diferenças se acentuam quando comparamos os números de acesso no Pará e na RM de Belém com os percentuais alcançados pelo Rio Grande do Sul e RM de Porto Alegre. No Pará e na RM de Belém, a conexão por celular nos domicílios foi de, respectivamente, 95,3% e 95,8%. No caso do Sul, esse tipo de conexão foi inferior à média nacional, tanto no RS (73,1%) quanto na RM de Porto Alegre (77,2%).

Diferentemente dos dados do CGi.br (2015), o acesso à internet feito por microcomputador do tipo *desktop* era realidade, segundo PNAD 2014 (IBGE, 2015a), para 76,6% dos domicílios do país e, desse total, 77,6% estava localizado nas cidades, enquanto 56,7% estava nas áreas rurais do país. Na região Sul, o acesso via *desktop* era ainda maior, estando presente em 83,2% dos domicílios da região, sendo 84% na cidade e 72,6% no campo, e em 79,8% dos lares gaúchos e 80,3% porto-alegrenses. Quando observamos os dados do Norte, a média nacional caiu mais de 20 pontos percentuais. O acesso à internet por computador de mesa ocorria para pouco mais da metade dos domicílios da região, sendo 50,9% nas áreas urbanas e 43,9% nas rurais. No Pará os números eram ainda mais baixos: 40,6% no estado e 48% na RM.

Podemos observar que, no Sul, o uso de diferentes suportes para acesso à internet era mais equilibrado do que no Norte. O telefone celular, por exemplo, que é uma tecnologia bem mais acessível à população de baixa renda, se configurava como o único dispositivo de conexão de 47,6% dos lares nortistas, o que equivalia a quase metade da população da região (49,1%), conforme Tabela 13. No Pará e na RM de Belém, esses percentuais subiam para 57,4% e 50,1%, respectivamente. Enquanto isso, na parte sul do país, só 15,1% dos domicílios usavam apenas o telefone celular para se conectar à internet.

Se considerarmos os números de acesso apenas por microcomputador de mesa, os números se invertiam entre Norte e Sul. Enquanto 23,6% dos lares sulinos possuíam conexão apenas pelo computador, 7% tinham esse acesso disponível no

Norte. Ao compararmos os estados, Pará e Rio Grande do Sul, a diferença era maior, sendo 23,6% no RS e 4,4% no PA.

Ainda sobre os suportes usados para conexão, vale ressaltar o percentual de uso de tablets, que, no Norte e Pará, eram de, respectivamente, 12% e 10,2%, e, no Sul e Rio Grande do Sul, eram de 21,1% e 20,8%. Mesmo nas RMs que compõem o universo da pesquisa, a diferença de posse de tablets era acentuada, sendo de 25,1% em Porto Alegre contra 12,5% em Belém. Em termos populacionais, o uso do tablet ainda estava restrito a pouco mais de 20% dos moradores do Sul e a pouco mais de 10% dos moradores do Norte.

Ressaltamos ainda que, no último relatório do PNAD 2014 (IBGE, 2015a), foram levantadas informações relativas ao acesso à internet via aparelhos de TV que são em número reduzido de Smart TVs ou TVs conectadas nos domicílios brasileiros, presente em apenas 4,9% dos lares. No Norte, o percentual ficou abaixo da média nacional, com apenas 1,6% dos domicílios, o que equivalia a 1,6% da população da região. Já no Sul, o percentual era acima da média nacional, 6,1%, o equivalente a 5,9% dos moradores da região. Isso significava que, em 2014, dos 120 milhões de brasileiros conectados apenas 5 milhões possuem acesso à internet via aparelhos de TV, que como se sabe apresentam ainda hoje altos custos e exigem conexão à internet via banda larga fixa e cabeada.

Se aproximarmos o número de brasileiros que em 2014 eram usuários de *Netflix* do uso de Smart TV, estes pareciam ter uma clara convergência. Até dezembro de 2015, pelo menos 2,2 milhões de brasileiros possuíam contas e consumiam vídeo sob demanda a partir do *Netflix*.

Foi interessante observar que o *Netflix* possuía, em 2016, 81 milhões de usuários em todo o mundo, oriundos de mais de 190 países (NETFLIX, acesso em 28 jun. 2016). Esse número, porém, era menor do que o quantitativo de brasileiros que tinha acesso ao conteúdo da TV aberta, quase 200 milhões de pessoas (IBGE, 2015a). Ainda que as práticas de consumo de VoD em diferentes plataformas tenham crescido exponencialmente nos últimos anos no Brasil, estas não podem ser observadas de forma isolada e tampouco encaradas como o principal elemento de reconfiguração do consumo *televisivo*. Como já mencionado, além de dispositivos conectados, o acesso a esses serviços está condicionado à disponibilidade de internet com nível razoável de velocidade para carregamento e reprodução dos vídeos online¹⁴⁰.

¹⁴⁰ Conforme orientações da *Netflix*, por exemplo, para acesso ao conteúdo da plataforma é necessário no mínimo 0,5 megabits por segundo de velocidade de conexão de banda larga (NETFLIX, acesso em 28 jun. 2016). Já o Globo Play recomenda que “o acesso ocorra em conexão com uma velocidade mínima de 2Mbps” (GLOBO PLAY, acesso

Diante do exposto, é fundamental observarmos os dados relativos aos tipos de conexão disponíveis nos domicílios brasileiros com acesso à internet (IBGE, 2015a)¹⁴¹, apresentados nas Tabelas 14 e 15.

em 28 jun. 2016). Em acesso recente na página da plataforma, vimos que eles dispõem de recurso para teste online da velocidade de conexão do usuário chamado “Speed Test” (<https://fast.com/>).

¹⁴¹ No mapeamento feito pelo IBGE, são consideradas formas de conexão por banda larga fixa: DSL, cabo de televisão por assinatura, cabo de fibra óptica, satélite e rádio. Já as tecnologias de acesso banda larga móveis são 3G e 4G (IBGE, acesso em 21 jun. 2016).

Tabela 14 – Percentual de domicílios com acesso à internet por tipo de conexão em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Tipos de conexão à Internet/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	36 814	35 074	1 740	2 202	2 073	128	936	400	5 981	5 559	421	2 403	1 035
Via conexão discada	2,80	*	*	3,30	*	*	*	2,80	2,8	*	*	*	*
Somente via conexão discada	0,80	*	*	0,70	*	*	*	1,00	1,0	*	*	*	*
Via banda larga fixa	71,90	73,00	49,00	42,50	43,10	32,10	32,40	43,70	76,8	77,9	62,2	69,8	71,1
Somente via banda larga fixa	35,70	*	*	14,60	*	*	9,60	47,10	47,1	*	*	40,4	35,3
Via banda larga móvel	62,80	62,80	62,90	84,20	84,80	75,40	89,90	51,10	51,1	51,5	46,2	58,3	62,6
Somente via banda larga móvel	26,30	*	*	55,00	*	*	65,90	21,40	21,4	*	*	28,6	26,5
Via banda larga fixa e móvel	35,50	*	*	27,40	*	*	22,70	28,90	28,9	*	*	29,0	35,2

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Tabela 15 – Percentual de moradores de domicílios com acesso à internet por tipo de conexão em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Tipos de conexão à Internet/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	120 174	113 691	6 484	8 164	7 665	500	3 572	1 469	18 529	17 082	1 447	7 320	3 049
Via conexão discada	2,90	*	*	3,30	*	*	*	*	2,80	*	*	*	*
Somente via conexão discada	0,70	*	*	0,70	*	*	*	*	1,00	*	*	*	*
Via banda larga fixa	70,60	71,90	46,80	40,90	41,50	32,10	30,60	43,00	76,20	77,40	61,30	68,20	69,40
Somente via banda larga fixa	34,70	*	*	13,60	*	*	8,80	9,60	46,70	*	*	38,90	34,20
Via banda larga móvel	63,80	63,70	65,00	85,40	86,00	75,90	90,70	90,10	51,50	51,90	46,90	59,70	63,60
Somente via banda larga móvel	27,60	*	*	56,60	*	*	67,80	56,10	22,00	*	*	30,10	27,90
Via banda larga fixa e móvel	35,10	*	*	26,90	*	*	21,70	33,20	28,60	*	*	28,90	34,70

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

A partir das tabelas foi possível observar que, no panorama nacional, o tipo de conexão mais usada nos domicílios brasileiros era a banda larga fixa (71,9%), seguida da banda larga móvel, utilizada em 62,8% dos lares. Ao distinguirmos, porém, os domicílios localizados nos centros urbanos dos que estavam nas áreas rurais, essa realidade era bastante diferente. Enquanto 73% dos lares urbanos tinham acesso à internet por banda larga fixa, 62,8% utilizava banda larga móvel. Já nos espaços rurais, a maior parte dos domicílios (62,9%) apresentava conexão do tipo móvel, enquanto apenas 49% dispunha de banda larga fixa.

Comparando as regiões Norte e Sul, os tipos de conexão também variavam. No Norte, o acesso nos domicílios era majoritariamente por internet móvel (presente em 84,2% dos lares nortistas, sendo 84,8% nas áreas urbanas e 75,4% nas rurais) em detrimento do acesso por banda larga fixa (presente em 42,5% dos lares da região, sendo 43,1% nas áreas urbanas e 32,1% nas rurais). Já no Sul, a conexão mais comum era a banda larga fixa, presente em 76,8% dos domicílios (sendo 77,9% urbanos e 62,2% rurais), seguida da banda larga móvel, disponível em 51,1% dos lares da região (51,5% urbanos e 46,2% rurais).

Ao aproximarmos os dados dos estados e das RMs, os tipos de conexão seguiam a mesma lógica do acesso à internet em nível regional. No Pará e na RM de Belém, a conexão mais comum nos domicílios era a móvel, presente em quase 90% dos lares de ambos os casos, enquanto apenas 32,4% e 43,7% dos domicílios do Estado e da RM, respectivamente, tinham banda fixa. Já no RS e na RM de Porto Alegre, o principal acesso era por banda larga fixa (69,8% no Estado e 71,1% na RM), enquanto o acesso por banda móvel alcançava 58,3% no Estado e 62,6% na RM.

Essa notória diferença justificava o percentual de 35,5% de municípios brasileiros que possuíam banda larga tanto fixa quanto móvel. Isso significa que bem menos da metade dos brasileiros, apenas 35,1%, possuía os dois tipos de acesso à internet em casa. No Norte e no Pará, o percentual de moradores que dispunha dos dois tipos de conexão em casa era de 26,9% e 21,7%, e no Sul e no RS, o índice era de pouco mais 28% em ambos. Ao observarmos as RMs de Belém e de Porto Alegre, as realidades se aproximavam, já que 33,2% dos moradores da Grande Belém e 34,7% dos da Grande Porto Alegre tinham banda larga fixa e móvel.

Quando observamos os dados de domicílios que possuíam internet apenas por banda larga móvel no universo pesquisado, Norte e Sul novamente se distanciaram.

Mais de $\frac{1}{4}$ dos lares brasileiros conectados em 2014, o equivalente a 27,6% da população, conforme Tabela 15, dispunham apenas de conexão do tipo móvel. No Norte, o percentual de pessoas que contava apenas com essa opção de acesso era de 56,6%, sendo 67,8% dos paraenses e 56,1% dos belenenses. No Sul do país, o percentual era de 22% dos moradores da região, sendo 30,1% do RS e 27,9% da RM de Porto Alegre.

6.2 Dados sobre a posse de TV

Ainda sobre o acesso à tecnologia nos domicílios brasileiros verificamos que apenas 39,8% dos lares do país recebiam o sinal digital de TV aberta, segundo o PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Considerando a recepção do sinal digital em áreas urbanas e rurais separadamente, os percentuais de acesso abrangiam, respectivamente, 43,5% e 15,7% dos domicílios brasileiros, conforme detalhamento por região nas Tabelas 16 e 17. Isso significa dizer que nem mesmo nos centros urbanos do país o sinal de TV digital alcançava metade ou mais dos domicílios.

Tabela 16 – Percentual de domicílios com TV por tipo de recepção de sinal e de aparelho em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Tipos de recepção do sinal de TV e de aparelho disponível/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	65 122	56 489	8 633	4 606	3 647	959	2 107	632	10 056	8 675	1 381	4 005	1 516
Tem TV por assinatura	32,10	35,90	7,50	19,80	23,40	6,00	14,70	22,10	32,50	35,90	11,20	35,90	48,00
Tem somente TV por assinatura	7,40	*	*	3,90	*	*	3,00	2,80	6,40	*	*	7,30	7,50
Recebe sinal digital de TV aberta	39,80	43,50	15,70	32,10	37,30	12,60	26,40	48,60	41,50	45,20	18,30	43,50	60,80
Recebe somente sinal digital de TV aberta	11,70	*	*	12,80	*	*	12,10	27,20	11,30	*	*	11,30	19,50
Recebe sinal de TV por antena parabólica	38,00	31,80	78,50	43,70	34,00	80,80	43,20	8,40	40,70	35,50	73,50	34,00	12,50
Recebe sinal de TV somente por antena parabólica	22,60	*	*	30,70	*	*	32,30	2,20	22,60	*	*	17,50	2,40
Tem TV de tela fina ¹⁴² e de tubo	22,10	24,00	9,40	14,80	16,80	7,30	*	*	28,70	30,50	17,00	*	*
Tem somente TV de tela fina	33,60	35,80	19,50	32,00	34,50	22,50	*	*	30,30	32,20	18,50	*	*
Tem somente TV de tubo	44,30	40,20	71,10	53,20	48,70	70,20	*	*	32,50	35,90	11,20	35,90	48,00

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

Tabela 17 – Percentual de moradores de domicílios com TV por tipo de recepção de sinal e de aparelho em 2014 no Brasil (Urbano e Rural), Região Norte (Urbano, Rural, Pará e Região Metropolitana de Belém) e Região Sul (Urbano, Rural, Rio Grande do Sul e Região Metropolitana de de Porto Alegre)

Tipos de recepção do sinal de TV e de aparelho disponível/Região	Brasil			Norte					Sul				
	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	PA (%)	RM Belém (%)	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)	RS (%)	RM POA (%)
Número absoluto de domicílios (1000 unidades)	198 276	169 918	28 358	16 289	12 781	3 508	7 643	2 162	28 567	24 563	4 004	11 084	4 147
Tem TV por assinatura	33,00	37,20	7,50	20,70	24,60	6,30	15,00	22,90	34,2	37,80	12,40	37,80	50,00
Tem somente TV por assinatura	7,50	*	*	4,20	*	*	3,10	2,70	6,8			7,90	7,90
Recebe sinal digital de TV aberta	40,30	44,40	15,70	32,70	38,00	13,30	26,40	50,00	42,7	46,60	19,00	44,50	62,00
Recebe somente sinal digital de TV aberta	11,60	*	*	12,70	*	*	11,70	27,50	11,1			11,10	19,10
Recebe sinal de TV por antena parabólica	39,20	32,60	79,00	44,20	34,30	80,40	44,50	8,80	41,2	35,90	73,60	34,20	13,20
Recebe sinal de TV somente por antena parabólica	23,30	*	*	30,7	*	*	33,10	2,00	22,3			16,90	2,20
Tem TV de tela fina e de tubo	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Tem somente TV de tela fina	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Tem somente TV de tubo	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados PNAD 2014 (IBGE, 2015a).

¹⁴² TVs de LCD ou LED. Optamos por manter a nomenclatura adotada pelo IBGE (2015a).

No caso da Região Norte, o percentual de recepção do sinal digital era inferior à média nacional em todos os casos, com exceção da RM de Belém, onde a chegada do sinal digital era realidade em 48,6% dos lares. No Pará, por exemplo, apenas 26,4% dos domicílios dispunham de recepção digital, ficando atrás somente do estado do Tocantins, que tinha 18,1% de seus domicílios com sinal digital. Já no Rio Grande do Sul, o sinal digital abrangia 43,5% dos lares do estado e 60,8% dos da RM de Porto Alegre, demonstrando uma condição de acesso completamente distinta da Região Norte e, inclusive, das demais RMs brasileiras, já que Porto Alegre era, à época, a mais digitalizada do país¹⁴³.

Ainda que as realidades de acesso nos extremos do Brasil sejam muito distintas, vale ressaltar que quando aproximamos as áreas rurais das regiões Norte e Sul, os percentuais de recepção do sinal digital convergiam e alcançaram, respectivamente, 12,6% e 18,3% das casas. Dado que revela o quanto o processo de implantação da TV digital no Brasil estava concentrado nas capitais, o que permitia que realidades de acesso completamente diferentes se assemelhassem e apresentassem dificuldades comuns, próprias dos extremos do território brasileiro.

Outro dado que corroborava essa proximidade entre os extremos, foi o percentual de domicílios rurais que dispunham apenas de televisores de tubo no Norte e no Sul do país, sendo respectivamente, 70,2% dos lares nortistas e 64,5% das residências sulinas. A diferença entre esses percentuais era muito pequena se comparados à de domicílios que possuíam tanto os aparelhos analógicos quanto os mais modernos de tela fina, sendo 14,8% na Região Norte e 28,7% na Região Sul.

Para complexificar ainda mais essa aproximação entre as referidas regiões, foi interessante observar que, no caso dos domicílios que dispunham apenas de TV de tela fina, a região Norte estava ligeiramente à frente em termos de acesso aos aparelhos mais modernos do que o Sul do país. Enquanto no Norte 32% dos domicílios tinham TV de tela fina, sendo 22,5% nas áreas rurais, no Sul o percentual era de 30,3%, sendo apenas 18,5% no rural.

Ainda com base nos dados da Tabela 16, constatamos a proximidade entre os percentuais de domicílios que recebiam sinal de TV por antena parabólica. Enquanto na Região Norte o percentual era de 43,7%, no Sul era de 40,7%. Os dados se assemelham quando observamos áreas urbanas e rurais separadamente, sendo 34% nas cidades do Norte e 35,5% nas do Sul, e 80,8% nos espaços rurais do Norte e 73,5% nos do Sul.

¹⁴³ Considerando os dados de acesso no Distrito Federal, com 62,6% dos lares com TV digital, é possível que Brasília tenha percentual superior a POA, entretanto, os dados disponibilizados no PNAD 2014 não consideram nenhuma RM no DF.

Apesar disso, o número de domicílios que só recebiam sinal por antena parabólica é significativo. No Pará, 32,3% dos domicílios possuem essa configuração, enquanto no Rio Grande do Sul essa era a realidade de apenas 17,5% dos lares. Em termos populacionais, isso significava dizer que mais de 33% dos paraenses em 2014 não dispunham de acesso regular ao sinal de TV aberta em suas casas, mesmo com o processo de digitalização em curso no país há sete anos naquele período.

Com base nos dados do IBGE (2015a), foi importante verificar o percentual de domicílios com TV por assinatura no Brasil, cerca de 32%. Entre as regiões Norte e Sul, a diferença de acesso era significativa, sendo 32,5% no Sul, acima da média nacional e 19,8% no Norte. Nos estados e RMs, as distâncias se agravavam, sendo 35,9% no RS e 48% em Porto Alegre, e 14,7% no PA e 22,1% em Belém.

6.3 Dinâmicas de consumo de vídeos a partir de dispositivos móveis conectados

Além dos dados de penetração e acesso à tecnologia no país, foi fundamental o levantamento de informações sobre as práticas de consumo de vídeos entre jovens, visto que o simples acesso não determina as formas de uso e as apropriações dos aparatos.

Para isso lançamos mão de dados da Rede Brasil Conectado, construídos a partir de Questionário Online aplicado em todo o país¹⁴⁴. Entre os mais de seis mil respondentes válidos, o *YouTube* já era entre 2014 e 2015 um dos cinco ambientes mais acessados pelos jovens brasileiros, seja usando celular com acesso à internet, seja smartphone ou notebook/*netbook*, conforme Tabela 18.

Tabela 18 – Ambientes virtuais mais acessados pelos jovens brasileiros

Atividade/Dispositivo	Celular (%)	Smartphone (%)	Notebook (%)
Email	30,90	55,90	70,50
Facebook	35,00	59,80	67,50
YouTube	23,90	46,70	63,30
Instagram ou similar	25,40	48,00	19,30
Mensageiros instantâneos (<i>Gtalk, WhatsApp, Skype, Facebook Messenger</i> e similares)	38,70	63,70	37,30

Fonte: Elaborada pela autora com base nos resultados ponderados do questionário online da pesquisa nacional da Rede Brasil Conectado (2014).

¹⁴⁴ “Questionário online disponibilizado para jovens de todo o país, cujas questões foram fruto dos resultados obtidos em etapas anteriores da pesquisa”. O foco era mapear as práticas dos jovens a partir de 31 questões (das quais seis abertas). Este foi inteiramente discutido com as equipes estaduais durante um encontro realizado em Brasília em dezembro de 2013 (JACKS *et al.*, 2015, p. 14).

Entre as motivações para o acesso ao *YouTube*, segundo dados da Rede Brasil Conectado (2014), estavam: assistir a vídeos de música/bandas (87,6%); assistir vídeos divertidos (58,9%), assistir conteúdos relacionados a programas de TV (38,9%); assistir programas de TV (23,9%) e assistir filmes (23,2%). Havia ainda atividades relacionadas a estudo ou trabalho que figuravam entre as mais comuns entre os respondentes: assistir tutoriais (50,6%) e encontrar/postar material de estudo (40%). Ainda que os jovens tivessem entre suas preferências de consumo o *televisivo*, a fruição e interação com esse tipo de conteúdo não necessariamente estava ocorrendo a partir de um único meio, mas a partir de múltiplas telas.

Dados do CGI.br (2015, p. 151) revelaram que, entre 2014 e 2015, 56% da população brasileira tinha acesso à internet por mais de uma tela, seja pelo computador (de mesa, portátil ou tablet), seja pelo celular. Nas regiões Sul e Norte, o percentual de uso de mais de uma tela seguia a média nacional, sendo, respectivamente, 59% e 53% dos usuários de internet.

Traçando um comparativo entre os dados de posse de tecnologia nos domicílios brasileiros no ano de 2006, que iniciou a implementação do SBTVD-T, e os dados da pesquisa TICs Domicílio 2014 (CGI.br, 2015), observamos que, em quase 10 anos, a TV se manteve o meio de comunicação presente em um maior percentual de lares brasileiros, e meios como o rádio foram ultrapassados pelo telefone celular, que cresceu significativamente nesse período.

Conforme dados da Tabela 19, de 2006 a 2014, o percentual de domicílios com telefone celular passou de pouco mais de 67% para 92%, se aproximando da penetração alcançada pela televisão e ultrapassando meios como rádio que estava presente em 75% dos lares brasileiros. E isso ocorreu de forma similar em pontos distantes entre si do território brasileiro, como as regiões Norte e Sul, nas quais o telefone celular estava presente, respectivamente, em 93% e 94% dos domicílios, ambas bem acima da média nacional.

Tabela 19 – Posse de TICs por domicílios brasileiros nos anos 2006 e 2014

TICs/Ano	2006 (%)	2014 (%)
Televisão	97,0	98,0
Rádio	89,6	75,0
Telefone celular	67,6	92,0
Telefone fixo	49,6	34,0
Computador de mesa	19,3	28,0
TV por assinatura	5,3	31,0
Antena parabólica	15,9	37,0

TICs/Ano	2006 (%)	2014 (%)
Console de jogo	16,3	19,0
Computador portátil	*	30,0
Tablet	*	17,0

Fonte: Elaborada pela autora com base nas pesquisas TIC Domicílios 2006 (CGI.br, 2007) e 2014 (CGI.br, 2015).

Ainda sobre a presença da TV, observamos o aumento dos domicílios com serviço de TV por assinatura, que, de pouco mais de 5%, passou a 31% dos lares brasileiros. No que concerne ao uso das TICs, além do telefone celular houve incremento no uso do computador do tipo *desktop*, que em 2014 estava presente em 28% dos lares, ainda que o percentual desse dispositivo fosse menor que o do computador portátil, disponível em 30% dos domicílios.

Ao compararmos o cenário de acesso de 2006 com o de 2014, sem dúvida, muito se avançou em termos de inclusão da população, conforme Tabela 20.

Tabela 20 – Posse de computador desktop e acesso à internet nos domicílios brasileiros (2006 e 2014)

Região/Ano	2006 (%)		2014 (%)	
	Computador ¹⁴⁵	Acesso à internet	Computador	Acesso à internet
Centro-Oeste	18,88	13,05	28,00	44,00
Nordeste	8,50	5,54	19,00	37,00
Norte	10,39	6,15	16,00	35,00
Sudeste	24,19	18,74	36,00	60,00
Sul	24,63	16,90	27,00	51,00

Fonte: Elaborada pela autora com base nas pesquisas TIC Domicílios 2006 (CGI.br, 2007) e 2014 (CGI.br, 2015).

Entre 2006 e 2014, metade dos domicílios brasileiros possuía acesso à internet, ainda que a distribuição pelas regiões seja completamente diferente. Em 2006, o percentual de lares conectados era de apenas 14,49% (CGI.br, 2007, p.66).

Ao fazermos essa comparação foi interessante notar que a taxa de crescimento do acesso à internet não foi acompanhada pela posse de computadores do tipo *desktop* que aumentou em todas as regiões, e também não justificava a ampliação do acesso à rede que ocorreu no país. Pressupomos que isso está relacionado ao processo acelerado de aquisição de dispositivos móveis no Brasil, especialmente do telefone celular, que em 2014 e 2015 já se configurava como o meio mais usado para acessar à internet, em 76%

¹⁴⁵ Para a montagem da tabela, foram considerados dados apenas da posse de computadores de mesa, já que os modelos portáteis tais como notebook e tablets não foram considerados e ou contemplados nas pesquisas iniciais da TICs Domicílio.

dos lares brasileiros (CGI.br, 2015), informação convergente ao que foi anteriormente apontado pelo IBGE (2015a)

Acreditamos que esse mapeamento e cruzamento inicial de dados contextuais sobre o acesso à internet e a bens de tecnologia, sobretudo a TV, nos domicílios brasileiros, foi fundamental para balizar o mergulho qualitativo e comparativo que empreendemos na Etapa Metodológica 2 da tese. Já nesta primeira contextualização sobre o universo pesquisado, observamos indícios claros dos possíveis processos de consumo de vídeos que são foco de nossa investigação. Isso porque, além da ampliação significativa do acesso à internet de Norte a Sul no país, o perfil de posse e uso de bens tecnológicos se diversificou entre os brasileiros, mesmo em territórios distantes e distintos e entre as camadas mais pobres. Por outro lado, notamos nesta primeira análise a concentração dos acessos nos centros urbanos, em especial nas regiões mais desenvolvidas e que se configuram como “rotas” da oferta e consumo de mídia e bens culturais no Brasil.

Desse modo, imbuídas desses dados, fomos para a pesquisa de campo exploratória cientes de que parte considerável dos brasileiros experienciavam práticas de consumo midiático completamente diferentes de dez anos atrás, sobretudo, no que concerne ao consumo de vídeos, que não se limita mais a um único ambiente e/ou aparelho. Como anunciado no Capítulo 1, trata-se de um cenário de *convergência midiática* e, conseqüentemente, de novas competências dos sujeitos para o uso e apropriação dos aparatos tecnológicos para consumo de vídeos.

6.4 Reconfiguração do consumo de vídeos

Entre as características do cenário de *convergência midiática* (JENKINS, 2009), está o esmaecimento das “fronteiras” entre os aparatos midiáticos e, conseqüentemente, de suas formas de produção, disponibilização e fruição de conteúdos. Para profissionais e pesquisadores da área da Comunicação, mesmo bastante favorável, esse cenário apresenta desafios tanto para a produção mercadológica como para investigação científica de processos de consumo.

Há ainda, ao que nos parece, certo desconhecimento frente às novas possibilidades tecnológicas de exibição, interação e consumo do conteúdo audiovisual disponível no mercado. Ainda que convergentes, todos esses recursos tecnológicos e, por sua vez, as *interações comunicativas* delineadas no âmbito da produção e do consumo, apresentam diferenças entre si e estas precisam ser consideradas e compreendidas em suas particularidades.

No Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T), por exemplo, além da digitalização e conseqüente melhoria na qualidade de imagem e de áudio dos aparelhos televisores, estavam previstas: (i) a ampliação das faixas de transmissão considerando o maior número de espectros disponíveis na tecnologia digital; (ii) a incorporação de recursos de interatividade a partir do *middleware* Ginga¹⁴⁶ via controle remoto; (iii) a circulação de conteúdos da grade televisiva em dispositivos móveis e portáteis a partir da faixa de transmissão *One-seg*¹⁴⁷, entre outras possibilidades.

Apesar de muitas dessas potencialidades da “nova TV” brasileira não terem sido necessariamente implementadas via SBTVD-T, acreditamos que em paralelo à mudança no padrão dos aparelhos televisores, as possibilidades foram ampliadas e desdobradas a partir da incorporação de inúmeros outros recursos e serviços de distribuição do conteúdo audiovisual, atualmente disponíveis no mercado brasileiro.

Essa disseminação, contudo, não foi pautada e tampouco acompanhada pelo processo de implantação do SBTVD-T. Em comparação ao ritmo do mercado, a implementação do sistema brasileiro parece caminhar lentamente e de forma tímida e restrita à melhoria da qualidade da imagem. Tanto é que se constitui como tecnologia pouco conhecida pela população em geral, em paralelo ao fato de que parte considerável dos brasileiros já experimenta novas formas de consumo midiático, seja por meio de plataformas VoD, como *YouTube*, *Netflix* e *Globo Play*, seja pela interação com o público de determinado programa em redes sociais simultaneamente à exibição dos conteúdos oriundos da grade televisiva, inclusive de circuito aberto.

Assim, a partir do mapeamento e análise de dados empreendidos na Etapa Metodológica 1 da pesquisa, identificamos quatro grandes processos que tem contribuído para a reconfiguração do cenário de produção, distribuição e consumo de TV e vídeo em geral no Brasil:

- (I) **Implantação do SBTVD-T** anteriormente citado, que está arrolado em um conjunto de políticas públicas voltadas para a inclusão digital da população brasileira¹⁴⁸. Desde 2006, vários passos vêm sendo dados no sentido de

¹⁴⁶ *Middleware* desenvolvido pelo Brasil que viabilizar os aplicativos de interatividade disponíveis na TV digital. É uma espécie de programa de computador que faz a mediação entre um determinado software e suas aplicações. Ele precisa estar instalado no conversor digital usado para que as aplicações que estejam “embarcadas” e/ou sejam enviadas no carrossel de dados da emissora (via sinal broadcast) sejam executadas.

¹⁴⁷ Trata-se de um serviço de transmissão terrestre de áudio e vídeo para dispositivos móveis que está previsto no modelo japonês de televisão digital, adotado no Brasil. A transmissão em ISDB-T prevê que cada canal seja dividido em 13 segmentos, sendo 12 para transmissão em formato HDTV e um para receptores móveis. Por isso, o termo “1seg” (ou “One Seg”), que se refere ao último segmento ou faixa que compõe o canal de transmissão. No caso do modelo brasileiro, a transmissão para o *one-seg* é feita com 30 quadros por segundo, diferentemente, do Japão, onde são usados apenas 15 quadros por segundo.

¹⁴⁸ Entre as iniciativas do governo federal ligadas ao incentivo da inclusão digital no Brasil está a criação, em 2003, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que tem entre suas atribuições “estabelecer diretrizes estratégicas

regulamentar a distribuição dos espectros de transmissão para viabilizar a chamada multiprogramação (CARDOSO, 2012), bem como normatizar a fabricação e assegurar a distribuição de conversores digitais (*set-top-boxes*) contendo Ginga, seja em aparelhos avulsos para conexão com televisores analógicos, ou embutidos nos modelos de TVs mais recentes. Vale ressaltar que o processo de digitalização previa abranger todo o circuito aberto de televisão no Brasil, mas nos últimos anos, o processo de desligamento (*switch off*) do sinal analógico tem sido adiado, e, desde 2016, tem ocorrido em blocos ainda não prevendo a totalidade do território nacional, com destaque para áreas rurais¹⁴⁹. A primeira fase de desligamento foi feita em 2016 a partir de um projeto piloto no estado de Goiás. Pouco antes, em 2015, foram aprovadas ações do governo visando à distribuição gratuita de conversores digitais de baixo custo para famílias cadastradas no Bolsa Família¹⁵⁰, já com versão específica do Ginga e com aplicativos do governo e outras iniciativas públicas imbuídas de prover conteúdos interativos. A medida foi uma tentativa de assegurar que as faixas sociais mais carentes da população fossem incluídas no processo de digitalização antes do desligamento do sinal analógico. Vale ressaltar ainda que, além da venda de conversores digitais avulsos, foi autorizada a fabricação e venda de televisores de tela fina já com conversor digital SBTVD-T embutido¹⁵¹.

- (II) **Digitalização dos serviços de TV por assinatura** que, ainda que mantenham fluxos de programação segmentados orientados pela lógica broadcast, apresentam hoje diferentes formas de disponibilização e consumo de seus conteúdos, a partir de conversores digitais próprios, que permitem gravação de programas, interatividade via controle remoto, compra de combos ou programas específicos, entre outros recursos. Além disso, observa-se um movimento mais

relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil e propor programas de pesquisa e desenvolvimento relacionados à Internet”, tal como tem sido feito a partir do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br) e seus diferentes departamentos: Cetic.br, Cert.br, Cepro.br, Ceweb.br, Registro.br, Ptt.br, etc. (CGL.br, 2003). Entre as iniciativas, destacamos o Plano Nacional de Banda Larga e as ações de desoneração dos smartphones, assim como a implantação de um Sistema Brasileiro de TV digital interativa que, ainda que não diretamente ligada ao CGI, sem dúvida está ligada às distintas políticas públicas do governo brasileiro voltadas, desde então, para a inclusão digital da população.

¹⁴⁹ O agrupamento mais recente dos municípios que tiveram ou terão sinal desligado até o final de 2018 está disponível Portaria nº 378 de 26 de maio de 2017. Até o final de 2018, previa-se que 1.100 tivesse o sinal desligado, incluindo as capitais e algumas cidades do interior do estado do Pará e do Rio Grande do Sul. Ao todo 67 milhões de habitantes (32% da população brasileira) seriam impactadas. Em 2017, o desligamento abrangeu 191 cidades dos centros mais populosos, logo 58,3 milhões de habitantes foram impactados (28,2% da população do país) (LEAL, 2018).

¹⁵⁰ Programa do governo federal destinado às famílias em situação de pobreza e extrema pobreza, com renda per capita de até R\$ 154 mensais.

¹⁵¹ Decisão do Fórum do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre, que reúne representantes do setor de radiodifusão, fabricantes de equipamentos e acadêmicos.

fluido dos grupos de TV por assinatura para reconfigurar suas grades de programação de modo a estimular interações do público em diferentes plataformas a partir do conteúdo *televisivo*¹⁵², posteriormente acompanhado pelo principal grupo de TV aberta brasileiro, conforme apontado no Capítulo 1, a partir de dados do OBITEL.

- (III) **Comercialização de modelos “prontos” e fechados de aparelhos de televisão conhecidos como Smart TVs** de grandes fabricantes do setor de audiovisual, tais como LG, Samsung, Sony, Toshiba, entre outras. Em uma explicação simplificada, esses aparelhos consistem em computadores em formato de TV, que organizam seus conteúdos a partir da lógica de aplicativos, como dispomos em smartphones. Trata-se de uma grande tela de TV com entrada para cabo de conexão à internet ou acesso Wi-Fi, a partir da qual o usuário pode: (i) usufruir de aplicativos que vêm no modelo do fabricante (previsão do tempo, bloco de anotações, calendário, etc.); (ii) acessar aplicativos de plataformas de VoD como *Netflix* e *YouTube*; navegar pela internet como se estivesse em um computador (via *browser*¹⁵³); (iii) utilizar aplicativos de redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, etc.; (iv) conectar a televisão, por meio de cabos específicos, a outros dispositivos para o intercâmbio de arquivos diversos (músicas, fotos, vídeos, etc.); e ainda (iv) receber o sinal de televisão broadcast a partir da antena UHF de sinal digital, a mesma usada em aparelhos analógicos que contam com o conversor digital do SBTVD-T¹⁵⁴. Esses aparelhos, ainda que bem mais caros, têm dividido e até disputado espaço com as TVs de tela fina comuns fabricadas com conversor digital SBTVD-T embutido¹⁵⁵.
- (IV) **Disseminação de serviços de vídeo sob demanda** disponíveis para assistência de conteúdo audiovisual de diferentes gêneros e formatos (sendo muitos *televisivos*) em múltiplas telas, não necessariamente em televisores. Esses

¹⁵² Esse é o caso do programa de debate intitulado de ‘Bate Bola’ do canal esportivo *ESPN Brasil* que realiza ações de interação com os espectadores por meio de *#hashtags* específicas, sendo uma para cada uma das três edições diárias do programa (*#BateBolaBomDia*; *#BateBolaDebate*; *#BateBolaNaVeia*). Os comentários dos espectadores do programa entram ao vivo durante o conteúdo a partir da chamada e leitura direta dos apresentadores ou ainda por meio de recurso de videografismo que aparece na tela durante todo o tempo do programa para que os *tweets* sejam exibidos ao vivo. Vale ressaltar que esse acompanhamento foi possível por conta do diálogo de nossa pesquisa de doutorado com a pesquisa de TCC e iniciação científica de Antonio Edson Alcântara Bastos, graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FACOM-UFPA, que investigou segunda tela e tinha como objeto empírico as experiências de interatividade da *ESPN Brasil*.

¹⁵³ Navegador de internet.

¹⁵⁴ Esses aparelhos de TV não necessariamente vêm como *tuner* (peça que capta e decodifica o sinal broadcast) para SBTVD-T exatamente por serem fabricadas para funcionar de forma universal.

¹⁵⁵ Sobre as TVs conectadas, Miller (2014, p. 83) comenta: “Nossos brilhantes e novos televisores de tela plana serão destronados se a nova geração de Sony, Samsung, LG Thoshiba, Sharp e Panasonic com streaming de filmes e widgets do Yahoo!/Intel para se conectar à internet com informações sobre o clima e as finanças”.

serviços apresentam uma forma distinta de oferta de conteúdos, não estruturada por uma grade de programação e/ou fluxo contínuo de transmissão. Tratam-se de serviços pagos ou não, nos quais os usuários têm “cardápios” de conteúdos disponíveis para assistência a qualquer tempo, local e dispositivo¹⁵⁶. Em levantamento feito em 2016, identificamos que mais de 60 serviços estavam disponíveis no Brasil. Como destacado no Capítulo 1, essas plataformas têm sido exploradas basicamente por grupos do mercado de internet, como Google com *YouTube* e a Apple com *iTunes* e outros, assim como por conglomerados de produção de conteúdo para TV aberta (Globo, com o *Globo Play*), por assinatura (*NET NOW*, *+Globosat*, *HBO*, *FOX*, entre outros) e para cinema (*Universal Studio*, etc.).

Entendemos que os quatro processos descritos têm ocorrido de forma concomitante e, conseqüentemente, têm implicado novas formas de “ver TV”, especialmente entre os jovens. Além disso, dentre os quatro, dois demandam necessariamente a disponibilidade de conexão à internet. Trata-se de um cenário híbrido entre serviços de broadcast e broadband – incluindo a demanda de softwares destacada por Ladeira (2016). E nele, em certa medida, o acesso à internet é elemento vital para que as novas possibilidades de fruição aconteçam e os recursos de interatividade sejam viabilizados, independentemente do(s) dispositivo(s) tecnológico(s) utilizado(s).

Articulando a contextualização feita a partir de dados quantitativos com os quatro processos que identificamos como chave para o entendimento da reconfiguração dos cenários de produção, distribuição e consumo de vídeos entre os brasileiros, chegamos a mais algumas reflexões sobre o fenômeno estudado.

No que concerne ao processo I, relacionado à digitalização da TV aberta brasileira, foi importante verificar que em 2014 apenas 39,8% dos domicílios possuíam recepção de sinal digital de TV aberta. A digitalização como observamos estava concentrada nos centros urbanos, com destaque para as RMs. Quando observado o percentual de domicílios com TV digital nas áreas rurais, notamos um alcance baixíssimo tanto no Norte quanto no Sul, sendo respectivamente 12,6% e 18,3% das casas. Além disso, em meio a um cenário de *convergência midiática*, chamou atenção o fato de que nas áreas rurais do Norte e do Sul, nem mesmo a TV aberta tenha alcançado ainda todo o território. Isso porque 80,8% dos domicílios do Norte localizados no interior e 73,5% do

¹⁵⁶ Não cabe neste trabalho mas é fundamental considerar ainda os aspectos relacionados à regulação da produção, disponibilização e consumo de conteúdos *televisivos* via serviços de streaming, problematizadas por Massarolo e Mesquita (2016).

Sul utilizavam TV parabólica para o acesso ao sinal aberto de televisão, já que nem todas as emissoras têm malha de cobertura do território nacional.

Em relação ao processo II identificado, relativo à digitalização da TV por assinatura, vale destacar que o acesso a grades televisivas segmentadas não alcançava nem metade da população brasileira, estando presente apenas em 32,1% dos domicílios. E como vimos o acesso no Norte foi inferior ao da região Sul.

Sobre a posse de aparelhos de TV que permitem conexão à internet, essa era uma realidade de apenas 4,9% dos domicílios brasileiros, o equivalente a pouco mais de cinco milhões de pessoas, número inferior ao total da população do estado do Pará, por exemplo. Considerando as características dos processos III e IV, foi fundamental atentar ao fato de que, mesmo que o acesso à internet tenha crescido no país, em 2014 cerca de 71,9% dos domicílios brasileiros possuíam internet do tipo banda larga fixa, mas não necessariamente a largura de banda era de 2Mbps ou mais (ANATEL, 2015). Isso significa que esse total de domicílios conectados não necessariamente possuía conectividade mínima para assistência de vídeos online via serviços de VoD, pagos ou gratuitos.

Sabemos que embora a penetração da rede tenha crescido bastante no país, não necessariamente estamos falando de um recurso que está disponível para toda a população brasileira, diferentemente da TV aberta. Sabemos, porém, que o acesso não é impeditivo, por mais excludente que seja. Afinal, se ainda hoje os brasileiros que não dispõem de fornecimento regular de energia elétrica assistem TV e carregam seus celulares a partir do uso de baterias automotivas¹⁵⁷, não é a falta de acesso à internet ou o acesso a serviços de baixa conectividade que os impede de interagir e/ou estabelecer novas práticas de consumo no âmbito da recepção televisiva e assistência de vídeos online. No entanto, temos clareza que essas formas criativas de acessos acabam “turbando” nossa percepção sobre as diferentes e desiguais realidades de acesso existentes no Brasil, especialmente nos espaços rurais, que precisam ser reveladas a partir de estudos aprofundados.

Portanto, o levantamento e a análise de dados contextuais apresentados neste capítulo foram fundamentais para nos preparar para as pesquisas de campo (Etapas Metodológicas 2 e 8). Segundo Orozco Gómez (2011, p. 384), o contato com dados quantitativos e contextuais ainda são raros em pesquisas de cunho qualitativo, e quando usados agregam ao estudo “uma melhor visão do país e da sociedade”, permitindo assim

¹⁵⁷ Práticas observadas em pesquisa de campo reportadas em Miranda (2010), Rodrigues (2012) e Malcher *et al.* (2012, 2016a, no prelo).

“entender melhor suas interações com as telas”¹⁵⁸. Assim, a contribuição deste capítulo foi a de apresentar uma visão geral dos dados do cenário macrossocial de posse de tecnologia e acesso à internet no Brasil e das localidades estudadas, nas quais mergulharíamos, na sequência, de forma qualitativa.

¹⁵⁸ Tradução nossa dos trechos originais: “una mejor visión del país y de la sociedad”; “entender mejor sus interacciones con las pantallas” (OROZCO GÓMEZ, 2011, p. 384).

7

**PONTOS DE REFERÊNCIA
NO INTERIOR DO BRASIL**

No processo de aproximação às realidades empíricas selecionadas para estudo, foi necessário ter previamente uma noção contextualizada dos locais para onde se estava indo. Assim, realizamos levantamento de dados contextuais a respeito dos dois municípios, os quais proporcionaram o conhecimento de suas histórias, configurações demográficas e indicadores socioeconômicos.

Como uma marca da pesquisa no interior do país, especialmente nas comunidades de pescadores que visitamos, estas mais afastadas das sedes dos municípios, para compreensão da dinâmica de vida nessas localidades foi necessário ainda levantar dados primários junto aos moradores, que são fontes únicas de processos históricos por vezes nunca antes registrados, acessados só a partir de seus relatos orais.

7.1 Ponto de referência no Norte: Cametá

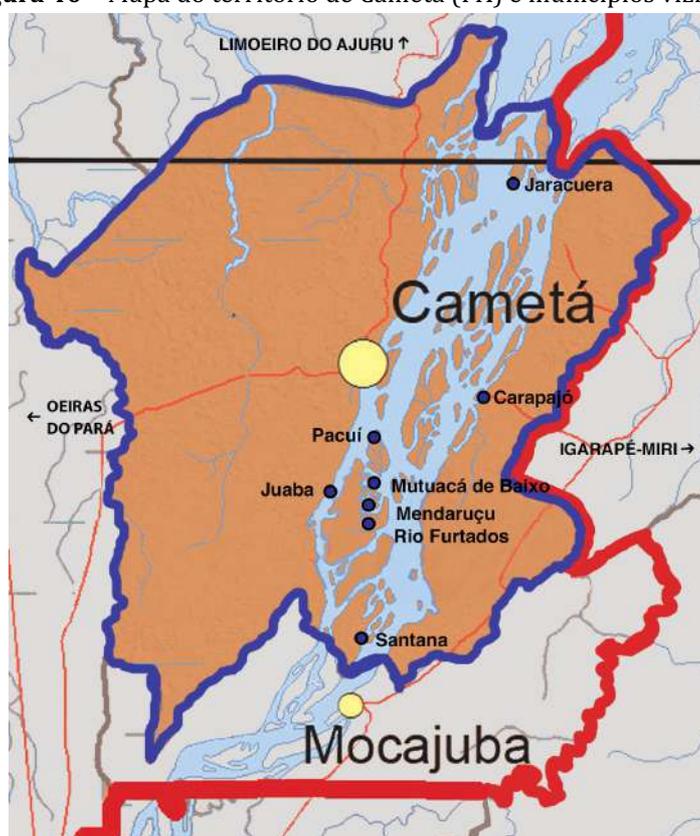
Cametá é um município situado na Região Geográfica Intermediária do Nordeste Paraense e na Região Geográfica Imediata de Cametá¹⁵⁹. Está localizado a 147

¹⁵⁹ Em 2017, o IBGE lançou um novo recorte das regiões geográficas brasileiras, já que a divisão territorial do país se complexificou nos últimos anos e exigiu novas formas de leitura dos espaços geográficos e sobretudo dos fluxos/relações tecidas entre os municípios. O que antes se chamava de Mesorregiões e Microrregiões Geográficas, agora são identificadas, respectivamente, como Regiões Geográficas Intermediárias e as Regiões Geográficas Imediatas. No caso de Cametá, esta pertence à Região Geográfica Intermediária de Belém e é município sede de sua Região Geográfica Imediata. Vale ressaltar que não altere a divisão político-administrativa do território em municípios, Unidades da Federação e Grandes Regiões, o novo recorte está baseado em uma nova proposta de leitura geográfica dos espaços, esta “delineada pela dinâmica dos processos de transformação ocorridos recentemente e operacionalizada a partir de elementos como rede urbana e fluxos de gestão, entre outros” (IBGE, 2017, p. 18).

quilômetros em linha reta de Belém, capital do Estado do Pará, mas o percurso entre as duas cidades pode levar em torno de sete horas, visto que demanda percorrer um trecho via terrestre e outro necessariamente via fluvial (por balsa ou lancha/barco).

O território de Cametá abrange uma área de 3.081.367 km², abarcando o centro urbano e nove distritos: Areião, Carapajó, Curuçambaba, Joaba, Janua Coeli, Porto Grande, São Benedito de Moiraba, Torres de Cupijó e Vila do Carmo do Tocantins. Na Figura 40, é possível visualizar as localidades onde nasceram e/ou residem os jovens participantes da pesquisa, bem como os municípios vizinhos ao território de Cametá.

Figura 40 – Mapa do território de Cametá (PA) e municípios vizinhos



Fonte: Elaborada a partir de dados de IBGE (2016).

Fundada em 1616, Cametá origina-se do trabalho de catequese da Igreja Católica junto às populações tradicionais¹⁶⁰, nesse caso desenvolvido pelo frade capuchinho Frei Cristóvão de São José com os indígenas da tribo dos Camutás. A este religioso foi atribuída a fundação, por volta do ano de 1620, do sítio Camutá Tapera, considerado o primeiro povoado daquela região (MALCHER *et al.*, 2017).

¹⁶⁰ No caso de Cametá, tratam-se de comunidades ribeirinhas, extrativistas, quilombolas e camponesas que vivem em localidades próximas e outras bem afastadas do centro urbano, sendo acessadas por via terrestre ou fluvial (MALCHER *et al.*, 2017).

De acordo com o censo demográfico do IBGE (2010), a população de Cametá é de 120.896 habitantes, dos quais 52.838 (43,7%) residem em área urbana e 68.058 (56,3%) em área rural¹⁶¹. Essa característica de uma população rural maior do que a urbana é comum em 77 (53,4%) dos 144 municípios do Pará.

Considerando a divisão da população em faixas etárias, o município possuía, em 2010, 42.952 crianças (35,5%), 26.172 jovens (21,6%), 42.683 adultos (35,3%), 9.089 idosos (7,5%). Em relação à raça ou cor, são 26.477 brancos (21,9%), 7.060 pretos (5,8%), 860 amarelos (0,7%), 86.485 pardos (71,5%), 14 indígenas (que equivale a 0,011%).

Os dados de 2010 sobre religião revelaram o predomínio (82%) de católicos, seguido por 13,48% de evangélicos, número que provavelmente aumentou tendo em vista a quantidade de igrejas evangélicas encontradas durante nossas visitas ao município e às comunidades mais remotas.

Apesar de ser o 8º dos 144 municípios paraenses em termos populacionais, o nível de escolaridade revelado no Censo 2010 era baixo, sendo a faixa de Ensino Fundamental incompleto e/ou sem instrução a realidade de 67,4% dos habitantes. Aproximadamente 16% apresentava o Ensino Fundamental completo e/ou Ensino Médio incompleto. Já as pessoas que tinham Ensino Médio completo ou Ensino Superior incompleto equivaliam a 14,57% da população. Por sua vez, a porcentagem daqueles que apresentam Ensino Superior completo era de 1,95% (IBGE, 2010).

Apesar disso, a taxa de escolarização de crianças de 6 a 14 anos de idade no município é alta, de 96,7%. Até 2017, segundo IBGE Cidades (2018), existiam 213 estabelecimentos de Ensino Fundamental e 12 de Ensino Médio em Cametá.

Ainda de acordo com o IBGE (2010), a taxa de urbanização das vias públicas¹⁶² era de 15,4%. Apesar de dispor de coleta de lixo, quase metade dos domicílios (49,2%) descartava o lixo a partir de queimas improvisadas feitas na área da própria propriedade.

No que tange a saneamento básico, dentre os mais de 23 mil domicílios 62,1% dispunham de banheiro de uso exclusivo, mas apenas 10,1% desses tinham esgotamento sanitário adequado, o que equivaleria dizer que 108.685 pessoas viviam sem condições mínimas de saneamento em suas habitações¹⁶³. Este aspecto pode estar relacionado ao fato de que 60,3% das habitações de Cametá eram feitas de madeira, o

¹⁶¹ Para 2018, o IBGE Cidades (2018) estima contingente populacional de 136.390 pessoas.

¹⁶² Isso significa para o IBGE que a cidade dispõe de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio.

¹⁶³ No Brasil esse ainda é um problema sério e está relacionado à precariedade da saúde pública. Segundo dados do PNAD Contínua 2017 (IBGE, 2018b), “apenas 66% dos domicílios brasileiros são ligados à rede geral ou fossa ligada à rede” (PARADELLA, 2018).

que equivalia a mais de 14 mil lares. Na sede do município, 43,1% das casas eram de alvenaria com revestimento e 36,6% de madeira. Já nas localidades rurais, 80,9% das habitações eram feitas de madeira.

O acesso à energia elétrica também não era para todos, 85,7%, mesmo tendo sido o município ambientalmente afetado pela construção da Usina Hidroelétrica de Tucuruí¹⁶⁴. Desse total de casas que tem energia elétrica, apenas 65% recebem a ligação de uma companhia de energia com fornecimento regular. O restante utilizava outras fontes de energia entre as quais estavam o gerador elétrico e as baterias automotivas, especialmente nas localidades rurais.

O acesso à água tratada era para 50,1% dos domicílios de Cametá, advinda da rede geral de distribuição. Uma parte significativa das casas (31,4%), porém, não tinha acesso à água tratada, tendo que fazer uso dos recursos naturais como rios, açudes, lagos ou igarapés. Na sequência, apareceram 12% de domicílios que contavam com poços ou nascente de água na propriedade.

Quanto aos aspectos econômicos, o município possui um Produto Interno Bruto (PIB) em reais de R\$ 379.606,00 e PIB per capita de R\$ 2.417,00¹⁶⁵. O valor médio do rendimento mensal dos moradores em 2010 era de R\$ 291,55 (equivalente a pouco mais de 68,00€), abaixo do valor do salário mínimo no Brasil na época. Considerável parcela da população de Cametá (18,15%) vive apenas com meio salário mínimo.

Na economia do município se destacam atividades relativas ao setor de construção, comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas, transporte, armazenagem e correio, alojamento e alimentação, que correspondem a 61,84%. As atividades de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura, indústrias extrativas, indústrias de transformação, eletricidade e gás, água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação contribuem com apenas 4,22% na economia cametaense. As produções agrícolas mais comuns eram, em 2010, o cacau em amêndoa,

¹⁶⁴ As obras da UHE Tucuruí foram iniciadas em 24 de novembro de 1975, durante o regime militar no Brasil, e a usina foi inaugurada, oficialmente, em 22 de novembro de 1984. O objetivo era produzir energia para o Programa Grande Carajás [...], além de pretender integrar a Amazônia ao restante do país. Cabe destacar que a implementação de grandes projetos na Amazônia foi resultado da política de integração desse vasto território, patrocinada pelo Governo Federal. Para o governo, a energia era estratégica e decisiva para a ocupação espacial. Ressaltamos, também, que a implantação desses projetos, como o da hidrelétrica, incentivaram a migração de contingentes populacionais de outras regiões em busca de melhores condições de vida (SILVA, 2013, p. 48). Apesar dos objetivos previstos, a energia produzida pela hidroelétrica não necessariamente atendeu a todos de seu entorno, especialmente os que tiveram suas vidas diretamente afetadas pelos impactos ambientais provocados pela construção da usina. Esta abastece grandes metrópoles como São Paulo, mas não atende às comunidades que vivem nas margens do rio que teve o fluxo alterado. Evidências próprias de países subdesenvolvidos como o Brasil, em que as políticas de desenvolvimento são iniciadas mas não finalizadas e/ou descontinuadas por problemas que vão de corrupção e desvio de recursos ou por desconsiderarem na sua base a necessidade de atender contingentes populacionais mais pobres e que residem em áreas remotas do país.

¹⁶⁵ Valores que se calculados em euro (cotação de 20 de novembro de 2018, de R\$ 4,28 para 1,00€) equivalem a aproximadamente 88.692,99€ (PIB) e 565,71€ (PIB per capita).

a pimenta do reino, a laranja, a banana, o café e o coco. Quanto à pecuária, segundo dados do IBGE (2012), os bovinos, suínos, ovinos, galinhas, frango e vacas ordenhadas eram os de maior produção.

Cametá também possui um vasto e rico patrimônio cultural, composto por bens representativos, patrimônios tombados e áreas naturais conservadas. Entre as áreas naturais destaca-se a “região das ilhas”, com aproximadamente noventa ilhas, distribuídas ao longo da região do Baixo-Tocantins. Entre os rios destacam-se o Mupi, o Cupijó e o Anauerá, este determinando o limite natural, a Oeste, entre Cametá e o município de Oeiras do Pará.

Entre as edificações mais antigas do município, consideradas bens culturais e religiosos de Cametá, se destacam a Catedral de São João Batista, na Praça dos Notáveis, construída em 1757; a Catedral de Nossa Senhora das Mercês, na Praça Joaquim Siqueira; A Capela de Bom Jesus dos Aflitos, na Rua 24 de Outubro, construída em 1825; e a Igreja de São Benedito, construída em 1872. Entre as manifestações culturais marcantes da identidade do município estão a festividade de São João Batista, padroeiro da cidade e o carnaval de rua (MALCHER *et al.*, 2016b, no prelo).

Em relação ao cenário midiático, segundo informações do site Donos da Mídia, em 2015, o município de Cametá possui duas emissoras de TV (TV Cametá¹⁶⁶ e TV Tocantina¹⁶⁷) e duas de rádio (Cametá FM¹⁶⁸ e Rádio Tocantins AM¹⁶⁹). O percentual de posse de tecnologia nos domicílios varia bastante entre as mídias tradicionais e as TICs, conforme Tabela 21.

Tabela 21 – Penetração de tecnologia em Cametá (PA) (Ano base 2010)

Tecnologia/Localidade	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)
Número absoluto de municípios	23 642	10 990	12 652
Televisão	77,4	93,2	63,7
Rádio	63,2	62,8	63,5
Telefone celular	60,2	74,7	47,6
Telefone fixo	3,6	7,1	0,5
Microcomputador	7,8	15,5	1,1

¹⁶⁶ Afiliada à RecordTV e mantida pelo Sistema Vale do Tocantins de Comunicações, uma das empresas do radialista José Adão Costa, que acumula 22 retransmissoras de TV distribuídas no estado (LOBATO, 2016). A emissora não consta no Sistema de Informações dos Serviços de Comunicação de Massa (Siscom), mantido pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). É importante destacar ainda que, mesmo sendo retransmissora, pelo fato de estar localizada na Amazônia Legal, ela tem autorização para produzir até 210 minutos de programação local diária, conforme Portaria n. 93, de 19 de julho de 1989 do Ministério das Comunicações.

¹⁶⁷ Afiliada à *BandTV* e pertencente à Prefeitura Municipal de Cametá. Por conta da legislação anteriormente citada, esse tipo de associação entre poder público e privado acaba sendo comum, já que os concessionários de outorgas de TV tercerizam sua exploração comercial, alterando assim a finalidade para qual aquela faixa de sinal teve funcionamento autorizado.

¹⁶⁸ De cunho comercial e mantida pela Empresa de Radiodifusão Miracatu.

¹⁶⁹ De cunho comercial e mantida pela empresa Rádio Tocantins.

Com acesso à internet	3,1	6,5	0,1
-----------------------	-----	-----	-----

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados do Censo Demográfico 2010 (IBGE, 2010).

Dos 23.642 domicílios contabilizados pelo Censo 2010, 77,4% tinham TV, 63,2% rádio e 60,2% aparelho de telefone celular. O número de linhas fixas era reduzido de forma geral no município, chegando a 3,6%. No caso do microcomputador, apenas 7,8% dispunham do aparelho em Cametá. Ao observamos os dados dos domicílios localizados na área rural, do total de 12.652 lares, mesmo a penetração de mídias consideradas tradicionais, como TV e rádio, era realidade para pouco mais da metade da população, totalizando 63,7% e 63,5% das casas.

Interessante observar que os meios têm penetração praticamente idêntica na zona rural, enquanto na cidade a diferença entre posse de TV e rádio é de mais de 30 pontos percentuais. Possivelmente, isso se deve às limitações de acesso à energia elétrica ainda hoje encontradas nas localidades do interior de Cametá. Nesse caso, os domicílios que dispõem das mídias são os que tem energia ou os que os moradores fazem uso de gerador ou bateria automotiva para ligar e/ou carregar seus dispositivos, ainda que por apenas algumas horas por dia. Mesmo com essas dificuldades, a penetração de telefone celular alcançava praticamente metade dos domicílios da área rural (47,6%). No caso da cidade, os aparelhos de celular estavam presentes em 74,7% dos lares, percentual acima do rádio, disponível em 62,8%.

A partir de informações coletadas com moradores do município antes de nossa pesquisa de campo exploratória, foi identificado que as operadoras de celular presentes são Tim, Vivo, Claro e Oi, mas não necessariamente o sinal abrange as localidades do interior, como no caso de Rio Furtados.

Conforme descreveremos a seguir, observamos logo na primeira visita exploratória ao município, em 2016, que a dinâmica de vida de Cametá é regida por um permanente trânsito entre urbano e rural. Isso porque as fronteiras entre ambos não são claras, já que um carrega um forte traço do outro. E em ambos os espaços os modos de organização dos lares são comuns, já que na Amazônia, como relatou Pacheco (2006), os modos de vida próprios das populações que residem na floresta, beiras de rio e em constante contato com a natureza, são transferidos para suas habitações na cidade, independente das novas condições de moradia estabelecidas.

Como explicamos em discussões anteriores (MIRANDA, 2013; MIRANDA *et al.*, 2015), pelo processo descontinuado e considerado *tardio* de urbanização de muitas localidades na região Norte do país, os modos de vida dos sujeitos são resultado de

*hibridações*¹⁷⁰ entre as práticas de vida da floresta e da cidade, do rural e do urbano, já que estes não estão claramente separados. Viver na cidade em um município como Cametá não implica romper os laços com o rural e tampouco cessar a relação de sustento que se mantem com ele¹⁷¹.

Além disso, em decorrência dos investimentos em políticas públicas do Governo Federal brasileiro – tais como o programa Bolsa Família¹⁷² –, os moradores que antes residiam na sede da cidade são “obrigados” a retornarem a suas localidades no perímetro rural. Em paralelo, por dispor de condições mais difíceis de estudo, trabalho e acesso a bens básicos, como atendimento médico e fornecimento de energia elétrica, é comum ocorrer a ida para a cidade, sobretudo entre os mais jovens. E como resumiu Pacheco (2006, p. 24), “nesse emaranhado de relações” se estabelecem “modos de viver e sentir misérias e riquezas expressas nesse pedaço da Amazônia”.

Diante dessa relação *hibridizada*, além do centro urbano de Cametá, optamos por conhecer melhor também uma de suas localidades rurais, denominada São Raimundo de Furtados, com o objetivo de observar e conversar com os jovens e outros moradores acerca das práticas de consumo midiático no cenário em que vivem.

7.1.1 Rio Furtados

Rio Furtados é uma comunidade localizada no distrito de Joaba e possuía o nome de São Raimundo de Furtados. Está localizada a três horas de barco do centro urbano sede do município de Cametá.

Segundo um dos líderes da comunidade, entrevistado durante pesquisa exploratória em 2016 – e citado no Capítulo 5, por ser tio de uma de nossas participantes (Any) – a população de Rio Furtados em 2016 era de aproximadamente

¹⁷⁰ Partimos da perspectiva de García-Canclini, que faz a opção pelo termo *hibridação* ao invés de *híbrida* para se referir aos processos socioculturais na América Latina, já que o segundo tem origem na biologia e remete a uma integração imune a conflitos e baseada na homogeneização. Para García-Canclini (2003, p. XIX), hibridação “não é sinônimo de fusão sem contradições, mas, sim que pode ajudar a dar conta de formas particulares de conflito geradas na interculturalidade recente em meio à decadência de projetos nacionais de modernização na América Latina”. “Entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas [leia-se “fontes” não puras que advém de processos anteriores de hibridação], que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (GARCÍA-CANCLINI, 2003, p. XIX). “Em um mundo tão fluidamente interconectado, as sedimentações identitárias organizadas em conjuntos históricos mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturam em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais. As diversas formas em que os membros de cada grupo se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais geram novos modos de segmentação” (GARCÍA-CANCLINI, 2003, p. XXIII).

¹⁷¹ Ainda que reconheçamos a contribuição do conceito de rurbano (CIMADEVILLA, 2010; GALIMBERTI & CIMADEVILLA, 2016), não consideramos pertinente trazê-la para a discussão no âmbito da tese, considerando que este versa sobre novos processos de interpenetração entre urbano-rural, mas dessa vez, ligado a ruralização do urbano. Aspecto não identificado nos municípios onde realizamos a pesquisa.

¹⁷² Tendo sido um dos principais programas de combate à pobreza do mundo, em 2015, o Bolsa Família tinha como valor médio do benefício R\$ 176,00 mensais, equivalente a aproximadamente 41€ (cotação de 20 de novembro de 2018, de R\$ 4,28 para 1,00€), sendo R\$ 35,00 o valor da menor parcela mensal, equivalente a aproximadamente 8,17€.

438 pessoas, que constituíam 110 famílias distribuídas por 72 casas. Na Figura 41, é possível visualizar uma parte da comunidade e como se dá a disposição das casas, sempre localizadas na beira do rio e geralmente agrupadas por proximidade de parentesco.

Figura 41 – Exemplos de casa na comunidade de Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Conforme explicou o líder comunitário, em um passeio de barco de no máximo 15 minutos é possível percorrer todo o território da comunidade. A população em 2016, segundo o líder comunitário, estava dividida entre as seguintes faixas etárias: de 0 a 6 (40 crianças); de 7 a 15 (64 crianças); de 16 a 25 (85 jovens). Os 249 moradores restantes são compostos por adultos e idosos (MALCHER *et al.*, 2017).

Entre os moradores da comunidade, a religião católica é predominante, mas há os que frequentam a igreja evangélica Assembleia de Deus. A comunidade conta com uma escola de Ensino Fundamental – mantida pela Prefeitura Municipal de Cametá –, que atende crianças e jovens desta e de outras localidades do entorno, incluindo do município vizinho, Mocajuba. Na comunidade, mais especificamente no barracão¹⁷³ (na lateral esquerda da Igreja que aparece na Figura 42), é ofertada formação em Ensino Médio, de 1º a 3º ano, a partir da ida de professores vinculados ao Sistema Modular de Ensino Médio da Secretaria de Educação do Pará (SEDUC).

¹⁷³ Espaço aberto e geralmente coberto mantido pela comunidade para realização de atividades diversas, indo de festas religiosas e/ou eventos sociais de membros da comunidade. Como uma área comum aos moradores, este costuma estar localizado nas proximidades da igreja e escola da comunidade.

Figura 42 – Igreja Católica (edificação antiga)¹⁷⁴ e barracão da comunidade de Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Devido à construção da Hidrelétrica de Tucuruí, segundo o líder comunitário, uma série de mudanças ocorreram na comunidade de Rio Furtados. Ele contou que muitos rapazes saíram da comunidade para trabalhar na construção da usina e, com esse trabalho, puderam melhorar a vida de suas famílias, mesmo quando não voltavam mais. Por outro lado, muitos foram os impactos ambientais: poluição do rio e alteração do nível da água, cada vez mais reduzido e agora regulado também pela movimentação de abertura e fechamento das comportas da usina. Isso causou ainda a diminuição do volume de peixes bem como o desaparecimento de aves que eram próprias daquela área.

Na visão do líder comunitário, a construção da barragem deve ser compreendida como a necessidade do homem de “tirar da natureza” (LÍDER COMUNITÁRIO, 2016) algo além do que é necessário para a sua própria sobrevivência, e não preservá-la. O senso de preservação, para ele, foi se perdendo com o tempo, e isso alterou por completo a relação dos moradores de Rio Furtados com os recursos naturais disponíveis.

Por isso, de acordo com nosso entrevistado, “tudo está acabando” (LÍDER COMUNITÁRIO, 2016) na comunidade e, hoje, alguns moradores precisam comprar açaí, um dos principais frutos disponíveis na região, pois as árvores estão morrendo em consequência da mudança do ecossistema. O mesmo aconteceu com a disponibilidade de pescado. Se antes os moradores tinham como principal atividade a pesca, atualmente

¹⁷⁴ No período da pesquisa exploratória (Etapa 2) visitamos as obras da nova igreja que estava sendo construída pelos próprios moradores. Durante pesquisa de campo (Etapa 8), participamos de celebração religiosa realizada na nova edificação.

precisam comprar, pois o pouco que há disponível é vendido para os frigoríficos que atuam na sede de Cametá e de Mocajuba pelos pescadores¹⁷⁵ que restaram.

Nesse sentido, cabe destacar a explicação dos avós paternos de Any, uma de nossas entrevistadas, em entrevista conjunta:

– Avô de Any: Agora, eu digo assim, o meio que veio, pra que? Pra, pra natureza ser esmagada. Porque esse pessoal que veio, veio com uma ganância em cima dessa coisa. Se aparece um peixe aqui, eles querem acabar.

– Avó de Any: Eles não pegam só pra se manter, ou só pra vender, assim, um pouco. Eles pegam até acabar. Quando não tem mais, eles não voltam.

– Avô de Any: O camarão, por que toda noite tá com ele lá? Ele pode existir, que tenha um recurso pra ele fazer, mas ele quer ir buscar o camarão todo dia. Tem uma senhora lá embaixo, minha comadre, tem vez que ela, ela tem que ir, como hoje, pra Cametá, ela, ela não vai no culto, mas pra ir buscar o matapi¹⁷⁶, tirar o açai, tudo isso ela tem que fazer no mesmo tempo. E naquele tempo [antes da hidrelétrica] não tinha esse negócio que a gente fazia não (AVÓS DE ANY, 2016).

No período da construção da usina, segundo o tio-avô de Any, a energia elétrica foi prometida para o município de Cametá e para outros municípios da região, mas as promessas não foram todas cumpridas¹⁷⁷. Além disso, segundo relatou o avô de Any, à época da instalação da usina, a comunidade recebeu vários grupos envolvidos com a obra e foram mencionados os prováveis problemas ambientais que a região sofreria com a construção da barragem. Entretanto, segundo o morador, o discurso era baseado em “vender” a ideia do quanto a chegada da energia seria vantajosa para a comunidade, mas isso teria algumas consequências.

Quando a energia elétrica chegou à região, porém, essa foi implementada de modo a abastecer a sede do município de Cametá, mas não as localidades rurais. A não regularidade do fornecimento ocasionou a criação de um movimento de resistência dos moradores, formado por lideranças comunitárias de Tucuruí, Baião, Mocajuba, Cametá, Limoeiro, Oeiras e Igarapé-Miri (MALCHER *et al.*, 2016b, no prelo). Eles reivindicavam os serviços prometidos pela construção da usina. Entretanto, com o tempo, o movimento foi se desarticulando, devido ao atrelamento de suas lideranças a políticas partidárias.

¹⁷⁵ É importante destacar o papel da Colônia de Pescadores de Cametá, que de certa forma regula, junto aos órgãos estaduais e federais, a atividade de pesca no município, ainda que muitos dos cooperados nem pratiquem mais a pesca por falta de pescado.

¹⁷⁶ Instrumento artesanal utilizado na pesca de camarão.

¹⁷⁷ Em 2012, por exemplo, Silva (2013) verificou a realidade dos moradores de uma ilha formada no Lago da Usina Hidrelétrica de Tucuruí, denominada Cajazerinha, na qual mesmo estando na área de abrangência da usina, estas não dispunham de eletricidade nas casas e para isso, utilizavam geradores e baterias automotivas, reproduzindo, em um ambiente que nasceu de uma intervenção humana na natureza, práticas de vivência de populações tradicionais como os chamados ribeirinhos.

Diante disso, desde a inauguração da usina em 1975 até 2014, a comunidade de Rio Furtados e outras da região de Joaba permaneceram sem acesso regular à eletricidade. A energia, quando disponível, era gerada por iniciativa própria dos moradores, que mantinham de forma coletiva ou individual o funcionamento de geradores elétricos abastecidos com óleo diesel. Estes eram ligados em horários específicos, geralmente à noite, ou conforme a necessidade de uso para trabalho e/ou atividades sociais. Apesar de comum em outras localidades, em Rio Furtados não tivemos muitos relatos de uso de baterias automotivas nas casas como fonte de energia.

A chegada da energia elétrica se deu quando a partir do contato com um funcionário da Hidrelétrica de Tucuruí, os moradores se reuniram para financiar torres e fiação para a distribuição da energia que abastece os centros urbanos de Cametá e Mocajuba em 2014. A iniciativa, porém, não se deu por vias regulares e legais, tanto que os moradores não pagam pelo consumo diretamente à companhia de energia, mas sim, reúnem uma taxa mensal (cerca de R\$ 5,00 por domicílio¹⁷⁸) para manutenção da estrutura que eles financiaram, ainda que essa seja abastecida pela energia que vem de Hidrelétrica de Tucuruí. Esse uso é de conhecimento da empresa e dos poderes públicos de Cametá e Mocajuba e é encarado com total naturalidade pelos moradores da comunidade. Isso foi observado ainda durante a viagem para Rio Furtados quando, em conversa com o avô de Any, foi relatado o processo de instalação das torres e da ligação do “gatão”, como eles costumam chamar o sistema de energia elétrica que foi implementado.

Do mesmo modo, na comunidade de Rio Furtados não há oferta regular de serviços de telefonia. O acesso à rede telefônica só é possível a partir do uso de antenas instaladas no topo das casas, recurso que viabiliza a chegada do sinal em um aparelho celular conectado à antena por meio de um cabo (Figura 43). Nesse caso, os aparelhos celulares, que se caracterizam pela mobilidade, nas casas de Rio Furtados assumem um papel de telefone fixo e o uso é necessariamente compartilhado (MALCHER *et al.*, 2018).

¹⁷⁸ Valor que se calculados em euro (cotação de 20 de novembro de 2018, de R\$ 4,28 para 1,00€) equivale a aproximadamente 0,23€.

Figura 43 – Exemplo de antena para captar sinal de celular em Rio Furtados , Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Desse modo, para a maior parte dos moradores o acesso à internet se dá pelo celular, mas isso só ocorre quando eles vão até a cidade onde “pega” o sinal. No período da pesquisa de campo exploratória, fomos informadas de um projeto de instalação de sinal de internet em toda a comunidade e localidades vizinhas, que estava sendo liderado por um jovem de Rio Furtados, Gael. Por conta disso, a expectativa dos moradores com os quais conversamos era visível a ponto do referido jovem ter sido citado em inúmeras entrevistas e/ou conversas realizadas.

O projeto de instalação da internet, segundo Gael, começou pelo fato de o serviço de internet que ele dispunha desde 2013 ter começado a apresentar problemas já que o provedor que o atendia estava parando de funcionar. Para evitar a interrupção do acesso à rede, bem como dos serviços que oferta à comunidade (gráfica, impressão, digitalização), Gael começou a buscar alternativas para viabilizar a chegada do sinal juntamente com um colega de Mocajuba. Entre as possibilidades estava instalar uma antena profissional de médio porte para que, além de ampliar a captação do sinal de internet em casa, permitisse distribuir o sinal para uma faixa de cinco quilômetros de distância da casa do jovem, o que cobriria praticamente toda a comunidade de Rio Furtados. Para isso, inicialmente Gael se tornou sócio do amigo, mas posteriormente o investimento foi feito somente pelo jovem com ajuda de seus familiares. A referida

antena (Figura 44) foi instalada em julho de 2016 e, no período da pesquisa de campo, Gael estava organizando como faria a comercialização do sinal para os moradores da comunidade.

Figura 44 – Antena para captação do sinal de internet instalada na casa de Gael em Rio Furtados, Cametá (PA)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Na avaliação do próprio Gael à época, a internet ia ajudar bastante a comunidade:

[...] vai ajudar bastante. Assim, se comunicar, porque às vezes aqui mesmo, **dentro do rio** [na comunidade], é complicado se comunicar. Porque, ah, às vezes eu quero ligar pra casa da [nome original de Any], às vezes não consigo. A operadora não ajuda. Então, com a internet, fica mais fácil. Mas também tem o outro lado, que como eu tenho, tô há bastante tempo, bastante tempo não, tem uns dois ou três anos com internet, eu sei que, no começo, muita gente vai, como eu te falei, vai abusar, vai ficar parado, não vai sair de casa. Eu tenho colegas que falam pra mim: “Ah [nome original de Gael], na hora que chegar em casa, vou ficar só no meu quarto, mandando mensagem ou vendo outras coisas. E eu tenho uma prima que, ela passou um tempo, é, como eu conheço também pessoas de Cametá, colegas meus que são viciados, vamos dizer assim. Que vivem pelo celular. Então eu acho que também é [...] uma maneira que a pessoa tem que tomar cuidado, de se desligar totalmente do mundo (GAEL, 2016, grifo nosso).

Quando perguntado se a comunidade de Rio Furtados está “pronta” para receber internet, o jovem afirmou:

Há muito tempo. Acho que, como eu te falei, falam: “Ah, o pessoal moram no fim do mundo”. Faz muito tempo que isso não se aplica pra gente. Acho que, como diz, a gente tá preparado há muito tempo pra ter internet. E a maioria das pessoas precisa. Só juntar a questão do financeiro [...] muitas localidades mesmo vão ficar

complicado por causa [...] da mata, que atrapalha o sinal. Mas a gente vai fazer o possível [...] pra jogar esse sinal aí (GAEL, 2016).

De acordo com os jovens participantes do segundo momento da pesquisa (Etapa Metodológica 8), o serviço de internet previsto por Gael foi implementado e instalado em muitas residências da comunidade. E como veremos no depoimento de muitos deles, assim como ocorreu no caso da energia elétrica, a chegada da internet, além de ter permitido novas formas de interação e sociabilidade entre os jovens e demais moradores, evidencia como as dinâmicas de vida nas localidades rurais são regidas de forma independente das políticas públicas dos governos estadual e federal (MALCHER, 2018). Novamente, a inserção da comunidade em uma nova condição de consumo será liderada por seus próprios moradores e isso significa que antes mesmo de terem acesso aos serviços regulares de telefonia móvel (ofertado pelas operadoras de celular), será o acesso à conexão do tipo banda larga (distribuída pela antena de Gael), que vai viabilizar a comunicação síncrona na comunidade, a partir, sobretudo, do uso de aplicativos como *WhatsApp* que permitem o contato por voz via internet, como identificamos na primeira exploratória e na pesquisa de campo mais recentemente.

Vale ressaltar ainda que tanto em Cameté quanto em Rio Furtados, foram recorrentes os relatos dos jovens quanto ao problema da segurança pública nos locais onde moram. Apesar de considerarem suas localidades mais tranquilas e seguras que grandes cidades, a maioria considera que os locais não são mais como na época de seus pais e avós. Além de situações de roubo e furto ocorridas no centro urbano de Cameté, nas localidades do interior há casos de ataques pelos chamados “piratas”. Estes seriam grupos/quadrilhas que usam pequenas embarcações para assaltar casas e/ou barcos de grande e médio porte que circulam pelos rios da região. Segundo relatos, os ataques feitos por “piratas” se tornaram mais comuns por saberem que agora os denominados “ribeirinhos” tem energia elétrica em casa e dispõem de bens de consumo em casa (televisão, geladeira, freezer etc.).

Os jovens destacaram ainda problemas envolvendo uso de drogas ilícitas e lícitas (bebida e cigarro), assim como casos de violência sexual contra as mulheres.

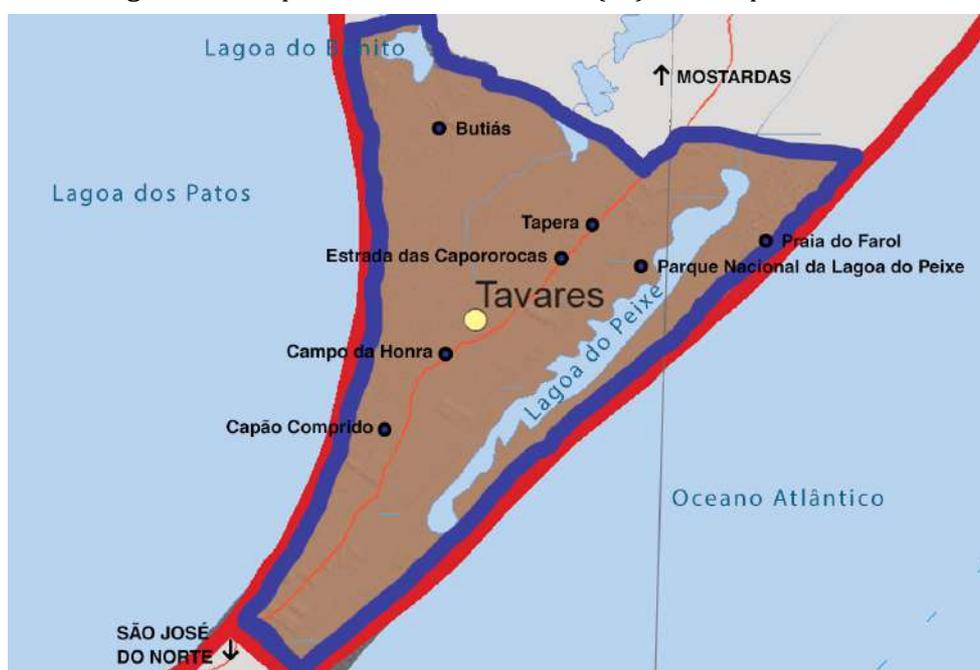
7.2 Ponto de referência no Sul: Tavares

Nosso ponto de referência no Sul do país foi Tavares, município do Rio Grande do Sul, localizado na Região Geográfica Intermediária e Imediata de Porto Alegre, na planície litorânea ao sul do estado. A leste do município encontra-se o Oceano Atlântico;

a oeste, a Lagoa dos Patos; ao norte, o município de Mostardas; e, ao sul, o de São José do Norte.

O município possui uma área de 604,26km² e é composto por três distritos: Butiás, Capão Comprido e Tapera. Segundo Marques *et al.* (2018), há no território do município uma comunidade quilombola (composta por 4 quilombos, com cerca de 50 famílias), duas comunidades pesqueiras (localizadas na Lagoa dos Peixes) e uma comunidade rural (MARQUES *et al.*, 2018). Na Figura 45, é possível visualizar as localidades onde nasceram e/ou residem os jovens participantes da pesquisa, bem como os municípios vizinhos ao território de Tavares.

Figura 45 – Mapa do território de Tavares (RS) e municípios vizinhos



Fonte: Elaborada a partir de dados de IBGE (2016).

A distância entre Tavares e Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, é de 253km. A via de transporte para acesso à cidade é terrestre, havendo frotas de ônibus diariamente, com viagens durando aproximadamente de 3h30 (sem paradas) a 5h30 (com paradas), dependendo das condições de alguns trechos da estrada, conhecida como “Estrada do Inferno”.

Segundo IBGE Cidades (2018), o nome do município tem origem no nome do proprietário de terras no início da colonização desta parte do território, o coronel Antônio da Silva Tavares. Ao longo da história, se destaca a colonização portuguesa iniciada nos anos de 1760, com a vinda de famílias açorianas para todo o então Continente do Rio Grande. Antes dos açorianos, habitaram a região os índios tupi-

guaranis, aracanes, minuanos, carijós e os “patos”, assim chamados por terem pés grandes, dando origem ao nome da lagoa que marca a geografia dessa porção do estado (JACKS *et al.*, 2017). No período da colonização instalaram-se população africanas organizadas a partir de quilombos, ainda hoje remanescentes no município

É importante destacar que, administrativamente, Tavares pertencia ao município de Mostardas, tendo sido reconhecido formalmente como município há apenas 36 anos, por meio da Lei Estadual n. 7.655, de 12 de maio de 1982. Segundo o Censo de 2010 do IBGE, a população de Tavares possuía um total de 5.351 habitantes, sendo a maioria residente na área urbana (62%), com uma parcela representativa na área rural (38%)¹⁷⁹. Desse total, 52% são homens e 48% são mulheres. Sobre a população jovem, esta era composta por 224 homens de 15-19 anos (8,06%) e 174 (6,2%) de 20 a 24. E haviam 187 (6,2%) mulheres entre 15 e 19 anos e 154 (5,9%) entre 20 e 24 anos. Assim, até 2010, havia o total de 739 jovens no município.

No que se refere à raça ou cor, 84,08% declararam-se brancos no último Censo, seguida de 9,8% pardos, 5,6% negros, 0,2% amarelos e 0,11% indígenas. Os dados sobre religião mostraram o predomínio de católicos (77%), seguido por 16,4% de evangélicos. Ainda 4,2% se declararam sem religião.

Tavares possui nível baixo de escolaridade. A maioria dos moradores, 63%, possui apenas o Ensino Fundamental incompleto ou é sem instrução. Na sequência estão 11,9% com Ensino Médio completo ou com Ensino Superior incompleto, e outros 11,1% com Ensino Fundamental completo e/ou Ensino Médio incompleto. Já as pessoas que cursaram Ensino Superior representam apenas 1,5% da população de Tavares (IBGE, 2010). A taxa de escolarização de crianças de 6 a 14 anos de idade em Tavares, porém, é alta, 95,3%, ainda que ligeiramente menor do que a alcançada por Cametá. Pelo tamanho de sua população, o município conta com cinco estabelecimentos de Ensino Fundamental e um de Ensino Médio (IBGE CIDADES, 2018).

A taxa de urbanização das vias públicas era ainda menor que a de Cametá, alcançando apenas 11,5% do território do município. Já a coleta de lixo se dava, segundo Censo 2010. Dentre os 1.963 domicílios, 74,2% contavam com coleta feita pelo serviço de limpeza da Prefeitura. Uma pequena parcela, 18,4% descartava o lixo a partir de queimadas feitas na propriedade.

Em relação ao saneamento básico, 94% dos lares dispunham de banheiro de uso exclusivo, mas apenas 20,3% recebiam destinação adequada via rede de esgotamento

¹⁷⁹ A estimativa para 2018 é de 5.479 habitantes (IBGE CIDADES 2018), sendo ainda um dos menores municípios do Rio Grande do Sul em termos populacionais.

sanitário. Nos demais lares a destinação dos dejetos era via fossas sépticas ou rudimentares. Em conversa informal com o prefeito de Tavares, em agosto de 2018 (Etapa Metodológica 8), ele comentou que essa é um dos planos de sua gestão – iniciada em 2017 – já que para ele é contraditório que uma cidade que teve sua vida reconfigurada por conta da implantação do Parque Nacional da Lagoa do Peixe¹⁸⁰, nunca tenha recebido investimentos de saneamento e saúde pública da própria população.

Dentre os quase dois mil domicílios, 47,9% das habitações de Tavares eram feitas de madeira, o que equivalia a 941 casas. Mesmo na sede do município, a maioria (44,6%) das casas eram de madeira, seguidas de 42,1% de moradias construídas de alvenaria com revestimento. Nas localidades rurais, 53,3% eram feitas de madeira e 30,1% de alvenaria com revestimento.

O acesso à energia elétrica estava disponível em praticamente todos os domicílios de Tavares (98,6%), com energia advinda da companhia distribuidora. No que tange às formas de acesso à água, parte majoritária dos domicílios usava poço ou nascente na propriedade (77,8%), sendo apenas 20,5% das casas com fornecimento a água tratada pela rede de distribuição.

Quanto à economia do município, o Produto Interno Bruto (PIB) em 2015 era de R\$ 74.923.538,00 (SEBRAE, 2018) e o PIB per capita era de R\$ 13.490,01 (IBGE CIDADES, 2018)¹⁸¹. O valor médio do rendimento mensal é de R\$ 510,00 (equivalente a 119,10€), compatível com o salário mínimo no Brasil na época. Como se pode observar, esses valores são muito superiores aos registrados em Cametá, ainda que o município paraense ocupe posição estratégica na sua região e tenha população 24 vezes maior do que a de Tavares. Ao observar a renda dos moradores, foi identificado que considerável parcela da população de Tavares (26,9%) vive apenas com os valores dentre um e dois salários mínimos, seguido de 22,6% com renda mensal de dois a três salários. Há ainda 18% que vivem com valor de até $\frac{1}{4}$ de salário, o que à época equivalia a R\$ 127,50 (equivalente a 29,78€).

Como principal atividade econômica o município tem a agricultura, especialmente o cultivo de cebola e arroz (em casca), que envolve 700 famílias (cerca de 2.100 pessoas) (MARQUES *et al.*, 2018). Há ainda a pesca artesanal de camarão empreendida

¹⁸⁰ Unidade de conservação demarcada em 1986 pelo Decreto n. 93.546, com área de 36.721,71 hectares que se estende por parte considerável do território dos municípios de Mostarda e Tavares. De bioma marinho costeiro, a criação do Parque foi uma medida de preservação das aves migratórias e outras espécies da fauna e flora da região. Anteriormente administrada pelo IBAMA, tal como outras Unidades de Conservação Federais, o Parque Nacional da Lagoa do Peixe é gerenciado desde 2007 pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), autarquia vinculada ao Ministério de Meio Ambiente (MMA) (PARQUE, 2018).

¹⁸¹ Valores que se calculados em euro (cotação de 20 de novembro de 2018, de R\$ 4,28 para 1,00€) equivalem a aproximadamente 17.505.499,53€ (PIB) e 3.151,87€ (PIB per capita).

por pouco mais de 100 moradores autorizados a desenvolver atividades no Parque Nacional da Lagoa do Peixe.

Por ter uma economia centrada em atividades ligadas à área rural, de acordo com moradores entrevistados durante pesquisa de campo exploratória em 2016, Tavares não é um município que favorece a permanência dos jovens. Conforme relato de professora da escola estadual de ensino médio de Tavares, os jovens do município não têm perspectiva de futuro.

Eu conversei com uns ex-alunos, daquele sentimento de: 'me formei do 3º ano, e agora, acabou?!'. O que o jovem de capital tá começando, independente da renda dele, [isso] não limita. Porque a gente sabe que hoje, é baixa renda, eu vou fazer o ENEM... Existe um incentivo pra ele poder [fazer uma faculdade]. O nosso [leia-se de Tavares] é que fica meio perdido, o pai não tem condição de mandar pra estudar, de custear o aluguel de uma casa, e daí, isso constrange. Primeiro, a gente tá aqui, o jovem já não conhece muito e sair assim. Claro que quando alguém tem um parente, fica mais fácil, que foi o que aconteceu comigo, mas quando não tem, a gente sabe que é uma minoria que faz isso na raça. 'Não, eu vou fazer o ENEM, eu vou pra casa ser estudante'. Isso é minoria. Pode acontecer sim, mas a gente tem que ficar em cima, não é? [...] O jovem aqui, ele não tem perspectiva de emprego, ele não tem perspectiva de avançar nos estudos, ele não tem aqui uma perspectiva de lazer (PROFESSORA DA EEEM EDGARDO PEREIRA VELHO, 2016).

Ainda que a maior parte da população resida na sede do município, esta é muito pequena e conta com poucas edificações históricas, especialmente pelo fato de Tavares ter sido por maior parte de sua história apenas um distrito de Mostardas. Entre os locais centrais e de reunião da comunidade está a praça (Figura 46) e a Igreja Católica.

Figura 46 – Praça de Tavares (RS)



Fonte: Site da Prefeitura Municipal de Tavares.

Entre as manifestações culturais mais evidentes estão os Ternos Juninos e Corrida de Cavalhadas, de origem açoriana, e o Ensaio de Pagamento de Promessas, de origem africana (PREFEITURA, 2018). Anualmente o município realiza a Exposição/Feira do Camarão e da Cebola (EXPOACE), realizada desde 1984, assim como é sede, conjuntamente com Mostardas, do Festival Brasileiro das Aves Migratórias, que está na sua 14ª edição¹⁸².

Tavares tem potencial para o turismo não apenas por sua localização geográfica estratégica entre as Lagoas do Peixe e dos Patos, mas pelos recursos naturais existentes e que vem sendo preservados desde a criação do Parque Nacional da Lagoa do Peixe. Este, a Lagoa dos Patos, os faróis existentes, as praias e dunas atraem turistas mas, ainda de forma tímida, segundo os moradores, dada às difíceis condições de acesso ao município¹⁸³.

Em relação ao cenário midiático, segundo informações levantadas diretamente em visita no município em 2016, Tavares possui duas emissoras de rádio (Tarumã FM¹⁸⁴ e Rádio Comunitária e Cultural Amigos de Tavares¹⁸⁵). Dados de posse de tecnologia nos domicílios revelaram que já em 2010, o percentual de penetração do telefone celular (91,1%) se assemelhava aos de TV (91,1%) e Rádio (91,4%), sendo o último o meio mais presente nos domicílios do município (Tabela 22).

Tabela 22 – Penetração de tecnologia em Tavares (RS) (Ano base 2010)

Tecnologia/Localidade	Total (%)	Urbana (%)	Rural (%)
Número absoluto de municípios	1 961	1 209	752
Televisão	91,1	92,1	89,6
Rádio	91,4	88,2	96,5
Telefone celular	91,1	91,8	89,8
Telefone fixo	7	11,1	0,3
Microcomputador	21,5	25,9	14,4
Com acesso à internet	16,4	21,3	8,7

Fonte: Elaborada pela autora a partir de dados do Censo Demográfico 2010 (IBGE, 2010).

¹⁸² Em contato com participante da pesquisa, tivemos acesso a uma reportagem sobre a última edição do festival em novembro de 2018, produzida pelo Portal G1 (LOPES, 2018).

¹⁸³ Vale registrar que nas duas viagens até o município ficamos hospedadas em hotel no centro urbano de Tavares, que tem como principal público turistas que intencionam conhecer as lagoas, e/ou fazer expedições nas áreas preservadas para ver pássaros e outros recursos naturais da região. O perfil é de um turismo de aventura, conduzido necessariamente por carros de grande porte, como *jeep*, já que as áreas são alagadas e o acesso é por estradas de chão, por vezes intrafegáveis. As praias por si só atraem pouco para banho, com exceção do verão, já que na maior parte do tempo são de águas muito frias e agitadas. Além disso, parte considerável das faixas de praia de mar, integra a área de preservação do parque gerenciado pelo ICMBio.

¹⁸⁴ Rádio comercial mantida pela Sociedade Tavaresense de Comunicação Ltda. A rádio é associada na Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (AGERT).

¹⁸⁵ Mantida pela Associação Comunitária e Cultural Amigos de Tavares.

Ainda que na área urbana, o rádio aparecesse atrás de televisão e celular, presentes, respectivamente, em 92,1% e 91,8%, na área rural ele estava presente em 96,5% das casas. O número de linhas fixas de telefone aparecia em pouquíssimos domicílios de Tavares, 11,1% na área urbana e menos de 1% no rural. O percentual de acesso a microcomputador já era de 25,9% na cidade e 14,4% no rural. Desse total, 21,3% dos domicílios com computador tinham acesso à internet na cidade e 8,7% no campo.

É interessante destacar que ainda que com visível diferença entre a penetração de tecnologia entre os domicílios rurais e urbanos, em Tavares essa distinção era muito menor do que o que identificamos em Cameté a partir de dados do IBGE. Pelo contato que tivemos com o município nas Etapas Metodológicas 2 e 8, podemos afirmar que isso possivelmente se deve ao fato de que os serviços implementados no município, os serviços de telefonia e internet por exemplo, podem também abranger áreas consideradas rurais, dada à proximidade com o centro da cidade.

É o caso da Praia do Farol, localidade às margens do Oceano Atlântico, que abriga comunidade de famílias de pescadores. Seu nome é devido à existência de um velho farol na faixa de praia existente (Figura 47).

Figura 47 – Exemplo de habitação na localidade Praia do Farol, Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

O acesso à comunidade se dá por estrada de chão (não pavimentada), com duração de 15 minutos por carro, e o percurso é por dentro do Parque Nacional da Lagoa do Peixe (Figuras 48 e 49).

Figura 48 – Entrada do Parque Nacional da Lagoa do Peixe que dá acesso à Praia do Farol, Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Figura 49 – Via principal da localidade Praia do Farol, Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Diferentemente da pesquisa exploratória em Rio Furtados, nosso contato com a Praia do Farol foi breve, em visita durante uma tarde durante o período em que estivemos em Tavares. Quando fomos à comunidade em outubro de 2016, havia acesso regular à energia elétrica, mas não sinal de telefonia, que só era acessada por antenas instaladas no telhado das casas, recurso também identificado nas casas de Rio Furtados (Figura 50).

Figura 50 – Exemplo de casa com antena para sinal de celular no topo de uma casa na Praia do Farol, Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Vale ressaltar que a vila atualmente parece abandonada já que a maior parte das pessoas que ainda podem desenvolver a pesca artesanal do camarão naquela área está envelhecendo e reside a maior parte do tempo no centro de Tavares. Isso porque as condições de moradia na Praia do Farol não podem ser modificadas por causa do funcionamento do Parque, além do período de recesso da pesca¹⁸⁶, que deve ser respeitado pelos pescadores cadastrados junto à gerência da reserva. Em reportagem especial feita na comunidade pelo jornal Zero Hora (2018), moradores reconheceram que a tendência é que a prática da pesca artesanal se perca, já que não pode ser repassada a filhos e outros familiares dos atuais pescadores¹⁸⁷.

Como destacado em capítulo anterior, a localidade mais longe no município fica a 28 minutos de carro, ainda que as estradas sejam de chão e pelo mau tempo, em alguns casos, tornem-se intrafegáveis. Assim, ainda que com condições de vida com precariedade de serviços e marcas claras do subdesenvolvimento brasileiro,

¹⁸⁶ Trata-se do período de defeso, no qual as atividades de pesca ficam vetadas ou controladas. Este é definido de acordo com a época de reprodução dos animais e visam a preservação de espécies.

¹⁸⁷ De acordo com o jornal Zero Hora (2018, p. 19), “na época do cadastro, os filhos eram pequenos, então os pescadores teriam tempo de encaminhá-los para outras profissões. São poucos os casos de filhos que hoje acompanham os pais nesse trabalho”. Como alternativa, está sendo criado um curso para formar os pescadores como condutores de turismo dentro do parque, visando ampliar a visitação ao parque e prover uma alternativa de renda para às novas gerações.

aproximando Tavares de Cametá fica clara que a noção de distância é muito diferente de um município para o outro.

A localização geográfica de ambos é determinante para os modos de vida implementados pelos seus moradores, especialmente, no que tange à interação permanente entre rural e urbano. A fronteira entre as áreas, porém, em Tavares parece ainda menos visível e demarcada. A própria organização da área urbana tem marcas dessa ruralidade, incluindo as marcas da natureza da região como vento forte a todo instante, ressaca do mar e, sobretudo, a presença de areia de praia em praticamente todas as vias da cidade (Figura 51).

Figura 51 – Ruas de Tavares (RS) com presença de areia de praia



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

A impressão que tivemos é como se a cidade tivesse sido assentada em um terreno arenoso, ainda com grande porção de areia de praia. Em função disso, literalmente foi necessário adotar estratégias para assegurar que as ruas se mantivessem abertas, tal como o uso de pedras nas vias para conter a movimentação da área e alagamento com a subida das águas (Figura 52).

Figura 52 – Exemplo de pedras usadas nas vias do centro urbano de Tavares (RS)



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Tal como ocorreu durante pesquisa de campo exploratória em Cametá, os jovens entrevistados em Tavares relataram problemas com uso de drogas. Segundo Jonas, o uso de drogas em Tavares é “mascarado”. Todos sabem, mas fingem que não. O mesmo destacou como um grande problema o uso de álcool por mais de 90% dos jovens, assim como cigarro. No que tange à segurança pública, o assunto foi menos destacado em Tavares, ainda que as jovens mulheres, especialmente Joana, tenham afirmado serem comuns casos de violência sexual e prostituição no município.

É possível perceber a riqueza dos locais pesquisados, o que nos permitiu, no movimento exploratório, desenvolver melhor nossas questões de estudo.

7.3 Primeiros achados

Como mencionado no Capítulo 2, na pesquisa de campo exploratória em Cametá e em Tavares tivemos a oportunidade de conversar com jovens de diferentes perfis, tanto na sede dos municípios como em localidades rurais, como a comunidade de Rio Furtados e a Praia do Farol. A partir dos dados construídos, procedemos análises em busca das primeiras evidências sobre consumo de vídeos identificado em ambos os municípios.

Ao todo foram entrevistados 11 homens e sete mulheres (ver tabelas disponíveis nos Apêndices 2 e 4), sendo a maioria de 19 anos (cinco entrevistados), seguido de 20 e 23 anos (quatro entrevistados de cada faixa de idade). A maioria não tem filhos, com exceção de duas jovens de Cametá com bebês recém-nascidos (Celina e Marina) e um de Tavares (Josuel).

A escolaridade dos entrevistados varia entre Ensino Médio incompleto e Ensino Superior incompleto. Dos 18, sete haviam concluído o Ensino Médio e trabalhavam auxiliando algum familiar (Lucas, Alice e Jaime) ou tinham emprego fixo com carteira assinada (Dani, Any, Joana e Vinicius). Seis jovens tinham Ensino Médio incompleto, sendo três ainda cursando (Andrea, Wesley e Lucas) e três que tinham interrompido os estudos por causa do nascimento de seus filhos (Celina, Marina e Josuel). Cinco entrevistados faziam curso superior, sendo todos homens, três de Tavares (Cristovam, Saulo e Jonas) e dois de Cametá (Roger e Gael), e todos cursando graduação na modalidade à distância, em faculdades particulares que tem polos relativamente próximos de onde eles moram¹⁸⁸.

De modo geral, tivemos contato com jovens de localidades distintas, o que nos permitiu ouvir relatos sobre diferentes “rurais” que compõem Cametá (PA) e Tavares (RS). No caso dos jovens paraenses, todas as localidades pertencem ao território de Cametá, sendo Pacuí a cerca de 20 minutos da sede do município, e Mendaruçú é comunidade vizinha de Rio Furtados, há pelo menos três horas de barco. As localidades de Capororocas, Praia da Barra e Praia do Farol e o distrito de Butiás, onde cresceram ou moram alguns jovens do Rio Grande do Sul, pertencem ao território de Tavares, e ficam nas proximidades da área urbana, sendo Butiás o mais distante a cerca de 28 minutos de carro. Já Mostardas e Osório são municípios vizinhos acessíveis por carro, sendo o primeiro a cerca de 30 minutos e o segundo a duas horas e meia de Tavares.

7.3.1 Evidências sobre consumo de vídeos

Nessas primeiras entradas em campo, observamos que tanto em Cametá quanto em Tavares, as experiências do *televisivo* estão baseadas no uso integrado de TV e smartphones, ainda que esses nem sempre estejam conectados à internet. Apesar de limitar, isso não impede que os jovens de localidades sem conexão conheçam o *YouTube* e façam buscas frequentes de conteúdos.

Nesse caso, geralmente os acessos se dão de forma individual, quando um dos jovens fica *online* (ao ir na Faculdade ou na casa do amigo que tem internet), é comum que faça download dos conteúdos de interesse para posterior compartilhamento com outros jovens, de modo offline, a partir, por exemplo, da integração do celular e notebook. Os motivos para as práticas offline variam desde a falta de recursos para colocar crédito no celular e/ou necessidade de controlar o uso dos pacotes de dados dos

¹⁸⁸ Interessante destacar que três deles cursavam Educação Física (Roger, Saulo e Jonas).

serviços de telefonia, até falta de disponibilidade de sinal de telefone e internet em determinadas localidades, no caso de Cametá.

Frente às múltiplas possibilidades de contato com vídeos, os jovens realizam uma espécie de gestão das telas que têm disponíveis, conectadas ou não, e a partir disso compõem seus fluxos de assistência e interação. É claro que para os que não têm acesso, as práticas são menos frequentes se comparadas aos que têm conexão irrestrita. Isso, porém, não determina os modos como os jovens incorporam os conteúdos em suas práticas diárias tampouco os exclui do ecossistema midiático atual.

Entendemos que mesmo que os jovens não tenham acesso e por vezes não disponham de dispositivo móvel de uso individual, estes sabem manejá-los e conhecem as possibilidades de assistir a vídeos, incluindo conteúdos *televisivos*, em outras plataformas, conforme sua disponibilidade de tempo e condições de acesso.

Em ambos os cenários, apesar das diferentes condições de acesso, os jovens compartilham de preferências comuns no que concerne ao conteúdo *televisivo*, com destaque para programação esportiva. No caso dos jovens que moram nas áreas rurais de Cametá, chama atenção o fato dos mesmos não terem sinal de telefone e internet (nem móvel, nem fixa) e ainda assim fazerem uso diário de smartphones. Estes se configuram como dispositivos individuais de entretenimento dos jovens.

É a partir desses aparelhos que os jovens reúnem preferências individuais por músicas e jogos, armazenam fotos, e complementam a assistência de conteúdos *televisivos*. Em uma mesma comunidade, encontramos jovens que usam simultaneamente diferentes dispositivos para assistir TV e/ou vídeos *online* (computador integrado à TV e uso paralelo do celular) e outros que dispõem apenas de sinal de TV aberta em um aparelho compartilhado com familiares, mas a partir do celular, buscam (em momentos raros de conexão) e armazenam programas que gostariam de assistir por terem perdido a exibição na televisão, por exemplo.

Entre os exemplos de usos que nos chamaram atenção durante a Etapa 2, podemos destacar a situação relatada por Wesley durante período de exibição da telenovela “Liberdade, Liberdade”, da TV Globo. O jovem contou que, mesmo não tendo internet em casa, quando ele perdia o capítulo na televisão, ia até a casa do amigo que tinha internet na comunidade, Gael, para baixar e/ou assistir online o conteúdo não assistido.

Interessante ainda o caso relatado por uma das jovens participantes da discussão em grupo realizada na igreja de Mendarucú, a respeito de como ela e as amigas organizaram a apresentação de dança feita durante celebração religiosa na festividade

da comunidade. A jovem relatou que a partir da música que o grupo desejava dançar, ela fez uma busca no *YouTube* de uma coreografia e a partir desse material foi que elas orientaram os ensaios da apresentação de dança.

Da mesma forma, foi no *YouTube* que as jovens buscaram tutorial de como fazer o penteado que desejavam. Os vídeos foram baixados e compartilhados via *bluetooth* entre as jovens que tinham celular. Assim todas puderam ensaiar e ajudar uma à outra a se arrumar para o momento da apresentação, que foi parcialmente filmada.



<https://goo.gl/4zZTTH>

Tanto no caso de Tavares quando de Cametá, para os jovens que estudam e trabalham no centro urbano, as tecnologias digitais, especialmente o celular, se configuram como forma de manterem contato quase que diário com os familiares que residem nas localidades onde moram. Como já mencionado, porém, em Rio Furtados não há oferta regular de serviços de telefonia. Para “pegar” o sinal os moradores utilizam antenas específicas acopladas ao topo de suas casas. O telefone conectado à antena, porém, geralmente é de um modelo antigo, limitado apenas ao envio de SMS e atendimento de ligações.

Essa limitação de acesso, porém, não impede que os jovens possuam celulares do tipo *smartphone* e estabeleçam práticas de entretenimento ainda que *offline* na maioria dos casos. Dos entrevistados na pesquisa exploratória, apenas uma jovem de Rio Furtados não tinha um aparelho de uso individual.

O uso de telefones celulares, incluindo os do tipo *smartphone*, sem internet e sinal de celular, fazia parte da rotina dos jovens. Em conversa informal com a jovem Any, a mesma relatou estar habituada a isso e descreveu quais suas práticas *online* com o celular, concentradas durante a semana (já que trabalha em Cametá e lá dispõe de sinal de telefone e internet), e as *offline* que ocorrem durante os finais de semana que passa na casa dos pais na comunidade.

No caso do uso de computador, diferentemente da maioria dos entrevistados de Tavares, a situação de Gael era uma exceção na comunidade de Rio Furtados. O jovem teve seu primeiro computador (notebook) em 2011. Nesse ano, ele cursava o Ensino Médio na escola da comunidade e o acesso à energia elétrica se dava apenas pelo uso de gerador particular. A motivação para aquisição do equipamento surgiu em um curso particular de Informática no município de Mocajuba, que começou a fazer por incentivo dos pais.

Entre os jovens de Tavares, o uso do computador de mesa havia iniciado há alguns anos, ainda durante o período em que cursavam Ensino Médio e/ou Fundamental. Assim, no período da pesquisa, este já não se configurava como uma tecnologia central para os jovens, pois vinha sendo gradativamente “substituída” pelo telefone celular com acesso à internet. Segundo Jonas, diferentemente de alguns colegas, seu primeiro acesso à internet foi em uma *lan house* de Tavares. Por este ter se tornado um equipamento que congregava os demais jovens, ele começou a guardar dinheiro da venda que fazia de picolés para adquirir seu próprio computador. Apesar do esforço, o computador não foi o elemento chave para diversão do jovem durante sua infância, ao contrário de seu irmão mais novo.

É interessante destacar a comparação feita pelo jovem durante entrevista a respeito de sua infância. Para ele, a diversão na época era brincar com familiares e amigos na rua. Os mais novos da família, como o irmão de 11 anos, não brincam mais dessa forma, pois se restringem a brincar pelo *WhatsApp* e pelo computador. Entre os principais usos do irmão no computador está assistir jogos no *YouTube* e tem a impressão que seu maior sonho é se tornar um *youtuber*.

Como já mencionado, o uso do *YouTube* era comum entre os jovens da exploratória, com destaque para recuperar conteúdos que perderam na TV ou pesquisas de materiais sobre assuntos aleatórios, indo de tutoriais de penteados e maquiagem a materiais didáticos para o curso de graduação. A diferença, porém, é que essas práticas de consumo tendem a ser menos frequentes e, geralmente, são complementadas por formas offline de compartilhamento de conteúdo, não necessariamente usando conexão à internet, mas, sim, Bluetooth ou pendrives.

Em relação ao consumo de meios tradicionais, a assistência de televisão era habitual no cotidiano a maioria dos jovens paraenses e gaúchos e se configurava como situação de lazer e/ou busca de informações. Entre os programas mais assistidos, destacavam-se programas esportivos, filmes e telenovelas.

Entre os entrevistados de Tavares era comum o consumo tanto de TV aberta quanto de TV a cabo. Já no caso de Cametá, apenas Gael tinha acesso aos canais por satélite. Dentre os jovens cametaneses, nenhum possuía assinatura no *Netflix*. Essa era a realidade apenas de três jovens de Tavares (Cristovam, Alice e Jaime), que usavam a plataforma para assistir filmes. Também para assistir filmes, especialmente entre os jovens de Cametá, o *DVD* foi citado. Interessante destacar a preferência de Jonas pela assistência no *DVD*, já que, segundo ele, a assinatura do *Netflix* ainda era incomum em Tavares pelo risco de vírus “baixados” da internet. Vale ressaltar que o consumo de

séries, conteúdo bastante buscado nos serviços de streaming, não estava entre as preferências de nenhum dos entrevistados de Tavares e de Cametá, mesmo entre os que tinham assinaturas de plataformas *VoD*. Aspecto alterado da pesquisa exploratória para a entrada em campo em 2018, conforme destacaremos nos capítulos seguintes.

Em relação às múltiplas telas, poucos jovens comentam usar mais de um meio ao mesmo tempo e os que assumem que o fazem, dão como exemplo usar o celular enquanto assistem televisão simultaneamente.

Outro aspecto evidenciado na fala dos entrevistados de Cametá foi o senso de coletividade que eles mantêm com os demais jovens, com destaque para os de Rio Furtados.

Praticamente todos se referiam sempre como parte de um todo, com o qual têm relação clara de afeto e pertencimento. Muitos dos entrevistados integram um círculo comum de convivência, logo compartilham de pensamentos e práticas comuns. Entretanto, os que não possuem tal característica também deixam o sentido comunitário perceptível. Assim, o consumo midiático dos jovens não está desatrelado de suas relações cotidianas. O que tece todo o processo é a comunicação que nos constituem enquanto sujeitos e enquanto sociedade (MALCHER *et al.*, 2017, p. 14).

Algo que também caracterizava o perfil dos jovens entrevistados de Tavares e Cametá era o sentimento de pertencimento ao local de origem e a estreita relação com a família. Em quase todas as entrevistas, os jovens mencionaram a importância dos pais, avós, primos e irmãos em sua formação. No caso das duas jovens que haviam tido bebês recentemente (Celina e Marina), ambas destacaram o quão fundamental foi o apoio da família, especialmente dos pais e avós, no momento da gravidez.

O pertencimento à comunidade também ficou evidente nas práticas observadas durante o convívio com os jovens de Cametá e Tavares. Além da efetiva participação deles em atividades coletivas em suas localidades, como jogos de futebol no campinho, celebrações religiosas e festas, observamos que alguns jovens atuam como voluntários em diversos setores da vida, como organização e preparação de espaços para festividades (religiosas e culturais).

Neste capítulo apresentamos a análise de dados primários e secundários sobre Cametá e Tavares e a caracterização de ambos os municípios onde realizamos a pesquisa, obtidos nas primeiras explorações de campo. O capítulo contribui para a melhor caracterização dos municípios e aponta para a relação de coexistência entre mídia tradicional e dispositivos móveis e digitais no âmbito das práticas de consumo de vídeos entre os jovens. Como vimos, seja a televisão, seja telas portáteis como smartphones, conectados ou não, estes se caracterizam como elementos-chave no estabelecimento dos relacionamentos entre os jovens, processos a partir dos quais são configurados

novos sentidos ao “ser jovem” contemporaneamente (JACKS *et al.*, 2017). No próximo capítulo, apresentaremos os resultados da pesquisa de campo na qual desenvolvemos a estratégia metodológica da pesquisa, já apresentada no Capítulo 4.

8

**PRÁTICAS DE CONSUMO
DE VÍDEOS EM CAMETÁ**

Neste capítulo, apresentaremos a descrição detalhada dos resultados da pesquisa de campo desenvolvida no município de Cametá, envolvendo 11 jovens, resultado da primeira fase de análise empreendida.

As descrições por municípios foram orientadas e estruturadas a partir de três eixos principais: (i) descrição do perfil dos participantes e uma breve contextualização das realidades onde vivem; (ii) descrição de dados sobre a posse e disponibilidade de tecnologias entre os participantes, bem como informações sobre o *repertório de mídia* dos mesmos; (iii) descrição dos dados registrados nos diários dos participantes no que tange a cada uma das pluridimensões que constituem a assistência de vídeos (tela, horário, local, tipo de audiência, conteúdo, fonte de conteúdo/provedor, forma de seleção de conteúdo e regime de assistência). Já nesse eixo, identificamos e descrevemos como os jovens associam essas dimensões, aspecto que será central para a caracterização dos fluxos interacionais no Capítulo 12.

8.1 Perfil dos participantes

Na Tabela 23 é possível visualizar um breve perfil dos 11 jovens que participaram da pesquisa em Cametá, sendo seis do sexo feminino e cinco do masculino.

Tabela 23 – Perfil dos participantes em Cametá (PA) durante pesquisa de campo

Participante	Sexo	Idade	Onde nasceu?	Onde cresceu?	Onde mora?	Mora com?	Tem filhos?	Escolaridade	Área de estudos	Ocupação
Marisa ¹⁸⁹	F ¹⁹⁰	23	Cametá	Mutuacá de Baixo	Cametá	Com o companheiro	Não	ES completo/ PG incompleta	História	Estudante e funcionária Colônia de Pescadores
Jadir	M ¹⁹¹	24	Jaracuera	Jaracuera	Cametá	Com a companheira	Não	ES incompleto	Educação Física	Estudante e funcionário Colônia de Pescadores
Edson	M	18	Cametá	Cametá	Cametá	Com a mãe	Não	EM ¹⁹² completo	*	*
Leide	F	21	Mendaruçú	Mendaruçú	Rio Furtados	Com o companheiro	Não	EM incompleto	*	Estudante
Elisa ¹⁹³	F	22	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com o companheiro	Sim (1 filha)	EM incompleto	*	Dona de casa e estudante
Camilo	M	18	Cametá	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Não	EM completo	*	*
Maria ¹⁹⁴	F	22	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com mãe, avô e companheiro	Sim (1 filho)	ES incompleto	Educação Física	Interrompeu os estudos por conta da gravidez
Malu	F	24	Cametá	Rio Furtados	Rio Furtados	Com o companheiro	Sim (1 filho)	EM completo/ Curso Técnico	Enfermagem	Dona de casa e vendedora informal de roupas
Any ¹⁹⁵	F	24	Rio Furtados	Rio Furtados	Cametá/ Rio Furtados	Com o irmão/ Com os pais	Não	EM completo/ Curso Técnico	Enfermagem	Funcionária Colônia de Pescadores
Gaspar	M	20	Santana	Santana	Santana	Com os pais	Não	ES incompleto	Pedagogia	Estudante
Eder	M	20	Cametá	Santana	Santana	Com os pais	Não	ES incompleto	Pedagogia	Estudante

Fonte: Criada pela autora.

¹⁸⁹ Aos participantes de Cametá atribuímos nomes fictícios que iniciam sempre com as primeiras duas letras do nome original de cada jovem.

¹⁹⁰ Abreviação nossa para sexo feminino.

¹⁹¹ Abreviação nossa para sexo masculino.

¹⁹² Abreviação nossa para Ensino Médio.

¹⁹³ Jovem que participou de grupo de discussão na comunidade de Mendaruçú durante pesquisa de campo exploratória.

¹⁹⁴ Jovem que participou de grupo de discussão na comunidade de Mendaruçú durante pesquisa de campo exploratória.

¹⁹⁵ Jovem entrevistada durante pesquisa de campo exploratória (ver tabela no Apêndice 2).

Dentre os 11 participantes de Cametá, a faixa etária mais comum foi de 24 anos (Jadir, Malu e Any), seguidos dos de 22 anos (Elisa e Maria), 20 anos (Gaspar e Eder), 18 anos (Edson e Camilo), 23 anos (Marisa) e 21 anos (Leide).

Seis vivem na casa dos pais ou com algum responsável (avós, por exemplo), e cinco já moram com seus companheiros (Marisa, Jadir, Leide, Elisa e Malu). Desse grupo, duas jovens já tem um(a) filho(a) (Elisa e Malu), além de Maria que tem um bebê recém-nascido e que mora com a mãe e o avô pelo fato do esposo residir em outra cidade.

Apenas três participantes vivem no centro urbano de Cametá (Marisa, Jadir e Edson), uma trabalha na cidade, mas vai aos finais de semana para a comunidade ribeirinha onde os pais residem (Any), e todos os demais moram em localidades do interior, sendo cinco em Rio Furtados e dois em Santana. Dos 11 jovens, apenas um nasceu e se criou na área urbana de Cametá (Edson). Todos os demais têm origens rurais e inclusive seis nasceram nas próprias casas nas localidades onde moravam (Jadir e Leide) ou moram (Elisa, Maria, Any e Eder).

Uma característica marcante do local de moradia dos participantes é por serem casas simples, na sua maioria de madeira e construídas às beiras dos rios, com exceção dos jovens que residem no centro urbano de Cametá. Da mesma forma, esses ambientes costumam ser divididos com vários membros da família, já que conforme os filhos vão crescendo, estes vão agregando cônjuges e filhos à casa dos pais. Esse é o caso do local de moradia de: Leide, que reside com o companheiro na casa dos sogros, onde convivem mais de oito pessoas; Eder, que mora na casa dos pais com mais de dez pessoas; Gaspar, que também vive com os pais e onde residem oito pessoas. Há ainda o caso de famílias menores como as de Elisa, Any, Malu, Camilo e Edson, mas que moram nas proximidades de outros familiares como pais, avós e irmãos, além da situação de moradia de Marisa e Jadir, que moram apenas com os companheiros em residências no centro urbano.

É interessante destacar que do total de participantes, oito já residiram temporariamente fora da casa dos pais antes de se casarem, por motivos de estudo e/ou trabalho. Esse foi o caso de Malu e Any, que fizeram curso técnico em Enfermagem e para isso foram respectivamente para Cametá e Belém; de Gaspar e Camilo, que foram para Mocajuba cursar parte ou integralmente o Ensino Médio; de Maria, que foi para Belém cursar o Ensino Médio; de Marisa e Jadir que foram estudar em Cametá e fixaram residência permanente; de Eder que trabalhou como vendedor em uma loja de roupas e acessórios no centro urbano de Cametá por um período de seis meses.

No que tange à ocupação, três participantes trabalham em tempo integral na Colônia de Pescadores de Cameté (Marisa, Jadir e Any). Elisa e Malu não têm um emprego formal, mas como são casadas cuidam da casa e dos filhos e, no caso da última, ela ajuda a renda com venda de roupas e lingerie pois o marido é músico e vive de apresentações em Rio Furtados e localidades vizinhas.

Há três jovens que só estudam (Leide, no Ensino Médio, e Eder e Gaspar, no Ensino Superior), e dois que estavam sem nenhuma ocupação regular por terem concluído recentemente o Ensino Médio e estarem estudando para provas de Vestibular (Edson¹⁹⁶ e Camilo). Gaspar relatou que eventualmente faz alguns “bicos” no centro urbano de Cameté após suas atividades na faculdade. Assim, às vezes, ao invés de voltar para Santana, a localidade onde reside, ele permanece por um ou dois dias na cidade para fazer trabalho eventual junto com amigos ou parentes. Além disso, o jovem também ajuda informalmente o irmão que é cabelereiro no município de Mocajuba.

Durante a entrevista, Elisa ressaltou em muitos momentos as dificuldades da vida no interior, com destaque para a quase ausência de oportunidades de trabalho. Por esses e outros motivos, dentre os jovens que fazem faculdade, Gaspar e Eder mencionaram que ao final esperam conseguir empregos como Pedagogos no serviço público de Cameté ou Mocajuba, via concurso. O interesse por cargos concursados se deve à estabilidade no emprego, diferentemente de outras formas de ocupação. Especificamente no caso de Eder, ele mencionou que estava se preparando para prestar o concurso de um banco público, independente de este ser na sua área de formação.

Quanto ao nível de escolaridade dos 11 participantes, quatro cursavam graduação em faculdades particulares na modalidade à distância (Jadir, Maria¹⁹⁷, Gaspar e Eder); quatro tinham Ensino Médio completo (Edson, Camilo, Any e Malu), sendo as duas últimas jovens com formação técnica em Enfermagem; uma tinha Ensino Superior completo e cursava pós-graduação *lato senso* em História (Marisa); e duas cursavam o Ensino Médio na escola de Rio Furtados (Leide e Elisa). No caso da última jovem, ela cursava o Ensino Médio de forma modular a partir do programa voltado à Educação de Jovens e Adultos (EJA), já que teve seus estudos interrompidos nos últimos anos do Ensino Fundamental por conta da gravidez. Desse grupo, além das participantes que são donas de casa e já tem filhos, outros dois conciliavam estudo e trabalho, característica

¹⁹⁶ Pelo contato que mantemos com o jovem via redes sociais, ficamos sabendo que meses após entrevista, Edson foi aprovado no curso de graduação em Geografia na UFPA, campus universitário de Cameté.

¹⁹⁷ Como destacado na Tabela 23, Maria tinha interrompido os estudos na Faculdade por conta do nascimento de seu filho, mas no semestre seguinte à pesquisa, pretendia retomar as atividades da graduação.

comum entre os jovens brasileiros, que na maioria dos casos financiam seus próprios estudos.

Como observado em oportunidades anteriores de pesquisa em localidades do interior do Pará (MIRANDA, 2010), os estudos representam para os moradores a única forma de alterar a realidade vivida e traçar perspectivas de um futuro melhor. Nesse sentido, é interessante destacar o relato feito por Camilo durante entrevista. O jovem comentou que desde pequeno, assim como ocorreu com os outros irmãos, seus pais sempre os incentivaram a estudar e buscar uma alternativa para ter uma vida melhor. O pai é pescador e trabalha com calafetação de pequenas embarcações em Rio Furtados e em localidades vizinhas. Um trabalho pesado e do qual, segundo Camilo, ele sabe muito pouco.

8.2 Disponibilidade de tecnologia e repertório de mídia

A respeito da posse de tecnologia, todos os 11 participantes têm pelo menos uma TV em casa, chegando a quatro aparelhos no caso de Jadir, e uma Smart TV na casa de Edson (não conectada à internet), conforme detalhamento apresentado na Tabela 24.

Tabela 24 – Disponibilidade de tecnologia e acesso à internet entre participantes de Cametá (PA)

Participante	TV	Smart TV	Antena parabólica	TV a cabo	DVD	Smartphone	Celular "rural"	Notebook	Video game	Acesso à internet		Compartilha dispositivos?
										Dados Móveis	Wi-Fi em casa	
Marisa	2	*	*	Sky	*	1	*	*	*	Sim	Sim	Desktop no trabalho
Jadir	4	*	*	*	*	1	*	3	Playstation	Sim	Sim	Desktop no trabalho
Edson	1	1	2	*	*	1	*	*	*	Sim	Não	Desktop do amigo
Leide	2	*	1	"Piratão"	1	*	1	*	*	Não	Não	*
Elisa	1	*	1	*	1	*	*	*	*	Não	Não	Smartphone da irmã ou de amigas
Camilo	2	*	Sky Livre	Oi TV	1	*	1	*	Playstation	Não	Não	Smart TV, tablet e smartphone do irmão e do amigo
Maria	1	*	*	"Piratão"	1	1	1	*	*	Sim	Sim	*
Malu	2	*	1	*	2	*	*	*	*	Não	Não	Smartphone da sogra em Cametá
Any	2 ¹⁹⁸	*	1 ¹⁹⁹	*	1	1	1	*	*	Sim	Não ²⁰⁰	Desktop no trabalho
Gaspar	2 ²⁰¹	*	*	Claro TV	1	1	1	*	*	Sim	Não	Notebook, desktop e tablet de familiares, amigos e em lan house
Eder	1	*	Sky Livre	*	1	1	1	*	*	Sim	Não	*

Fonte: Criada pela autora.

¹⁹⁸ Sendo um aparelho na residência no centro urbano de Cametá e outra na casa dos pais em Rio Furtados.

¹⁹⁹ Em Rio Furtados.

²⁰⁰ Às vezes conecta ao Wi-Fi do vizinho de Cametá.

²⁰¹ Uma é da irmã e fica no quarto dela, por isso ele não utiliza.

Oito participantes também têm um aparelho de DVD player, usado com bastante frequência, segundo alguns jovens, exceto os que residem na cidade (Marisa, Jadir, Edson e Any) e/ou os que tem sinal de telefonia em sua localidade do interior (Gaspar), e por isso reduziram essa prática frente à possibilidade de assistir vídeos online.

Dos 11 jovens, cinco contam com serviço de TV a cabo disponível em casa (Marisa, Camilo, Gaspar, Leide e Maria). No caso de Marisa o serviço era SKY, pago pelo cunhado. Na casa de Gaspar, o serviço era da ClaroTV e ele, juntamente com o pai e um dos irmãos, dividia a mensalidade. Leide também contava com o serviço da ClaroTV, este financiado pelos sogros. Camilo dispunha de OiTV e o pagamento era feito pelo pai e pelo irmão que é professor na comunidade. Segundo o jovem, a contratação da TV a cabo foi recente e motivada por um pedido dele e do irmão aos pais, para que pudessem acompanhar aos jogos de diferentes campeonatos de futebol, incluindo de clubes estrangeiros. Na casa de Camilo há ainda a antena da Sky livre, que funciona como antena parabólica e estava conectada à TV do quarto, enquanto a OiTV ficava na TV da sala de estar.

No caso de Maria o acesso aos canais de TV a cabo se dá via uso de um conversor digital da marca Tocomsat²⁰², denominado de “piratão”, que ao ser sincronizado com uma antena localizada fora da casa, consegue capturar o sinal de canais pagos. Em Rio Furtados e região esse equipamento é fornecido e instalado pelo jovem que conhecemos e entrevistamos na pesquisa de campo exploratória, Gael (veja tabela disponível no Apêndice 2).

Dos 11, sete jovens afirmaram ter um smartphone como dispositivo de uso pessoal (Marisa, Jadir, Edson, Maria, Any, Gaspar e Eder). Os jovens Camilo e Malu estavam sem smartphone no período da pesquisa e não tinham previsão de quando comprariam novo aparelho. O primeiro havia vendido seu telefone e o de Malu havia sido danificado pelo filho pequeno. Já Elisa e de Leide nunca tiveram um aparelho de celular próprio, mas faziam usos compartilhados de dispositivos de outros familiares. No caso de Leide, o primeiro aparelho que ela fez uso diretamente foi o smartphone do marido e que foi perdido por ela durante uma viagem. O primeiro contato com esse tipo de dispositivo era recente e se deu logo que a jovem conheceu seu companheiro, em 2015. Segundo a jovem, o aparelho era mais usado por ela do que pelo marido. No caso de Elisa, o contato com celular era mais reduzido do que o de Leide, e quando isso

²⁰² Funciona de uma forma semelhante aos aparelhos de grandes empresas de televisão por assinatura como Sky, Net, entre outros. Contudo, diferente dessas empresas, o TOCOMSAT só exige que seja feita a compra do aparelho, sem necessidade de pagar a manutenção ou mensalidade pelo serviço, por isso sua venda é proibida pela ANATEL. O produto é comercializado principalmente através de contrabando pela fronteira com o Paraguai.

ocorria era a partir do smartphone da irmã e/ou do celular da mãe, que fica conectado por um cabo a uma antena externa da casa para captar sinal da operadora, conhecido pelos moradores como “rural”. No seu caso, o marido também não dispunha de telefone celular. Quando fazem uso de smartphones, para Leide e Elisa a principal função é tirar fotos do tipo selfie e acessar perfis em redes sociais, com destaque para o *Facebook*. Elisa afirmou nunca ter compartilhado nenhum vídeo no *Facebook* e tampouco ter gravado um vídeo no celular, nem mesmo no aparelho da irmã.

De modo geral, o acesso aos primeiros aparelhos celulares foi recente para a maioria dos participantes de Cametá, exceto para Leide e Elisa. Pelos relatos, os primeiros aparelhos, geralmente com funções limitadas a chamadas de voz e mensagens de texto, foram comprados no momento em que os jovens faziam deslocamentos mais longos para estudar em outras localidades (Eder para localidade de Curuçambá) ou quando se mudaram em definitivo, ou no período do Ensino Médio, para a cidade. Apenas no caso de Edson o celular foi comprado no período em que estava no Ensino Médio, pelo interesse que tinha pela tecnologia, que ainda hoje tem seu plano pré-pago de telefonia financiado pela mãe.

Dos 11 participantes de Cametá, seis declararam ter acesso diário à internet (Marisa, Jadir, Edson, Maria, Any e Gaspar), porém isso não acontece necessariamente em casa e em dispositivos próprios e de uso individual, conforme Tabela 24. Os únicos jovens que tem internet do tipo Wi-Fi em casa são Marisa, Jadir e Maria. Já Edson, Any e Gaspar usam dados móveis em casa para a conexão diária mas, no caso do primeiro jovem, nunca para assistir vídeos. Assim como Marisa e Jadir, Any faz uso de internet no trabalho e às vezes ela acessa o Wi-Fi do vizinho de sua residência em Cametá, mas este nem sempre funciona.

Para Edson e Gaspar o acesso mais frequente é na casa de amigos e/ou familiares, onde vão quase que diariamente, conforme relatos feitos nos diários. Um aspecto interessante sobre esse tipo de uso, no caso de Edson, é que ele se torna frequente pelo fato de tanto o amigo quanto seus familiares terem dificuldades de usar o computador. Assim, em muitos momentos, Edson vai até a casa para auxiliá-los em diferentes tarefas simples como imprimir e salvar documentos em pendrives. O jovem relatou que a partir desse contato foi que ele e o amigo – dono do computador –, passaram a buscar conteúdos para fazer download de vídeos, como da série ‘Naruto’, que ambos já acompanhavam na televisão em emissoras de TV aberta.

Diferentemente do primeiro grupo de jovens, Camilo e Eder afirmaram ter acesso à internet três vezes por semana pelo fato de viajarem com frequência de rebeta para o

centro urbano de Cameté e de Mocajuba, onde podem usar dados móveis ou conexão Wi-Fi na casa de amigo ou familiar. Em alguns casos, as visitas ocorrem apenas pela necessidade de se conectarem para fazer download de vídeo e/ou responder mensagens em redes sociais. De acordo com Camilo, quando morava na cidade de Mocajuba, o acesso à internet se dava diariamente, pois na casa da irmã, onde morava, havia Wi-Fi e ele dispunha de sinal de telefonia permanentemente, apesar de colocar pouco crédito no celular. Atualmente, em Rio Furtados, o acesso só ocorre quando vai até a casa de um dos irmãos que é professor na escola da comunidade, que mora perto e tem internet Wi-Fi em casa. Ou ainda quando visita um amigo de escola que mora em Mocajuba, que também tem internet. Ao chegar nesses locais, ele empresta os dispositivos de amigos ou familiares, como o smartphone do irmão ou o tablet da sua sobrinha para se conectar ao *Facebook* e/ou ao *WhatsApp*. Esse compartilhamento de dispositivos é bastante comum para esse e outros jovens (Gaspar, Edson, Elisa e Malu), e no caso de Camilo ele chega a levar o tablet da sobrinha para assistir a conteúdos baixados em casa.

Elisa declarou que o acesso à internet se dá uma vez por semana, e Malu e Leide raramente. Pelo fato de não terem dispositivos móveis próprios, as jovens não costumam ir até locais onde há conexão disponível e quando vão não necessariamente é para usar a internet. No caso dos participantes que dispõem de internet móvel em seus aparelhos (Marisa, Jadir, Any, Edson, Eder e Gaspar), apenas no caso de Edson o plano é pago pela mãe, sendo os demais financiados por eles mesmos.

Na entrevista, Gaspar, Elisa e Edson relataram estarem interessados em instalar serviço de internet Wi-Fi em suas casas. No caso do primeiro jovem, o plano era instalar internet em casa e comprar um notebook, por conta das atividades da faculdade. Ambos os recursos eram importantes para Gaspar realizar provas online. Atualmente, para fazer isso, o jovem ou vai até o polo da faculdade em Cameté, acessa em uma *lan house* ou empresta o computador de um amigo. Já Elisa tinha interesse de fazer a contratação da internet, mas isso dependeria da disponibilidade e interesse dos vizinhos de dividir a mensalidade do serviço prestado por Gael, que é de R\$ 90,00²⁰³ mensais para Wi-Fi de 500MB. Da mesma forma, Elisa comentou que tinha planos de comprar um celular e que tem certeza que caso isso ocorra ela terá mais interesse de estar conectada e certamente deixará de assistir tanto à televisão. A afirmação da jovem foi baseada na experiência de amigos e conhecidos da comunidade, que, segundo ela, têm passado mais tempo no celular do que na televisão.

²⁰³ Valor equivalente a 21€ (cotação de 20 de novembro de 2018, de R\$ 4,28 para 1,00€).

Edson comentou que espera instalar conexão Wi-Fi em casa para conectar a Smart TV da sala, possibilitando a conexão ao *Netflix* e assistência direta dos conteúdos na própria plataforma. Caso isso ocorresse, Edson passaria a dividir o valor da assinatura com uma prima que morava em Belém. Para isso, ele esperaria ela retornar para Cametá para só então assumir essa despesa. Edson explicou que ainda que tivesse conta no *Netflix* em casa ele seguiria fazendo download de vídeos via arquivos *bittorrent*, já que há conteúdos, por exemplo 'Game of Thrones', que a *Netflix* não possui.

Vale ressaltar que nenhum dos participantes de Cametá dispõe de assinatura da *Netflix* ou de outra plataforma de vídeo sob demanda. Os conteúdos disponíveis e/ou produzidos pela *Netflix* também são pouco conhecidos pelos jovens, com exceção de Edson, que acompanha regularmente temporadas de séries exibidas na plataforma, como 'Stranger Things', a partir de download ilegal via arquivos *bittorrent* e posterior assistência via pendrive conectado na TV; e Camilo que quando morava em Mocajuba, também tinha acesso regular a seriados e filmes advindos de plataformas VoD, também baixados de outros ambientes. Isso se deve ao fato de todos os jovens terem declarado não pagar para assistir a vídeos.

Ainda sobre o consumo de vídeo sob demanda, Any comentou que caso tivesse internet Wi-Fi em casa, ela assinaria o *Globo Play*, pois desde já costuma assistir na internet conteúdos que passaram na TV e que perdeu, ou que deseja rever.

Dos 11 participantes, apenas Jadir tinha um computador pessoal, sendo três notebooks: um de uso exclusivo para estudos e outros para atividades como armazenamento de arquivos, jogos, assistência e edição de vídeos, entre outras. Há ainda dois jovens que possuíam videogame de console modelo Playstation sendo eles Jadir e Camilo.

Como é possível observar, o participante com maior disponibilidade de tecnologia foi Jadir, que se declarou durante a entrevista, uma pessoa muito ligada em tecnologia.

8.3 Dimensões articuladas pelos jovens para o consumo de vídeos

Considerando a proposta teórico-conceitual da tese, para a descrição e análise dos dados construídos em campo, orientamos o nosso olhar em busca de identificar e caracterizar as dimensões que compõem as práticas de assistência de vídeos dos jovens participantes, múltiplas telas, conteúdos, fontes de conteúdo, espaços e temporalidades.

No que concerne à dimensão *tela*, apresentamos na Tabela 25 o percentual de uso de cada tipo por participante.

Tabela 25 – Telas usadas pelos participantes de Cametá (PA)

Participante	TV		Smartphone		Tablet		Notebook		Desktop		Smart TV	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Marisa	9	42,9	4	19,0	*	*	*	*	8	38,1	*	*
Jadir	1	4,5	3	13,6	*	*	*	*	18	81,8	*	*
Edson	8	24,2	13	39,4	*	*	*	*	2	6,1	10	30,3
Leide	56	94,9	3	5,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Elisa	46	97,9	1	2,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Camilo	75	93,8	2	2,5	2	2,5	*	*	*	*	1	1,3
Maria	31	70,5	13	29,5	*	*	*	*	*	*	*	*
Malu	15	100,0	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Any	13	43,3	5	16,7	*	*	*	*	12	40,0	*	*
Gaspar	18	42,9	16	38,1	4	9,5	3	7,1	1	2,4	*	*
Eder	11	28,9	27	71,1	*	*	*	*	*	*	*	*
TOTAL	283	65,7	87	20,2	6	1,4	3	0,7	41	9,5	11	2,6

Fonte: Criada pela autora.

Do total de 431 cartões preenchidos pelos participantes de Cametá, em 68,3% a televisão foi apontada como a tela de assistência de vídeos, sendo 65,7% de um aparelho tradicional de TV (alguns de tela fina), e 2,6% de Smart TV (na casa de Edson e na casa de um amigo de Camilo). Em seguida aparecem o smartphone (20,2% dos cartões) e o computador do tipo desktop (9,5%). Dispositivos como tablet e notebook foram citados em, respectivamente, seis cartões (1,4%) de dois jovens (Gaspar e Camilo) e três cartões (0,7%) de Gaspar.

Para seis dos 11 jovens, a TV foi usada em mais da metade das situações de assistência, sendo 54,5% no caso de Edson (sendo 30,3% do tipo Smart TV e 24,2% em aparelho analógico), 70,5% de Maria, entre 93% e 97% dos cartões de Camilo, Leide e Elisa, chegando a 100% dos registros de Malu.

Para Gaspar, Marisa e Any, a TV foi usada em mais de 40% dos cartões, sendo as demais situações de assistência viabilizadas por telas como smartphone e desktop. No caso de Jadir e de Eder as telas mais usadas foram, respectivamente, o desktop do trabalho (81,8%) e o smartphone (71,1%). O jovem que fez uso de uma maior variedade de telas foi Gaspar que utilizou além da TV e do smartphone, computadores do tipo notebook e desktop, sendo esses dispositivos emprestados de amigos e/ou familiares.

Na maioria das situações de consumo de vídeos vividas pelos jovens de Cametá (78,9%), as telas usadas estavam offline (Tabela 26). Em apenas 21,1% dos cartões,

estas estavam conectadas à internet, sendo 18,3% via Wi-Fi e 2,78% via dados móveis (3G e 4G).

Tabela 26 – Conexão a internet entre os participantes de Cametá (PA)

Participante	Online		Offline	
	n.	%	n.	%
Marisa	11	52,4	10	47,6
Jadir	20	90,9	2	9,1
Edson	14	42,4	19	57,6
Leide	1	1,7	58	98,3
Elisa	*	*	47	100
Camilo	2	2,5	78	97,5
Maria	12	27,3	32	72,7
Malu	*	*	15	100
Any	15	50,0	15	50,0
Gaspar	16	38,1	26	61,9
Eder	*	*	38	100
TOTAL	91	21,1	340	78,9

Fonte: Criada pela autora.

Como é possível constatar, todos os participantes experienciaram situações de assistência offline, sendo mais da metade dos cartões de oito jovens, chegando a 100% dos registros de Malu (que só assistiu vídeos na TV), e de Elisa e Eder, que quando utilizaram outra tela (smartphone), assistiram apenas a conteúdos baixados.

As situações online também foram registradas por oito jovens. Desse grupo, oito reportaram uso de internet Wi-Fi e três de dados móveis em seus smartphones. Apenas para Jadir e Marisa as situações online foram mais comuns, sendo respectivamente 90,9% dos cartões (apenas Wi-Fi) e 52,4% (38,1% Wi-Fi e 14,3% dados móveis).

Any e Edson registraram práticas tanto online quanto offline, sendo exatos 50% dos cartões Any para cada tipo de situação, e 57,6% dos cartões de Edson sobre assistência offline e 42,4% online. Em ambos os casos, o uso do Wi-Fi foi mais expressivo, sendo 43,3% Wi-Fi e 6,6% dados móveis, referente a todos os acessos registrados nos cartões de Any, e o único tipo de conexão usada por Edson.

Em relação ao local de assistência, na maioria dos registros (89,3%), os jovens relataram estar em ambientes privados, com destaque para sala de estar (45,9%) e quarto (23%) em suas casas. Na sequência apareceram casa de amigos (8,1%), casa de familiares (6,7%) e cozinha de casa (4,4%). Para sete dos participantes, 100% dos

cartões foram em ambientes privados, seguidos de Gaspar, que relatou 95,2% de casos de assistência nesse tipo de ambiente, e de Marisa com 57,1%. Especificamente no caso de Edson, o local onde mais assistiu vídeos foi na casa de um amigo onde ele dispõe de internet Wi-Fi, 42,4% dos cartões.

A assistência de vídeos em locais públicos²⁰⁴, 10,7% do total de cartões de Cametá, foi relatada por apenas quatro jovens (Marisa, Any, Jadir e Gaspar), e entre os locais citados estão ambiente de trabalho na Colônia de Pescadores de Cametá (9,5% dos cartões, o que equivale a 41 registros, todos feitos por Marisa, Any e Jadir), um hospital no centro urbano de Cametá (2 cartões de Any), um barco (2 cartões de Gaspar) e um órgão público (1 cartão de Any) enquanto esperava atendimento. Apenas no caso de Jadir e Any, a maioria dos cartões, 81,8% e 56,7% respectivamente, relataram locais públicos, com destaque para o ambiente de trabalho.

Considerando a preferência pela assistência em casa, vale ressaltar que na maioria dos momentos (53,6%) os participantes estavam acompanhados e em 46,4% sozinhos. Para seis, mais da metade dos cartões foram de assistências coletivas de algum vídeo, alcançando 100% no caso de Malu que esteve acompanhada do filho e/ou do marido em todos os 15 registros feitos no diário.

Para os outros cinco jovens, na maioria das situações estavam sozinhos, sendo 95,5% dos cartões de Jadir, 73,7% de Eder, 60,6% de Edson, 55,3% de Elisa e 52,4% de Marisa.

Relacionando os casos de assistência em ambientes privados com os momentos em que os jovens estiveram acompanhados, vale ressaltar que para a maioria dos participantes isso acaba ocorrendo pela configuração das casas nas comunidades ribeirinhas onde vivem. Além de ambientes simples e pequenos, as residências contam com poucas divisões internas, sendo na maioria dos casos um grande salão e a cozinha, alguns tendo quarto, mas não necessariamente com aparelho de televisão. É interessante destacar o caso de Leide, que passou o final de semana em que fazia a pesquisa na casa de seus pais e todos os registros relataram assistência acompanhada de outros membros da família, já que a casa é composta de apenas dois ambientes (sala e cozinha) e são raros os momentos em que o cômodo principal está vazio e com a televisão desligada. Além disso, segundo a jovem, assistir TV é hábito de família, ainda que iniciado recentemente com a chegada da energia elétrica na sua comunidade.

²⁰⁴ Consideramos públicos não apenas espaços abertos e de livre acesso como órgãos públicos, rua, transporte público, mas também ambientes que por mais que tenham circulação mais restrita de pessoas, é um espaço onde o jovem convive com outras pessoas que não são da família/amigos e tem menos privacidade para as assistências realizadas. Além disso, consideramos públicos espaços onde os jovens podem ser vistos por outras pessoas assistindo a algo, como no caso do barco mencionado por Gaspar em seu diário.

Ao cruzamos a dimensão espaço com período do dia, verificamos que para a maioria dos jovens de Cametá assistir vídeos ainda se configura como uma prática noturna e relacionada ao descanso e pausa das atividades diurnas, como estudos, trabalho e/ou tarefas domésticas.

Conforme Tabela 27, dos 431 cartões preenchidos pelos jovens de Cametá, 40,4% foram de noite, seguidos de 30,9% à tarde e 26,7% pela manhã. Apenas nove (2%) reportaram assistências durante a madrugada, essas advindas de apenas três participantes (Edson, Camilo e Gaspar), coincidentemente os mais jovens dentre os participantes de Cametá.

Tabela 27 – Período do dia em que os jovens de Cametá (PA) assistiram vídeos

Participante	Manhã		Tarde		Noite		Madrugada	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Marisa	5	23,8	11	52,4	5	23,8	*	*
Jadir	13	59,1	5	22,7	4	18,2	*	*
Edson	3	9,1	18	54,5	10	30,3	2	6,1
Leide	10	16,9	23	39,0	26	44,1	*	*
Elisa	12	25,5	14	29,8	21	44,7	*	*
Camilo	15	18,8	25	31,3	38	47,5	2	2,5
Maria	22	50,0	12	27,3	10	22,7	*	*
Malu	7	46,7	2	13,3	6	40,0	*	*
Any	8	26,7	10	33,3	12	40,0	*	*
Gaspar	10	23,8	12	28,6	15	35,7	5	11,9
Eder	10	26,3	1	2,6	27	71,1	*	*
TOTAL	115	26,7	133	30,9	174	40,4	9	2,1

Fonte: Criada pela autora.

Para seis dos 11 participantes, a noite foi o período de maior assistência, alcançando 71% dos cartões de Eder. Para Jadir e Marisa, a maioria dos cartões reportaram situações durante o dia, período em que estavam trabalhando. De Jadir, 59,1% das situações ocorreram de manhã no trabalho, e de Marisa, 52,4% foram à tarde e incluíram vídeos assistidos no trabalho mas também em casa, já que ela costuma ver algum conteúdo para relaxar logo que chega no final do dia.

Para Edson a maior parte das situações ocorreram na parte da tarde (54,5%) pois esse é o período que ele se dirige até a casa de seu amigo, local onde assistiu a maior parte dos vídeos registrados no diário. Já no caso de Maria, 50% dos cartões foi de

manhã, período em que são exibidos seus programas favoritos e que aproveita para acompanhá-los na companhia de sua mãe e enquanto cuida do filho recém-nascido.

Do total de situações de assistência à noite, 62,1% foram acompanhadas e 58% foram na TV, o que remonta ao tradicional hábito de assistência de TV, esta como ponto de encontro (*meeting point*), situação reportada em 23,4% dos cartões de Cametá. À tarde, a maioria dos cartões também remete a assistências de forma coletiva (51,1%), seguidos de 48,9% de situações individuais. Já na parte da manhã a lógica se inverte, sendo 53,9% cartões que reportam casos de assistência sozinho, seguidos de 46,1% em companhia de alguém.

Seja manhã, tarde ou noite, em todos os períodos a TV foi a tela mais usada, sendo 77% dos cartões de situações à noite, 65,4% de tarde e 58,3% de manhã. As demais telas (smartphone, desktop e notebook) foram usadas em 41,7% dos cartões de manhã, 34,6% de tarde e 23% de noite. Ao observarmos, porém, os casos em que essas telas estavam conectadas à internet em cada um dos períodos do dia, o número de cartões é reduzido e tem origem em diários de participantes específicos: 31,3% dos cartões da manhã advindos de oito jovens; 27,8% de registros à tarde de seis participantes e 8,6% dos registros à noite de cinco diários diferentes.

No que tange à dimensão fonte de conteúdo/provedor, 37 diferentes entradas foram identificadas e organizadas em dez categorias, conforme Tabela 28.

Tabela 28 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos jovens de Cametá (PA)

Fonte de conteúdo	Cartões (n.)	Cartões (%)
Canais comerciais de TV aberta (<i>Band TV, Globo, Record TV, Rede TV, SBT, RBT, TV Liberal, RBA TV</i>) ²⁰⁵	211	49,0
Sites de redes sociais (<i>Facebook, YouTube</i>)	87	20,2
Canais comerciais na TV a cabo (<i>Boomerang, Cinemax, Discovery Channel, ESPN, Esporte Interativo, FOX Sports, HBO, HBO Plus, Max Prime, MTV, Multishow, National Geographic, Pay-Per-View BBB, Premiere, Space, SporTV, Telecine, TNT, Universal Channel</i>)	58	13,5
Aplicativo de mensagens instantâneas (<i>WhatsApp</i>)	47	10,9
DVD	12	2,8
Canal católico de TV aberta (<i>Canção Nova</i>)	7	1,6

²⁰⁵ Vale ressaltar que a maioria dos participantes dispõe de televisores conectados a antenas parabólicas, o que os permite sintonizar canais de TV aberta que não tem retransmissão em todo o território nacional, mesmo sendo de circuito aberto. Esse é o caso do *SBT* e do *RBT* - Rede Brasileira de Informação (pertencente ao grupo Objetivo com sede em São Paulo), além da emissora pública *TV Cultura* de São Paulo e do canal católico *Canção Nova*, que compoem outras categorias de fonte de conteúdo. Por esse motivo, em vários momentos dos diários os jovens relataram acompanhar a grade de programação da cabeça de rede (Rio de Janeiro ou São Paulo), como telejornais que dão notícias da região Sudeste, ao invés de programas das emissoras locais, filiadas ou afiliadas aos grupos nacionais, como a *TV Liberal* e *RBA TV*, que foi acessada por jovens que dispõem geralmente de mais um aparelho de TV, sendo este não ligado a parabólica ou à TV a cabo.

Fonte de conteúdo	Cartões (n.)	Cartões (%)
Gerenciadores de download de arquivos (<i>bittorrent</i>)	5	1,2
Canal público de TV aberta (<i>TV Cultura</i>)	2	0,5
Plataformas VoD de canais comerciais a cabo (<i>+Globosat e FOX Sports</i>)	2	0,5
Portal de notícias sobre programas de entretenimento da Globo (<i>Gshow</i>)	1	0,2

Fonte: Criada pela autora.

A categoria mais assistida foi a de canais comerciais de TV aberta, com 49% dos cartões, presente nos diários de todos dos participantes. Em seguida estão sites de redes sociais *YouTube* e *Facebook* (20,1% do total de cartões, identificados em 8 diários), de canais comerciais de TV a cabo (13,5%, 5 diários) e do aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp* (10,9%, 9 diários). Também foram citadas fontes como *DVDs* (2,8%, 3 diários), o canal católico *Canção Nova* (1,6%, 1 diário), gerenciadores de download de arquivos (*bittorrent*) (1,2%, 1 diário), plataformas VoD dos canais comerciais de TV a cabo *+Globosat* e *FOX Sports* (0,5%, 1 diário), o canal público *TV Cultura* de São Paulo (0,5%, 1 diário) e o portal *GShow* sobre programas de entretenimento da *Globo* (0,2%, um diário).

Os provedores mais citados nos cartões foram: *Globo* (35,7%), emissora citada em todos os diários; *YouTube* (12,2%, 7 diários); e *WhatsApp* (10,9%, 9 diários). Em seguida aparece o canal de TV aberta *SBT* (8,5%) e o site de rede social *Facebook* (7,8%), ambos citados no diário de sete jovens. Houve também 23 cartões (5,3% do total), relativos a canais comerciais de TV a cabo, sendo oito voltados para exibição de filmes e seriados (*Cinemax*, *HBO*, *HBO Plus*, *Max Prime*, *Space*, *Telecine*, *TNT* e *Universal Channel*) e 15 cartões (3,4%) de cinco canais pagos voltados à programação esportiva (*ESPN*, *Esporte Interativo*, *FOX Sports*, *Premiere* e *SporTV*). Dentre os canais de TV paga, se destaca o *Multishow* do grupo *Globo* (1,8%), com destaque para programas de videoclipes musicais e o *Telecine* (1,8%), voltado para filmes. De provedor com alcance regional/estadual apenas a *TV Liberal* e *RBA TV* foram identificadas em 2% dos cartões, citados por três participantes (Camilo, Malu e Any).

É interessante destacar ainda a integração feita pelos participantes entre esses provedores, a exemplo da preferência por conteúdos de TV aberta, assistidos diretamente no aparelho televisor de forma offline, mas também buscado na internet via *Gshow* ou ainda no *YouTube*. Da mesma forma, é comum que os jovens curtam e acompanhem páginas no *Facebook* e/ou façam uso de aplicativos de canais de TV a cabo, a exemplo do *FOX Sports* e *Esporte Interativo*.

Considerando os usos que os jovens fazem das tecnologias para acesso a vídeos em diferentes plataformas, além de identificar as fontes de conteúdos e categorizá-las em tipos, operamos um segundo nível de categorização relacionado ao tipo de acesso, podendo esse ser gratuito, pago, pirata ou ainda produzido pelo próprio participante, categoria que denominamos de *UGC*, remetendo a noção de *User-generated content*. Do total de cartões de Cametá, 81,9% foram de assistência de vídeos em fontes gratuitas, com destaque para canais de televisão aberta e sites de redes sociais (*YouTube*, *Facebook*). Esse tipo de provedor foi o mais comum em todos os diários de Cametá, chegando a 100% das fontes acessadas por Jadir e Eder.

Em seguida apareceram fontes de conteúdo pagas sendo todos canais de TV a cabo (12,3%), destacadas no diário de quatro jovens (43,8% dos cartões de Camilo, 16,9% de Leide, 16,7% de Gaspar e 4,7% de Marisa). E ainda fontes piratas (5,3%), sendo elas: DVDs piratas, gerenciadores ilegais de download de vídeos da internet, assim como canais de TV a cabo acessados via conversor pirata. Este tipo de fonte foi identificada em sete perfis, chegando a 33,3% de tudo o que Malu (DVDs) assistiu, de 15,2% dos cartões de Edson (downloads ilegais), 13,6% de Maria (via conversor pirata) e 8,5% de Elisa (DVDs). Apenas dois vídeos compartilhados por *WhatsApp* (0,5%) foram identificados como produzidos por pessoas que os participantes conheciam (prima de Maria e amigo de Jadir).

Cruzando os dados de fontes de conteúdo/provedores com o tipo de conteúdo, classificados por *ao vivo* (que passa direto na TV independentemente da forma de produção se gravada ou propriamente ao vivo), *sob demanda* (que precisa de um dispositivo conectado à internet), *baixado* (salvo no dispositivo para posterior assistência) ou *gravado* (se produzido pelo participante), vimos que 65,2% dos 431 cartões reportou conteúdo ao vivo, sendo a maioria advinda de canais de TV aberta ou a cabo assistidos no aparelho de TV (62,6%), ainda que acessados de forma pirata. Houve ainda sete cartões de assistência de programas de TV ao vivo em Smart TV (1,6%), sendo em seis conteúdos de TV aberta no aparelho não conectado à internet de Edson, e uma em que o aparelho estava conectado ao Wi-Fi para que Camilo e um amigo assistissem ao vivo ao seriado 'A Rainha do Sul' na plataforma VoD do canal *+Globosat*. Vale ressaltar ainda o caso de assistência do programa esportivo matinal 'Bom dia FOX' assistido ao vivo na plataforma VoD do *FOX Sports* por Edson, também na casa de um amigo, via tablet conectado ao Wi-Fi, e dois cartões (0,4%) de Marisa que reportaram assistência de vídeos ao vivo no *Facebook* via smartphone conectado por dados móveis (3G/4G).

Os conteúdos sob demanda, presentes em 23% dos cartões, de nove jovens diferentes, são originários das seguintes fontes de conteúdo, a maioria online: *YouTube* (12%), *Facebook* (7%), *DVD* (2,7%), *WhatsApp* (1,2%) e a plataforma *GShow* (0,2%). Além de filmes, videoclipes de música, shows gravados ao vivo e vídeos engraçados que circulam e estão disponíveis gratuitamente em várias plataformas online, destacam-se ainda conteúdos advindos de TV aberta que podem ser encontrados online e assistidos sob demanda. Nesse sentido, vale citar o exemplo de quatro vídeos assistidos sob demanda no *YouTube*, sendo dois programas humorísticos vistos por Edson (no canal Humor do *Multishow* e ‘The Noite’, de Danilo Gentili, sobre o episódio da grávida de Taubaté), e duas telenovelas (‘Deus Salve o Rei’ e o ‘Outro Lado do Paraíso’, ambas da *Globo*) assistidas por Jadir e Any por terem perdido o episódio na televisão. Há ainda um cartão de Jadir em que ele assistiu trechos dos melhores momentos do episódio do talent shows ‘The Voice Kids’ no *Gshow*, por ter perdido a exibição na TV. Em todos esses casos, os jovens utilizaram telas conectadas à internet, com destaque para o computador desktop e smartphone.

Também foram identificados conteúdos assistidos de forma baixada, em 11,8% dos cartões, presentes em todos os diários, exceto o de Maria. A principal fonte desse tipo de conteúdo foi o *WhatsApp* (9,7%), com destaque para vídeos que se caracterizam por serem muito curtos (geralmente 60 segundos), por serem compartilhados de forma viral em grupos de *Whatsapp*, por não terem um título ou temática bem definida, por serem geralmente gravados de forma caseira/amadora e durante situações engraçadas do cotidiano, tais como uma idosa coletando açaí, uma criança dançando, um animal se comportando de forma inusitada (‘macaco lavando louça’ e ‘galinha dançando’, ambos de Eder), por terem formatos diversos além de não terem informações claras sobre onde, como e por quem foram criados²⁰⁶.

Em seguida, estão cartões que citam gerenciadores de downloads (1,2%) e ainda casos de downloads de conteúdos de sites de redes sociais como *YouTube* e *Facebook* (0,9%), opções não necessariamente fornecidas gratuitamente pelas plataformas, mas possibilitados por outros recursos online. Entre os conteúdos, estão temporadas inteiras de seriados estrangeiros como ‘Stranger Things’, baixadas por Edson, videoclipes musicais, vídeos amadores engraçados e filmes, baixados por Any, Camilo,

²⁰⁶ Dos 27 cartões preenchidos por Eder envolvendo esse tipo de conteúdo em 14, ele fez explicações muito genéricas sobre o conteúdo, tais como: “vídeo emocionante”, “vídeo engraçado”, “reportagem engraçada”, “palestra infantil”, entre outros. Em dois cartões, ele identificou como conteúdo assistido gifs compartilhados via *WhatsApp* também com conteúdo de humor.

Gaspar e por um familiar de Leide, permitindo que a jovem também assistisse e reportasse em seu diário.

Especificamente sobre os vídeos que são baixados vale ressaltar o exemplo de Eder. Do total de 38 cartões deste jovem, 27 são relativos a esse tipo de conteúdo, todos advindos do *WhatsApp*. Uma característica marcante dos modos de assistência desse jovem é que por ficar em muitos momentos offline, quando ele volta a se conectar, todas as mensagens que estavam represadas no *WhatsApp* “caem”, nas palavras de Eder, no aplicativo e ficam salvas no telefone para posterior visualização.

Os momentos de conexão podem ocorrer quando ele se posiciona em um local próximo a sua casa em que funciona o sinal de telefonia da Claro, quando ele se desloca até a casa de amigos que tem Wi-Fi e/ou quando vai até as cidades de Cametá ou Mocajuba e pode usar normalmente o sinal de telefone da sua operadora. Sempre que isso acontece, o jovem se organiza para assistir aos vídeos, geralmente um na sequência do outro, e decidir o que fica salvo e o que será apagado do aparelho. No diário do jovem três momentos como esse foram identificados. No dia 21 de março, à noite, o jovem sozinho na cozinha de casa preencheu um total de 16 cartões relatando vídeos baixados do *WhatsApp*. O mesmo ocorreu no dia 24 de março, pela manhã, no quarto, quando o jovem fez oito entradas no diário, relativas a esse tipo de assistência. No dia 16 de março, Eder também reportou no diário três situações de assistência de vídeos baixados do *WhatsApp*, sendo que em duas delas ele estava acompanhado.

Sobre esse processo de baixar automaticamente os vídeos para uma assistência posterior, Eder explicou que costuma fazer o mesmo para fotos. Quando está conectado seu foco é responder mensagens de texto, deixando sempre fotos e vídeos para posterior visualização. Nessa assistência, o jovem define o que fica ou não e, segundo ele, o critério é se o conteúdo agrega algum aprendizado ou é mesmo muito engraçado e ele salva para mostrar para as crianças que moram na casa. De acordo com o jovem, a maioria do que recebe não acrescenta nada e ele acaba deletando após assistir. A quantidade de vídeos que Eder recebe se justifica por ele fazer parte de um grupo intitulado “Vídeos e comédias”, voltado exatamente para o compartilhamento desse tipo de conteúdo.

O jovem comentou que participa, ainda no *WhatsApp*, de grupos da família, de colegas da faculdade, de amigos da comunidade e dos colegas da igreja. Esses são espaços de circulação de muitas informações e servem para o agendamento de encontros, para além do compartilhamento de conteúdos em foto e vídeos que estejam ou não relacionados ao foco do grupo.

Ainda sobre os tipos de conteúdos, cabe destacar que dentre os cartões que reportam conteúdos assistidos ao vivo (281 de 431 cartões, 65,2%), a maioria das situações de assistência (68,3%) foram acompanhadas. Já no caso dos conteúdos sob demanda (99 cartões, 23%) e baixados (51 cartões, 12%), a assistência costuma ser individual, chegando a alcançar 74,5% dos cartões de vídeos baixados e 73,7% dos casos sob demanda.

É importante registrar a diversidade de gêneros e formatos de vídeos encontrada nos diários dos jovens de Cametá. Ao todo, foram identificados 41 gêneros/formatos que variam de programas consolidados na grade televisiva, como telejornais e telenovelas, até filmes, vídeos curtos, vlogs, entre outros disponíveis em plataformas online para diferentes formas de assistência. Na Tabela 29, apresentamos o detalhamento completo das categorias estabelecidas para análise dos conteúdos, e respectivas fontes a partir das quais estes foram assistidos²⁰⁷.

²⁰⁷ Por conta de lacunas no preenchimento dos cartões, em oito casos não conseguimos identificar do que se tratavam os vídeos assistidos.

Tabela 29 – Gêneros/Formatos de conteúdo X Fontes/provedores assistidos pelos participantes de Cametá (PA)

Gênero/ Formato	TV ABERTA											Gshow	TV a cabo	VoD TV a cabo	REDES SOCIAIS		Whats App	DVD	Ger. Download	TOTAL	
	Globo	SBT	Band TV	Record TV	Rede TV	RBI	TV Liberal	RBA TV	Canção Nova	TV Cultura	YouTube				Facebook	n.				%	
Álbum visual	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	5	*	6	1,4	
Clipe evento social	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	1	*	*	*	4	0,9	
Depoimento	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	1	*	*	2	0,5	
Desenho animado	*	7	*	1	*	*	*	*	*	1	*	1	*	1	*	*	*	*	11	2,6	
Documentário	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	1	*	*	3	0,7	
Evento de luta	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	1	0,2	
Filme	8	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	22	*	11	*	.	3	*	46	10,7	
Gif	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	3	*	*	4	0,9	
Jogo de Futebol	6	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	*	*	*	*	*	*	13	3,0	
Missa ao vivo	1	*	*	*	*	*	*	*	5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6	1,4	
Palestra	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	2	*	*	3	0,7	
Programa de auditório	1	10	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	12	2,8	
Programa de debate	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	0,2	
Programa de fofocas	*	10	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	10	2,3	
Programa de variedades	14	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	15	3,5	
Programa esportivo	7	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	8	1	*	*	*	*	*	17	3,9	
Programa humorístico	1	1	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	5	1,2	
Programa jornalístico (saúde)	7	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	1,6	
Programa religioso	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	0,5	
Reality show	17	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	*	*	*	*	*	*	24	5,6	
Reportagem	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	1	0,2	
Revista eletrônica	3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	0,7	
Seriado	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	1	1	*	*	*	4	8	1,9	
Show gravado ao vivo	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	4	*	*	4	*	8	1,9	
Survival	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	1	0,2	
Talent show	3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	4	0,9	
Talk show	8	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	8	1,9	
Telejornal	33	4	0	5	0	0	9	1	.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	52	12,1	
Telenovela	44	1	0	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	48	11,1	
Trailer	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	*	*	*	*	3	0,7	
Tutorial	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	3	*	*	*	10	2,3	
Vídeo amador engraçado	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	3	21	*	*	29	6,7	
Vídeo em fanpage	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9	*	*	*	9	2,1	
Vídeo gravado por mim ou por conhecido	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	2	0,5	
Vídeo institucional	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	1	0,2	
Vídeo na timeline	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	2	0,5	
Vídeo reflexão/ oração	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	1	0,2	
Vídeo Review/Reação	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	2	0,5	
Videoclipe	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	6	*	4	10	10	*	*	32	7,4	
Vlog	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6	1	*	*	*	7	1,6	
Não identificado	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	1	5	*	1	8	1,9	
TOTAL	154	37	2	9	1	2	8	1	7	2	1	55	2	53	34	47	12	5	431	100	

Fonte: Criada pela autora.

Como explicitado, entretenimento e informação são os principais focos de atenção dos jovens de Cametá. Telejornal, apontado em 12,1% dos 431 cartões, foi o conteúdo mais assistido. Esse formato foi visto por todos os participantes, exceto por Jadir, jovem que assistiu a mais conteúdos no desktop do que na TV. Em seguida, aparecem: 11,1% relativos a telenovelas, presente em 10 diários; 10,6% de filmes (9 diários); 7,4% de videoclipes (5 diários); 6,7% de vídeos do tipo amador engraçado (6 diários); 5,6% de reality show (7 diários); 3,9% de programas esportivos (3 diários); 3,5% de programas de variedades (6 diários); 3% de jogo de futebol ao vivo (4 diários); 2,8% de programas de auditório (4 diários).

Das 10 categorias mais citadas, cinco foram assistidas pelos jovens apenas na tela da televisão, seja via canais de TV aberta ou de TV a cabo (jogo de futebol, programas de auditório, programas de variedades, reality shows e telejornais). Este aspecto pode estar relacionado à experiência de assistência coletiva proporcionada por esses programas, em sua maioria transmitidos ao vivo. Outros quatro gêneros/formatos (filmes, programas esportivos, telenovelas e videoclipes) demonstram maior versatilidade para circular em diferentes plataformas e permitem a assistência sob demanda, já que a maioria é pré-produzida para só então ser veiculada, com exceção dos programas esportivos, geralmente voltados ao debate esportivo ao vivo. Há ainda a categoria que denominamos de vídeos amadores engraçados que só foi assistida via plataformas online e em dispositivos que não a televisão.

Fazemos esse destaque, pois dos 10 formatos/gêneros mais assistidos, cinco tiveram assistências centradas na tela da TV e uma em dispositivos eletrônicos digitais. As outras quatro tiveram casos de assistência tanto nas telas para as quais tiveram sua produção direcionada quanto em outros dispositivos a partir de plataformas online.

Especificamente no caso dos telejornais, assistidos exclusivamente em canais de TV aberta, 63,5% são da *Globo* ('Jornal Nacional', 'Jornal Hoje', 'Bom Dia Brasil' e 'Jornal da Globo'), 17,3% da *TV Liberal* ('JL1', 'JL2' e 'Bom dia Pará'), 9,6% da *Record TV* ('Balanço Geral' e 'Fala Brasil') e 7,7% do *SBT* ('Primeiro Impacto') e 1,9% da *RBA TV* ('Barra Pesada').

As telenovelas também foram majoritariamente assistidas na tela da TV, sendo 91,7% ao vivo na *Globo* ('O outro lado do paraíso', 'Deus salve o rei', 'Malhação' e 'Tempo de amar' e um episódio do 'Vale a pena ver de novo' que à época reprisava 'Celebridade'), um caso (2,1%) na *Record TV* ('Os 10 mandamentos') e outro (2,1%) no *SBT* ('Carinha de Anjo'). Além disso, 4,2% foi assistido sob demanda no *YouTube* ('O outro lado do paraíso' e 'Deus salve o rei' da *Globo*). Vale ressaltar que, no geral, de

todos os conteúdos registrados nos diários, a telenovela 'O outro lado do paraíso' foi a mais assistida, indicada em 30 cartões (7%) de oito jovens.

Quanto aos filmes registrados nos diários estes foram assistidos em canais a cabo (47,8% de 46 cartões), no *YouTube* (23,9%), em canais de TV aberta (21,7% via *Globo* e *SBT*) e em *DVD* (6,5%). Entre os gêneros se destacam ação, animação, aventura, comédia e terror. Do total de 42 títulos registrados, 38 são produções estrangeiras e três nacionais.

Os videoclipes foram assistidos em mais de cinco fontes diferentes. Dos 32 cartões, 31,3% foi online e sob demanda no *Facebook*, e o mesmo percentual de forma baixada via *WhatsApp*. Em seguida foram identificados 18,8% de cartões no *YouTube*, 12,5% no canal de TV a cabo *Multishow*, especificamente o programa "TVZ", e 6,2% assistidos na faixa de clipes do canal de TV aberta *RBI*, sintonizado pela antena parabólica.

Dos 29 vídeos engraçados, 72,4% foram assistidos via *WhatsApp*, seguidos de 17,2% no *YouTube* e 10,3% no *Facebook*. Ainda sobre interesse por música entre os jovens, vale destacar os cartões de shows gravados ao vivo (1,9%), assistidos por Marisa, Jadir e Elisa em *DVD* e no *YouTube*. Dos registros feitos, a maioria são de grupos musicais locais, que tocam em localidades do interior seguido de grupos musicais nacionais.

Dentre os reality shows assistidos, 70,8% dos cartões foram de assistência ao vivo do 'Big Brother Brasil' na *Globo*, seguido de 29,2% de assistência do mesmo programa ao vivo no *Multishow* ou na faixa *pay-per-view* do "BBB", disponíveis na TV a cabo, exceto por um cartão relativo ao reality "Are you the one - Brasil", visto por Camilo na *MTV*. Vale ressaltar que o "BBB" foi o terceiro programa mais assistido pelos jovens de Cametá, totalizando 20 cartões (4,6%) de seis jovens.

Dos programas esportivos assistidos, 47,1% foram em canais de TV a cabo ('Bom dia FOX' da *FOX Sports*; 'É Gol' e 'Planeta SporTV' da *SporTV*), seguido 41,2% na *Globo* ('Globo Esporte'), além de um cartão (5,9%) na *Band TV* ('Jogo Aberto') e outro (5,9%) na plataforma *VoD* do *FOX Sports* ('Bom dia FOX').

Já os programas de variedades foram assistidos apenas na televisão aberta, sendo 93,3% dos cartões na *Globo* ('Mais Você', 'Vídeo Show' e 'É de casa') e um caso (6,7%) na *Record TV* ('Hoje em Dia'). O mesmo ocorreu com os jogos de futebol ao vivo, 53,8% assistidos em canais a cabo (*ESPN*, *Esporte Interativo*, *FOX Sports*, *Premiere* e *SporTV*) e 46,2% na *Globo*. Dentre os jogos citados, haviam tanto times nacionais como estrangeiros.

Quanto aos programas de auditório, 83,3% foram produções do *SBT* ('Programa Silvio Santos', 'Programa Raul Gil' e 'Programa da Eliana'), além de um cartão (8,3%) da *Globo* ('Altas Horas') e outro (8,3%) da *TV Cultura* ('Manos e Minas').

Ainda com base na Tabela 29, vale destacar os 2,6% de cartões relativos a desenhos animados assistidos por quatro jovens diferentes (Edson, Leide, Eder e Marisa), tanto em canais de TV aberta (81,8%), no *Boomerang* na TV a cabo e no *YouTube*. No caso de Eder e Marisa eles assistiram aos desenhos acompanhados de crianças e essa foi uma forma de entretê-los. Situação similar a de assistência de álbuns visuais infantis por Any e Malu em 1,4% dos cartões. Estes foram vistos em DVD ('Galinha Pintadinha', 'Xuxa só para Baixinhos', 'Patati e Patatá', 'Os amiguinhos da galinha' e 'Mulecada'), no *YouTube* ('Xuxa só para Baixinhos') e via smartphone conectado por dados móveis, nesse último caso em um ambiente público, um hospital onde a sobrinha de Any estava sendo atendida e ela precisava entretê-la.

Em 2,3% dos cartões foram registrados vídeos do tipo tutorial, assistidos no *YouTube* e no Facebook por Maria, Marisa e Jadir. Os vídeos ensinavam desde técnicas de artesanato até exercícios físicos e coreografias de dança. Podemos destacar 2% de cartões nos quais foram registrados vídeos com apelo religioso, sendo: 1,4% de missas televisionadas, assistidas na *Canção Nova* (5 cartões de Maria) e na *Globo* (1 cartão de Malu), ambas acompanhadas de suas mães; dois programas (0,4%) de reflexão da *Canção Nova* ('Bom dia para vida' e 'Sorrindo pra Vida'); e um vídeo de oração/reflexão (0,2%) recebido por Gaspar no *WhatsApp*.

No que concerne a seriados de TV, estes apareceram em 1,9% dos cartões, sendo a maioria de 'Stranger Things' visto de forma baixada via gerenciadores de download por Edson, além de um cartão de 'Chaves' no *SBT* de Leide, um de 'Game of Thrones' na *HBO* (Camilo), um de 'A Rainha do Sul' na plataforma *VoD* do *+Globosat* (Camilo), e um do seriado amadoramente produzido 'Tem boto na rede do Tunico', visto sob demanda no *YouTube* por Any.

Dentre os conteúdos mais assistidos se destacaram ainda: 2,3% de programa de fofocas 'Fofocalizando' do *SBT* (10 cartões de Elisa, Leide e Maria); 1,9% do talk show "Encontro com Fátima Bernardes" da *Globo* (8 cartões de Maria, Malu, Elisa, Camilo e Gaspar); e 1,6% do programa jornalístico de saúde 'Bem Estar' da *Globo* (7 cartões de Maria, Elisa, Malu e Camilo). Os dois últimos conteúdos também foram citados por Any durante entrevista, que os assiste sempre que está de folga do trabalho, o que não ocorreu durante o período da pesquisa.

Outro aspecto importante de ser observado na Tabela 29 é a versatilidade do *YouTube*, que foi fonte de conteúdos de 16 gêneros/formatos diferentes, ultrapassando a *Globo*, a emissora de TV aberta reconhecida por sua programação *generalista* (WOLTON, 1996), tendo sido este canal de assistência de 14 gêneros/formatos diferentes. Em seguida apareceram o *Facebook*, fonte de 12 categorias distintas, e o *WhatsApp* de 10.

Além de consumirem vídeos em diferentes espaços e horários do dia, o número aproximado de horas que foi assistido por cada jovem, obtido ao contabilizarmos os tempos registrados em cada cartão (Tabela 30). Ainda que este seja apenas um valor de referência/ilustrativo – pelas limitações apresentadas no Capítulo 5 –, é interessante observar a variação de tempo de um participante para o outro, indo de um total aproximado de 93 horas e 18 minutos assistidas por Camilo, jovem que preencheu todos os cartões do diário e que assistiu mais a programas de televisão, até cerca de 5 horas e 58 minutos vistas por Jadir, que preencheu 22 cartões e que assistiu em sua maioria vídeos sob demanda e baixados em dispositivos conectados à internet.

Tabela 30 – Tempo aproximado de assistência durante a pesquisa entre os jovens de Cametá (PA)

Participante	Número de cartões preenchidos	Tempo total aproximado assistência	Média tempo assistência/cartão
Marisa	21	20:31:00	00:58:00
Jadir	22	05:58:00	00:16:00
Edson	33	20:36:00	00:37:00
Leide	59	37:17:00	00:37:00
Elisa	47	31:27:00	00:40:00
Camilo	80	93:18:00	01:10:00
Maria	44	18:43:00	00:25:00
Malu	15	09:45:00	00:39:00
Any	30	21:03:00	00:42:00
Gaspar	42	22:55:00	00:32:00
Eder	38	09:49:00	00:15:00

Fonte: Criada pela autora.

Considerando o fato de que nove dos 11 participantes consumiram mais vídeos na TV, o tempo total de assistência entre eles é bastante superior aos de Jadir e Eder que assistiram a vídeos mais na tela do computador e do smartphone, respectivamente. Isso fica evidente ao observarmos a média aproximada de tempo de cada cartão. Eder, o jovem que proporcionalmente mais assistiu a vídeos baixados via *WhatsApp*, foi o que

teve situações mais curtas de assistência, sendo 15 minutos a média por cartão. Já Camilo teve as situações mais demoradas, de aproximadamente 1 hora e 10 minutos cada uma, chegando a ter cartões de 2 horas e 45 minutos de duração, como a de programas esportivos de debate.

Ainda que com uma quantidade distinta de cartões preenchidos, Marisa, Edson, Any e Gaspar totalizaram aproximadamente 20 horas de vídeos assistidos, mas a média por cartão variou entre 32 minutos e 58 minutos, já que os jovens assistiram conteúdos com tempos de duração distintos.

Nesse sentido, vale ressaltar a distribuição do total de cartões preenchidos pelo tempo de duração das situações de assistência por tipo de conteúdo (ao vivo, sob demanda ou baixado), conforme Tabela 31.

Tabela 31 – Duração das situações de assistência X Tipo de conteúdo visto pelos participantes de Cametá (PA)

Duração/ Tipo de Conteúdo	Ao vivo		Sob demanda		Baixado		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
De 00:00:01 a 00:15:00	32	7,4	48	11,1	40	9,3	120	27,8
De 00:16:00 a 00:30:00	47	10,9	7	1,6	1	0,2	55	12,8
De 00:31:00 a 01:00:00	126	29,2	30	7,0	3	0,7	159	36,9
De 01:01:00 a 02:00:00	63	14,6	9	2,1	6	1,4	78	18,1
De 02:01:00 a 03:00:00	8	1,9	2	0,5	*	*	10	2,3
Não identificado	5	1,2	3	0,7	1	0,2	9	2,1
TOTAL	*	65,2	*	23,0	*	11,8	431	100,0

Fonte: Criada pela autora.

Na Tabela 31 é possível perceber que a primeira faixa de tempo, segunda mais comum (27,8% dos cartões), remete a conteúdos de curta duração e nesse caso a prevalência é de vídeos assistidos sob demanda (11,1%) ou baixados (9,3%). A faixa de tempo com maior número de cartões é de 30 a 60 minutos de duração (36,9%). Nesse caso e em todas as demais faixas, a prevalência é por conteúdos assistidos ao vivo, em sua maioria na tela da televisão.

Com base nas perguntas extras respondidas no verso dos cartões, vale ressaltar que nove dos 11 jovens de Cametá reportaram situações de multitarefas (*multitasking*) enquanto assistiam algum conteúdo. Ao todo, foram respondidos 43 cartões sobre esse assunto, sendo 13 casos indicando que nenhuma atividade foi realizada (seis jovens) e 30 registrando atividades em paralelo. Desse total, em 23 cartões, enquanto assistiam

TV, os jovens estavam: conversando com amigos/familiares; estudando; arrumando a casa ou algum cômodo específico; fazendo alguma refeição; fazendo as unhas; amamentando ou fazendo o filho dormir; respondendo a uma mensagem no celular/smartphone; ou ainda aguardando atendimento em uma fila. Nas situações de multitarefas enquanto assistiam no desktop (4 cartões), podemos destacar a realização de trabalhos manuais, como fazer carteirinhas de papel na Colônia de Pescadores, ou ainda esperando o sistema de computador usado no trabalho voltar a funcionar.

Em relação ao uso de dispositivos de segunda tela, das 369 perguntas extras respondidas, 56 foram relacionadas a essa prática. Em 38, 10 jovens responderam não terem feito nenhum uso. Em outros 18 cartões, sete jovens indicaram terem usado uma segunda tela enquanto assistiam um vídeo, sendo: o smartphone (12 cartões) para acessar sites de redes sociais ou responder mensagens de texto enquanto viam TV ou trabalhavam no desktop; a própria televisão (3 cartões) que estava ligada passando algo que eles estavam acompanhando de forma secundária enquanto viam algo no smartphone ou no tablet; o telefone celular (2 cartões) para fazer chamadas de voz enquanto assistiam televisão; e o desktop de trabalho (1 cartão) usado como segunda tela enquanto assistiam algo no smartphone durante o trabalho.

Dez jovens também reportaram nos diários os momentos em que chegaram a comentar e/ou compartilhar algo sobre o vídeo que estavam assistindo. Ao todo foram 98 perguntas extras respondidas sobre esse assunto e em 73 casos, os jovens não comentaram ou compartilharam nada. Dos 25 cartões em que a resposta foi positiva, eles relataram ter comentado pessoalmente com alguém que assistia ao conteúdo com eles (22 cartões), tal como familiares, amigos e colegas de trabalho; comentado via *Whatsapp* (1 cartão); e ainda compartilhado o vídeo via *WhatsApp* com alguém (2 cartões). Essas situações ocorreram enquanto os jovens assistiam vídeos na televisão (19 cartões), no desktop do trabalho (4 cartões) e no smartphone (2 cartões).

Neste capítulo apresentamos descrição detalhada dos dados obtidos entre os jovens de Cametá, com destaque para perfil dos participantes, disponibilidade de tecnologia e *repertório de mídia*, bem como se caracterizam as práticas de consumo de vídeos, e que dimensões são articuladas pelos jovens nas situações de assistência. Como foi possível observar, diante dos dados de posse de tecnologia dos participantes, em quase 90% das situações registradas nos cartões a assistência de vídeos ocorreu em ambientes privados, com destaque para momentos de assistência coletiva na tela da TV.

Na maioria dos cartões, a assistência se deu de modo offline, ainda que dentre os 11 jovens, oito tenham relatado pelo menos um caso de assistência em tela conectada à

internet. Apenas 10% dos cartões ocorreram em ambientes públicos, como trabalho, locais de atendimento, como hospitais e órgãos públicos, durante situações de espera dos participantes. Pela limitação de acesso à telas conectadas, porém, os casos de assistência em ambientes públicos foi registrada por apenas quatro jovens.

No que tange à dimensão conteúdo, 42 gêneros/formatos de vídeos foram identificados nos 11 diários, advindos de 37 fontes/provedores diferentes, com destaque para canais de TV aberta e sites de redes sociais. Vale ressaltar que apesar de ocorrer em menor escala se comparado aos modos tradicionais de assistência de vídeos, em 32,7% das situações os jovens realizaram arranjos menos convencionais das dimensões de assistência de vídeos, e para isso lançaram mão de dispositivos de uso compartilhado, bem como planejaram em sua maioria as formas de estarem conectados, já que dos 11 apenas 3 tem internet Wi-Fi em casa.

Um traço marcante do grupo de Cametá é a busca por conteúdos ou gêneros/formatos já conhecidos em plataformas online, tais como telenovelas, filmes, programas esportivos e videoclipes musicais, de modo a complementar suas práticas de assistência.

Ao aproximarmos a diversidade de conteúdos assistidos a partir de múltiplas fontes/provedores com o *repertório de mídia* dos jovens, fica evidente que mesmo com condições menos favoráveis de acesso, os participantes têm conhecimento das novas possibilidades de assistência de vídeos e em sua maioria estão abertos a essas novas práticas. Em alguns casos (Jadir, Edson, Camilo, Maria, Any e Gaspar), identificamos competências já formadas para estabelecer alternativas de consumo de vídeos de forma independente da grade televisiva. Além de articularem de diversas maneiras as pluridimensões que constituem a assistência de vídeos, os jovens com competências mais desenvolvidas gerenciam formas de estarem online, o tempo de conexão que precisarão para terem acesso ao que desejam assistir e que recursos serão necessários para que a situação de assistência seja viabilizada. Isso porque os recursos considerados básicos para os processos de assistência de vídeos no contemporâneo (dispositivos móveis e conexão à internet) não estão disponíveis para a maioria dos participantes de Cametá.

Neste capítulo apresentamos a descrição detalhada dos dados construídos juntamente com os participantes de Cametá. A partir dele, entendemos as preferências dos jovens do município em questão, quais conteúdos são mais assistidos, bem como como participantes associam as pluridimensões dos fluxos interacionais, passo

fundamental para a posterior caracterização dos mesmos no Capítulo 12. A seguir, detalharemos os resultados obtidos em Tavares.

9

**PRÁTICAS DE CONSUMO
DE VÍDEOS EM TAVARES**

Neste capítulo, apresentamos descrição detalhada dos dados construídos em Tavares, Rio Grande do Sul. Tal como empreendido para o material de Cametá, orientamos a descrição a partir de três eixos principais: perfil dos participantes, disponibilidade de tecnologia e *repertório de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013), dimensões que constituem os fluxos interacionais e como são articuladas pelos participantes do município em questão.

9.1 Perfil dos participantes

Na Tabela 32 apresentamos os dados de perfil dos 10 jovens que participaram da pesquisa em Tavares, sendo sexo feminino e cinco do masculino.

Tabela 32 – Perfil das participantes da pesquisa de campo em Tavares (RS)

Participante	Sexo	Idade	Onde nasceu?	Onde cresceu?	Onde mora?	Mora com?	Tem filhos?	Escolaridade	Área de estudo	Ocupação
Leandro	M	21	Mostardas	Tapera	Tavares	Com os pais	Não	EM completo	*	Funcionário temporário da Câmara Municipal de Tavares.
Aleta	F	21	Rio Grande	Capororocas	Tavares	Com o companheiro	Sim (1 filha)	EM completo/ Curso Técnico	Contabilidade	Estudante e vendedora de loja produtos agro-veterinários e artigos gauchescos ²⁰⁸
Marcos	M	21	Porto Alegre	Capororocas	Capororocas	Com os pais	Não	ES incompleto	Educação Física	Estudante e vendedor em loja de material de construção
Alice ²⁰⁹	F	19	Mostardas	Capororocas	Capororocas	Com os pais	Não	ES incompleto	Ciências Sociais	Estudante e vendedora em loja departamento
Vinicius ²¹⁰	M	21	Mostardas	Praia do Farol	Tavares	Com os pais	Não	EM completo	*	Funcionário temporário da Câmara Municipal de Tavares.
Jonas ²¹¹	M	20	Mostardas	Tavares	Engenho ²¹²	Com os pais	Não	ES incompleto	Educação Física	Estudante, funcionário temporário da Prefeitura de Tavares, treinador em academia
Alex	M	24	Rio Grande	Tavares	Tavares	Com mãe e padastro	Não	ES completo	Geografia	Professor em Escola de Ensino Médio
Carol	F	20	Rio Grande	Tavares	Tavares	Com os pais	Não	Curso técnico/ ES incompleto	Agroindústria/ Pedagogia	Auxiliar administrativo na sede da companhia de energia em Tavares. Trancou o curso por um quadro de depressão
Stela	F	20	Porto Alegre	Tavares	Tavares	Com avó	Não	EM completo	*	Cuidadora de idosos
Carla	F	23	Tavares	Campo da Honra	Tavares	Com os pais	Não	ES incompleto	Letras	Estudante

Fonte: Criada pela autora.

²⁰⁸ Nos referimos a produtos ligados a vestimenta tradicional gaúcha, artigos de selaria, itens para preparar churrasco e chimarrão, etc.

²⁰⁹ Jovem entrevistada durante pesquisa de campo exploratória (ver tabela disponível no Apêndice 4).

²¹⁰ Jovem entrevistado durante pesquisa de campo exploratória (ver tabela disponível no Apêndice 4).

²¹¹ Jovem entrevistado durante pesquisa de campo exploratória (ver tabela disponível no Apêndice 4).

²¹² Esta não se constituiu como uma localidade, mas foi o modo como o jovem identificou o atual local de moradia, que fica às margens da rodovia federal BR-101, que dá acesso de Tavares à Porto Alegre. Segundo ele, a residência fica há 3km de distância do centro urbano de Tavares.

Dos 10 participantes de Tavares, quatro tem 21 anos, três 20 anos, um 24 anos, uma 23 anos e um 19 anos. Aleta é a única com uma filha e que reside com o companheiro. Os demais vivem na casa dos pais ou com parentes, como a avó de Stela.

Sete jovens tem o local de moradia na área urbana de Tavares, enquanto três moram na área rural do município e se deslocam diariamente para a cidade para trabalhar, sendo Alice e Marcos da localidade de Capororocas, a aproximadamente 8 km da sede do município, e Jonas de um engenho às margens da BR-101. Apesar disso, dos 10 jovens seis deles cresceram e moraram até muito recentemente nas localidades do interior de Tavares (Campo da Honra, Capororocas e Praia do Farol).

Dos 10, Carla nasceu em Tavares, sete em municípios vizinhos a Tavares (Leandro, Alice, Vinicius e Jonas em Mostardas; e Aleta, Alex e Carol em Rio Grande), além de dois (Stela e Marcos) na capital do estado, Porto Alegre.

A média de pessoas, incluindo o participante, que moram nas casas é de 3,5, sendo a família de Jonas a maior: os pais, ele e dois irmãos. Especificamente Alex e Camila já moraram fora da casa dos pais. O primeiro jovem por menos de um ano em Rio Grande, onde iniciou a graduação em Engenharia da Computação, mas não prosseguiu e voltou para Tavares. Já Carol cursou todo o Ensino Médio em escola interna do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFSul), em Pelotas, assim ela passava a semana em Pelotas e vinha aos finais de semana para casa. Imediatamente após concluir o Ensino Médio, ela foi aprovada no vestibular para a graduação em Licenciatura em Pedagogia na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Um ano e meio após residir sozinha na cidade, ela entrou em depressão e decidiu trancar o curso e voltar para a casa dos pais em Tavares. Já Stela morou em Mostardas com a mãe e o padastro, mas por um grave problema familiar, retornou para a casa da avó em Tavares, por quem foi criada, já que o relacionamento com a mãe sempre foi muito conflituoso.

Em relação à ocupação, seis participantes trabalham em tempo integral no serviço público de Tavares (Leandro e Vinicius como assessores na Câmara de Vereadores, e Alex como professor de Geografia na escola estadual) e/ou em lojas do comércio local (Aleta, Alice e Marcos). Jonas, Carol e Stela trabalham meio período, sendo o primeiro em uma academia e no centro de assistência social da prefeitura onde já atuava desde o início da faculdade – período em que o conhecemos durante pesquisa de campo exploratória (Etapa 2). Já Carol, ao voltar para Tavares, conseguiu um emprego no escritório terceirizado que atende à companhia de energia elétrica do estado do Rio Grande do Sul. No caso de Stela, ela estava trabalhando informalmente como cuidadora

de uma idosa que conhecia. Dos 10 participantes, Carla apenas estuda, graduação em Letras na modalidade à distância em faculdade particular.

Dentre os jovens que trabalham, quatro fazem isso em paralelo aos estudos: Aleta faz curso técnico em Contabilidade no campus de Pelotas-Visconde da Graça (CAVG) do IFSul, modalidade a distância; Jonas e Marcos cursam Licenciatura em Educação Física, em faculdade particular em Rio Grande, modalidade a distância; e Alice faz Licenciatura em Ciências Sociais, a distância, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Quanto à escolaridade dos participantes de Tavares, um tem Ensino Superior completo (Geografia), cinco tem Ensino Superior incompleto e quatro haviam terminado o Ensino Médio e estavam apenas trabalhando, com exceção de Aleta que também faz curso técnico, como já mencionado. Carol, antes de iniciar a graduação em Pedagogia, também realizou curso técnico em Agroindústria, pelo IFSul.

Durante a entrevista, os jovens ressaltaram as dificuldades de residir em Tavares para quem deseja estudar e trabalhar. Dos 10 participantes, apenas dois indicaram ter planos de ficar em Tavares. Carla tem planos de se especializar assim que terminar a graduação e depois pleitear uma vaga de professora de Ensino Médio na escola da cidade. Já Jonas, ao se graduar, pretende trabalhar para ganhar experiência e se possível abrir um negócio próprio como uma academia. No caso de Aleta a opção, segundo ela, seria ir embora da cidade, mas pelo fato de já ter uma filha, as condições para permanência são mais favoráveis e seguras.

Para Leandro, Stela, Alex, Vinicius e Alice os planos de sair de Tavares são mais claros e concretos. Segundo Leandro, esse é o ciclo de vida dos jovens do município, pois a pessoa “vai estudar, se formar e pode até trabalhar um certo tempo, mas quem quiser evoluir, vai ter que sair” (LEANDRO, 2018).

Diferentemente dos demais jovens, o interesse de Alex de deixar Tavares se deve a um sonho de criança, já que ainda na graduação ele conseguiu emprego estável e na sua área de formação. O jovem pretende terminar sua formação em inglês e prestar seleção para comissário de bordo da Emirates ou QATAR Linhas Aéreas. Alex relatou que sempre foi apaixonado por aviões, sempre leu e assistiu tudo sobre esse tipo de transporte, e seu sonho é viver viajando, ao invés de ter um emprego com uma rotina fechada, tal como a de professor.

9.2 Disponibilidade de tecnologia e repertório de mídia

Na Tabela 33, apresentamos detalhamento dos dados de disponibilidade de tecnologia dos 10 participantes de Tavares.

Tabela 33 – Disponibilidade de tecnologia e acesso à internet entre participantes de Tavares (RS)

Participante	TV	Antena parabólica	TV a cabo	DVD	Smartphone	Tablet	Notebook	Desktop	Video game	Assinatura Netflix?	Acesso à internet		Compartilha dispositivos?
											Dados Móveis	Wi-Fi em casa	
Leandro	2 ²¹³	Sky Livre	*	1	1	*	*	*	Playstation	Sim (E) ²¹⁴	Sim	Não	Desktop no trabalho
Aleta	1	*	Oi TV	*	1	1	1	*	*	Sim (E)	Sim	Não	Desktop no trabalho Tablet com filha e notebook com marido.
Marcos	2	Claro TV	Oi TV	*	1	1	1	*	*	Sim (E)	Sim	Sim	Tablet que é do pai
Alice	1	Sky Livre	*	1	1	*	1	1	*	Sim (C) ²¹⁵	Sim	Sim	Às vezes, a irmã usa seu notebook
Vinicius	2	1	Sky	1	1	*	*	1	*	Sim (C)	Sim	Sim	Desktop no trabalho
Jonas	1	*	“Piratão”	*	1	*	1	1	*	Não	Sim	Sim	Às vezes, o irmão usa seu notebook
Alex	1	*	*	*	1	1	2	*	Nintendo	Sim	Sim	Sim	*
Carol	1	*	Claro TV	1	1	*	1	1	*	Sim (C)	Sim	Sim	Notebook é usado pelos pais
Stela	2	*	Sky	*	1	*	*	*	*	Não	Sim	Não	Usa o notebook da avó
Carla	1	Sky Livre	*	1	1	*	1	*	*	Não	Sim	Sim	Às vezes, a irmã usa seu notebook

Fonte: Criada pela autora.

²¹³ A que fica no quarto estava sem uso pois o conversor da antena parabólica está quebrado.

²¹⁴ Abreviação nossa para conta emprestada de um amigo, sem custos para o participante.

²¹⁵ Abreviação nossa para conta compartilhada com amigos/familiares, logo o valor da assinatura é dividido entre o participante e outras pessoas.

Como é possível observar, todos os participantes de Tavares dispõem de pelo menos um aparelho de televisão em casa, bem como de um smartphone de uso individual com sinal de telefonia permanente, mesmo para os que residem na zona rural. Em seus telefones, todos os jovens utilizam dados de internet móvel (pré- ou pós-pagos), serviço financiado por eles mesmos.

Em casa, seis contam com serviços de TV a cabo, sendo Oi TV (Aleta e Marcos), Sky (Vinicius e Stela), Claro TV (Carol) e uso de conversor pirata Tocomsat (Jonas). A mensalidade do serviço costuma ser financiada pelos pais ou responsáveis dos jovens, exceto no caso de Aleta e Marcos que dividem a assinatura com alguém. Metade dos jovens conta ainda com antena parabólica nas casas sendo, no caso de Carla, Leandro e Alice, a única forma de sintonizarem canais de TV aberta em seus aparelhos. Além disso, cinco participantes dispõem de aparelho de DVD (Leandro, Alice, Vinicius, Carol e Carla), mas já não tão usado como antes.

Destaca-se o uso de notebook por sete participantes (Aleta, Marcos, Alice, Jonas, Alex, Carol e Carla), chegando a dois aparelhos no caso de Alex. Os usos são tanto relacionados aos estudos quanto entretenimento. Quatro jovens declararam ter um computador do tipo *desktop* (Vinicius, Jonas, Carol e Alice). Com exceção de Vinicius, que integra o computador à TV do quarto quando assiste vídeos no *Netflix*, os demais jovens praticamente não usam mais os desktops por serem muito antigos e lentos. O uso integrado de telas também foi relatado por Alex, que conecta via cabo HDMI seu notebook com um monitor de vídeo maior, disponível no seu quarto.

Três participantes declararam ter um tablet (Aleta, Marcos e Alex) e dois um videogame, sendo um Playstation, de Leandro, e um Nintendo, de Alex.

Para a maioria dos participantes (Marcos, Jonas, Alex, Carol, Leandro, Aleta, Carla e Vitor), o primeiro acesso a tecnologias digitais e à internet foi via computador de mesa comprado pelos pais²¹⁶, para realização de trabalhos da escola, ou usado em lan house no centro urbano de Tavares, ainda durante o Ensino Fundamental. O computador também foi muito usado para acesso a chats instantâneos, como o *MSN*, aos primeiros sites de redes sociais, como Orkut (Marcos, Jonas, Alex, Carol, Leandro, Aleta e Vitor) e, no caso de Alex e Carol, para download de arquivos de áudio e de vídeo.

²¹⁶ Em entrevista durante pesquisa exploratória em 2016 (Etapa 2), Jonas relatou que aos 11 anos de idade, vendia picolés para a lan house da cidade e nesse momento acabava observando as outras crianças usando o computador e a internet. Naquele momento ele se interessou por comprar um computador e a partir disso começou a economizar dinheiro para adquirir o seu primeiro e conseqüentemente o primeiro computador da casa, naquela época usado por seu irmão mais novo e por ele para as atividades da Faculdade, recém iniciada naquela época.

Entre os 14 e 15 anos de idade, alguns dos participantes tiveram seus primeiros celulares, ainda limitados a chamadas de voz e SMS, assim como o lembrado “jogo da cobrinha” (Marcos, Alex, Carol, Leandro e Alice).

Quanto ao uso da internet, todos os participantes têm acesso diário viabilizado, na maior parte das situações, pelo smartphone de uso individual. Para sete dos dez participantes (Marcos, Alice, Vinicius, Jonas, Alex, Carol e Carla), em casa, a conexão à internet é via Wi-Fi, serviços geralmente pagos pelos pais, exceto no caso de Marcos e Alex. Já Leandro, Aleta e Stela dispõem apenas de internet móvel no celular para o acesso em casa. Especificamente no caso de Aleta, esta foi uma escolha para que a filha pequena não permaneça o tempo todo conectada, por isso ela e o marido fazem uso do pacote de internet que dispõem nos seus aparelhos celulares e quando necessário roteiam o sinal para o tablet da filha. Leandro e Stela costumam acessar Wi-Fi na casa de amigos, assim como no trabalho, no caso do primeiro jovem. Especificamente no caso de Stela, a ausência de Wi-Fi é um problema pois nem sempre ela pode colocar créditos no celular. Segundo a jovem, caso ela tivesse internet em casa ela assistiria bem mais conteúdos sob demanda do que direto na televisão, como veremos adiante.

Entre os serviços de vídeo, quatro participantes declararam ter assinatura do *Netflix* (Alice, Vinicius, Alex e Carol) e outros três usam frequente a plataforma a partir de assinaturas emprestadas por amigos, sem custo (Leandro, Aleta e Marcos). No caso de Alice e Carol, o pagamento da assinatura é dividido com amigos/familiares. Duas jovens afirmaram nunca pagar por serviços de vídeo, Stela por não ter condições financeiras e Carla por não ser tão ligada em vídeos, bastando o que tem acesso na TV e em DVDs.

Vale ressaltar que, dos dispositivos existentes em casa e usados pelos participantes, muitos são utilizados de forma compartilhada, exceto no caso de Alex. Seis jovens compartilham o notebook existente em casa, três dividem o uso de computador de mesa no trabalho e dois compartilham o uso do tablet.

Na Tabela 33 é possível observar que, mesmo que os dados de posse de bens de tecnologia variem entre os jovens, eles dispõem de condições relativamente similares de acesso à internet e disponibilidade de mais de uma tela de assistência de vídeos, sendo no mínimo TV e smartphone. Dentre os participantes, a jovem com mais limitações nas condições de acesso é Stela, sendo Alex quem tem as melhores condições e maior disponibilidade de tecnologia.

9.3 Dimensões articuladas pelos jovens para o consumo de vídeos

No que concerne à dimensão *tela*, apresentamos na Tabela 34 o percentual de uso de cada tipo de tela por participante de Tavares.

Tabela 34 – Telas usadas pelos participantes de Tavares

Participante	TV		Smartphone		Notebook		Desktop		TV + Desktop	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Leandro	29	50,0	29	50,0	*	*	*	*	*	*
Aleta	10	76,9	3	23,1	*	*	*	*	*	*
Marcos	12	24,0	36	72,0	2	4,0	*	*	*	*
Alice	2	9,5	12	57,1	7	33,3	*	*	*	*
Vinicius	44	78,6	5	8,9	*	*	6	10,7	1	1,8
Jonas	13	34,2	25	65,8	*	*	*	*	*	*
Alex	*	*	48	60,0	32	40,0	*	*	*	*
Carol	27	43,5	35	56,5	*	*	*	*	*	*
Stela	14	56,0	11	44,0	*	*	*	*	*	*
Carla	9	75,0	3	25,0	*	*	*	*	*	*
TOTAL	160	38,6	207	49,9	41	9,9	6	1,4	1	0,2

Fonte: Criada pela autora.

Do total de 415 cartões preenchidos pelos participantes de Tavares, em 49,9% o smartphone aparece como a tela utilizada, seguida de 38,6% dos cartões que remetem à televisão. Todos os jovens assistiram vídeos em pelo menos duas telas diferentes, como TV e smartphone no caso de nove jovens e smartphone e notebook, no caso de Alex. Alice e Marcos usaram também o notebook como tela de assistência e, no caso de Vinicius, o desktop conectado à TV foi usado para consumir vídeos.

Para metade dos jovens, a tela mais usada foi o smartphone, chegando a 72% dos cartões de Marcos, seguidos de 65,8% de Jonas, 60% de Alex, 57,1% de Alice, e 56,5% de Carol. A TV foi a tela mais usada por quatro participantes, alcançando 78,6% dos cartões de Vinicius, 76,9% de Aleta, 75% de Carla e 56% de Stela. No caso de Leandro metade das situações de assistência foi na TV e a outra metade no smartphone. Dispositivos como notebook e desktop foram citados em, respectivamente, 41 cartões (9,9%) de três jovens (32 de Alex, 7 de Alice e 2 de Marcos), e seis cartões (1,4%) de Vinicius, além de um cartão em que ele integrou o computador de mesa com a TV do quarto (0,2%).

Do total de situações relatadas pelos jovens de Tavares, 55,2% foram online, sendo 40,2% via Wi-Fi e 14,9% via dados móveis (3G/4G). Especificamente no caso das

jovens Carla e Stela, quando conectadas elas usaram internet móvel, ainda que a primeira disponha de internet Wi-Fi em casa. Em 44,8% dos cartões, as telas estavam desconectadas, conforme detalhamento na Tabela 35.

Tabela 35 – Conexão a internet entre os participantes de Tavares (RS)

Participante	Online		Offline	
	n.	%	n.	%
Leandro	24	41,4	34	58,6
Aleta	3	23,1	10	76,9
Marcos	36	72,0	14	28,0
Alice	19	90,5	2	9,5
Vinicius	12	21,4	44	78,6
Jonas	20	52,6	18	47,4
Alex	72	90,0	8	10,0
Carol	35	56,5	27	43,5
Stela	6	24,0	19	76,0
Carla	2	16,7	10	83,3
TOTAL	229	55,2	186	44,8

Fonte: Criada pela autora.

Os dois tipos de assistência de vídeos (online e offline) foram vivenciados por todos os jovens. Para metade dos participantes, as online foram reportadas em mais da metade de seus cartões, sendo: 90,5% dos cartões de Alice; 90% de Alex; 72% de Marcos; 56,5% de Carol; e 52,6% de Jonas. Já as situações offline foram predominantes em 83,3% dos cartões de Carla, 78,6% de Vinicius, 76,9% de Aleta, 76% de Stela e 58,6% de Leandro.

Em relação ao local de assistência, a maioria das situações (76,1%) foram em ambientes privados, com destaque para sala de estar (39,3%) e quarto (31,1%) em casa. Também apareceram cartões de vídeos assistidos na casa de familiares (2,4%), na casa de amigos (1,7%) e na cozinha de casa (1,7%).

Para nove dos 10 participantes, a maioria das situações de assistência foi em ambientes privados, chegando a 100% no caso de Carla. Stela foi a única jovem a ter mais cartões em ambientes públicos, sendo 56% dos cartões, e o restante em ambientes privados²¹⁷. Já Carla registrou práticas de assistência apenas em ambientes privados, sendo todos na sala de estar da sua casa.

²¹⁷ Especificamente no caso dessa jovem, consideramos o local de trabalho dela como ambiente público, ainda que este seja a casa de uma idosa da qual é cuidadora. Ainda que de circulação bastante restrita de pessoas, entendemos

A assistência em espaços públicos foi identificada em 23,9% dos cartões advindos de nove jovens. A predominância foi o local de trabalho (16,1%) dos participantes, exceto por Alice que estava de férias e Carla que não trabalha. Em seguida apareceram 10 cartões (2,4%) em espaços de ensino (escola de idiomas de Alex, faculdade de Marcos e a biblioteca da faculdade de Jonas); 10 cartões (2,4%) em meios de transporte como lancha, ônibus e carro, usados por Aleta, Marcos, Alex e Jonas para ir até a cidade onde estudam (Rio Grande) ou se deslocar dentro de Tavares (Alice); quatro cartões (1%) enquanto Alex, Jonas e Leandro caminhavam nas ruas de Tavares; 0,7% em locais de compra e/ou alimentação (supermercado em Rio Grande, um mercado de camelôs em Rio Grande, e uma lanchonete²¹⁸ em Tavares). Encontramos ainda um cartão (0,2%) de Jonas relativo a uma situação na hidroviária de Rio Grande, esperando a lancha para voltar para Tavares; um cartão de Leandro a trabalho na Prefeitura de Tavares; e um cartão de Vinicius na barbearia.

Nesses ambientes, os jovens assistiram vídeos majoritariamente no smartphone, 18,8% dos cartões, seguido de 1,9% do notebook, 1,7% de TV e 1,4% no computador de mesa. Ao observarmos as telas usadas nos ambientes privados, a lógica se inverte e TV é a mais usada, em 36,9% das situações, seguida de 31,1% de smartphone, e 8% de notebook. É interessante observar que das situações de assistência em ambientes públicos, 77,8% foram online. Já nos ambientes privados, do total de cartões, 49,1% foram online, e 50,9% offline.

Ainda que tenham visto mais vídeos em ambientes privados, entre os jovens de Tavares foi mais comum a assistência individual (66,7%), do que em companhia de alguém (32,5%). Os momentos de assistência sozinhos chegaram a 91,7% dos cartões de Carla, 84% de Marcos e entre 80% e 81% dos cartões de Stela, Carol, Alex e Alice. Apenas Vinicius e Aleta tiveram mais cartões de assistência acompanhada, respectivamente, 85,7% e 76,9%, sendo o primeiro jovem na companhia do pai, e Aleta que geralmente assiste acompanhada da filha pequena e do marido.

Ao cruzarmos as dimensões espaço e horário, verificamos que independentemente do horário, as assistências ocorrem majoritariamente em ambientes privados, sendo 83,6% dos cartões indicando a noite, 76,3% de situações vespertinas e 59,6% matutinas.

que a jovem está lá para desempenhar uma função, logo não se comporta e tampouco faz uso do espaço e dos recursos de assistência de vídeos como se estivesse em sua casa. Da mesma forma, tudo que a jovem assiste, incluindo na televisão da sala de estar da dona da casa, pode ser acompanhado por outra pessoa, não necessariamente definida por nossa participante.

²¹⁸ No cartão, Jonas usou o termo “lancheria”, forma como se costuma denominar lanchonetes no Rio Grande do Sul.

Observando a Tabela 36, as práticas de assistência dos participantes de Tavares não estão concentradas à noite, mas sim dispersas durante todo o dia. A tarde foi o período com mais cartões (38,6%), seguido da noite (36,6%), da manhã (21,4%) e da madrugada (3,4%).

Tabela 36 – Período do dia em que os jovens de Tavares (RS) assistiram vídeos

Participante	Manhã		Tarde		Noite		Madrugada	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
Leandro	16	27,6	21	36,2	18	31,0	3	5,2
Aleta	1	7,7	3	23,1	9	69,2	*	*
Marcos	20	40,0	26	52,0	4	8,0	*	*
Alice	1	4,8	7	33,3	12	57,1	1	4,8
Vinicius	12	21,4	22	39,3	22	39,3	*	*
Jonas	7	18,4	12	31,6	19	50,0	*	*
Alex	17	21,3	23	28,8	36	45,0	4	5,0
Carol	13	21,0	28	45,2	16	25,8	5	8,1
Stela	2	8,0	12	48,0	11	44,0	*	*
Carla	*	*	6	50,0	5	41,7	1	8,3
TOTAL	89	21,4	160	38,6	152	36,6	14	3,4

Fonte: Criada pela autora.

No caso dos turnos da tarde e da noite, todos os jovens relataram práticas nesses momentos. Já durante as manhãs, apenas Carla não registrou nada em seu diário, e durante a madrugada cinco jovens fizeram registros em seus diários (Leandro, Alice, Alex, Carol e Carla).

Para metade dos 10 participantes, o horário da tarde foi o de maior assistência: 52% dos cartões de Marcos, 50% de Carla, 48% de Stela, 45,2% de Carol e 36,2% de Leandro. A noite foi o horário mais comum entre quatro participantes: Aleta com 69,2% dos cartões, 57,1% de Alice, 50% de Jonas e 45% de Alex. Já Vinicius registrou o mesmo número de cartões para tarde e para noite (22 em cada turno, 39,3%), seguido de 21,4% de cartões pela manhã.

É importante destacar que essa dispersão das práticas de assistência dos participantes de Tavares durante os períodos do dia torna a identificação dos conteúdos e das situações ainda mais difíceis, diferentemente do que o ocorre no caso de Cametá, que ao verificarmos os horários, tínhamos clareza de porque os jovens estavam assistindo aquele momento e por vezes, quais eram os conteúdos.

Além disso, vale ressaltar que em todos os períodos do dia, a maioria dos registros apontaram para assistências individuais, chegando a 100% dos cartões de madrugada, 85,4% dos da manhã, 61,9% da tarde e 55,9% da noite. Apenas 14,5% do total de cartões de Tavares remetem ao tradicional hábito de assistência coletiva de TV à noite, sendo 11,6% na sala de estar.

Esses aspectos parecem estar relacionados ao fato de em nenhum dos períodos do dia a TV ter sido a tela mais usada, nem mesmo à noite. Do total de cartões registrados de madrugada, em 92,9% deles os participantes assistiram a telas como smartphone, notebook e/ou desktop todas conectadas à internet. Dos cartões registrados pela manhã, 76,4% foram em telas móveis e 70,8% em telas conectadas. Dentre o total de cartões da tarde, 55,6% foram em outras telas e 45,6% em telas conectadas. Do total da noite, 55,3% das assistências ocorreu em outras telas, 52% conectadas e 44,7% na TV.

No que diz respeito à dimensão fonte de conteúdo/provedor, em Tavares foram identificados 33 deles, organizados em oito categorias, conforme Tabela 37.

Tabela 37 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos participantes de Tavares (RS)

Fonte de conteúdo	Cartões (n.)	Cartões (%)
Sites de redes sociais (<i>Facebook, Instagram, YouTube</i>)	180	43,4
Canais comerciais de TV aberta (<i>Band TV, Globo, Record TV, Rede TV, SBT, RBS TV</i>)	106	25,5
Canais comerciais na TV a cabo (<i>Canal rural²¹⁹, Discovery Channel, Discovery Kids, ESPN, ESPN Brasil, FOX, FOX Sports, Megapix, Multishow, National Geographic, Premiere, Space, SporTV, SporTV 2, Telecine, TNT, Universal Channel</i>)	52	12,5
Aplicativo de mensagens instantâneas (<i>WhatsApp</i>)	48	11,6
Plataforma paga de VoD (<i>Netflix</i>)	13	3,1
Cursos/plataformas educacionais (<i>AVA²²⁰, Curso de idiomas, Moodle</i>)	11	2,7
UGC	3	0,7
DVD	2	0,5

Fonte: Criada pela autora.

Dentre as oito categorias, a mais vista foi a de sites de redes sociais (43,4%), identificada nos diários de todos os participantes. Em seguida apareceram canais comerciais de TV aberta (25,5%, 9 diários, exceto Alex), canais comerciais de TV a cabo (12,5%, 6 diários), o aplicativo de mensagem instantânea *WhatsApp* (11,6%, 7 diários),

²¹⁹ Canal de TV aberto, podendo ser acessado via antena parabólica, mas no caso de Carol, única jovem que o assistiu, o acesso foi via TV a cabo.

²²⁰ Ambiente Virtual de Aprendizagem.

a plataforma paga de VoD *Netflix* (3,1%, 5 diários), fontes de cursos e/ou plataformas educacionais (*AVAs, Moodle, Curso de idiomas*) (2,7%, 3 diários), *DVD* (0,5%, 2 diários) e ainda conteúdos do tipo *UCG*, produzidos pelos próprios participantes ou por pessoas que conhecem (0,7%, 2 diários).

Dentre os provedores mais citados estão: *Instagram* (19,3%, 7 diários); *YouTube* (16,6%, 8 diários); *Globo* (13,5%, 8 diários); *RBS TV* (7,7%, 6 diários) – único provedor de alcance local/estadual –; *WhatsApp* (11,6%, 7 diários); e *Facebook* (7,5%, 9 diários).

Dentre os 17 canais comerciais de TV a cabo que foram mencionados por seis jovens, o mais citado foi o *Megapix* (1,4%, 4 diários), voltado a filmes e seriados. Entretanto, os com maior número de cartões, todos preenchidos por Vinicius, foram *Space* (1,7%) e *National Geographic* (1,4%). Ao todo, em 22 cartões (5,3%) foram citados seis canais de filmes e seriados (*FOX, Megapix, Space, Telecine, TNT e Universal Channel*) e em 13 (3,1%) seis canais de esporte (*ESPN, ESPN Brasil, FOX Sports, Premiere, SporTV e SporTV 2*).

Tal como feito com os dados de Cametá, nós operamos um segundo nível de categorização das fontes de conteúdos, relacionado ao tipo de acesso (gratuito, pago, pirata ou UCG). Do total de 415 cartões de Tavares, 80,7% foram de provedores gratuitos, com destaque para sites de redes sociais (*Instagram, YouTube e Facebook*) e canais de TV aberta (*Globo e RBS TV*) e o aplicativo *WhatsApp*. As fontes gratuitas foram usadas na maioria dos cartões de todos os jovens, exceto Vinicius, que assistiu em mais vídeos em canais de TV a cabo. Este tipo de fonte foi citado em 100% dos cartões de Stela e de 90 a 94% dos cartões de Marcos, Carla e Leandro.

Dentre as fontes pagas (15,7%), se destacaram canais de TV a cabo e a plataforma de VoD, *Netflix*. O registro dessas fontes foi encontrado em sete diários, sendo: 58,9% dos cartões de Vinicius, 38,5% de Aleta, 19% de Alice, 12,5% de Alex, 11,3% de Carol e 1,7% de Leandro.

Ainda sobre fontes pagas, vale ressaltar ainda um exemplo de uso de um recurso pago do *YouTube*, o *YouTube Go*, que permitiu que Alex fizesse download de um vlog em seu notebook, esse apresentado em sala de aula na escola onde trabalha. Leandro também citou casos em que ele, por não ter Wi-Fi em casa, faz download prévio de quatro a cinco episódios de determinado seriado via aplicativo do *Netflix* para posterior assistência de forma offline.

Em 2,2% dos cartões de três diários diferentes foram registradas fontes piratas, sendo elas: canais de TV a cabo acessados via conversor pirata e DVDs. Dentre os jovens de Tavares não foram identificados casos de *download* ilegal de conteúdo, já que a

preferência é por assistir online e evitar sobrecarga na memória dos telefones celulares, tela onde os jovens mais assistem vídeos sob demanda.

Ao relacionarmos os dados de fontes de conteúdo com os tipos identificados na pesquisa (ao vivo, sob demanda, baixado e gravado), verificamos que 54,5% dos vídeos foi assistido sob demanda, experiência vivenciada por todos os jovens, assim como as práticas de assistências ao vivo, reportada em 39,3% dos cartões. Os conteúdos baixados representam 5,3% dos cartões oriundos de cinco diários, chegando a 20% do que foi assistido por Stela, jovem com menos disponibilidade de conexão entre os participantes de Tavares. Os conteúdos gravados equivalem a 1% dos cartões e foram encontrados nos diários de Carla (vídeos de registros feitos nas celebrações da igreja católica para postagem no perfil da paróquia no *Facebook*), Leandro (vídeos durante atividades do vereador com quem trabalha para acervo e publicação em redes sociais) e Alex (vídeo gravado com uma amiga).

Dentre os conteúdos ao vivo, 24,6% foram em canais de TV aberta, seguido de 12,1% de TV a cabo. Há ainda dois cartões (0,5%) de videoaulas ao vivo assistidas por Marcos no AVA usado no curso de graduação, e três casos (0,7%) de vídeo chamada feitas por Alex ao namorado via *WhatsApp*. Interessante destacar que essa foi a primeira vez que esse tipo de conteúdo foi registrado no diário da pesquisa. Reconhecer este tipo de recurso como vídeo assistido/produzido foi um movimento do próprio participante, aspecto que nos chamou atenção e que retomaremos na discussão dos resultados.

Já os vídeos baixados foram assistidos a partir do *WhatsApp* (3,6%), em sala de aula do curso de inglês por Alex (1,4%), e ainda um cartão (0,2%) do vlog baixado por Alex via *YouTube Go* para exibição aos seus alunos na escola. Especificamente sobre os conteúdos advindos do *WhatsApp* se destacam dois tipos principais de tipo de assistência, sendo a primeira de vídeos curtos publicados na ferramenta status, necessariamente vistos online, e a segunda de vídeos, na sua maioria curtos também, compartilhados em grupos e/ou mensagens individuais no aplicativo e necessariamente baixados no telefone para assistência. Dentre eles, apenas um foi identificado como vídeo amador engraçado, os demais são videoclipes, vídeos de reflexão/oração ou ainda vídeos produzidos pelos próprios participantes ou por conhecidos dos mesmos.

Vale ressaltar ainda que entre os jovens de Tavares não foram identificados casos de uso de plataformas VoD de canais de televisão aberta ou a cabo. Por outro lado, quatro programas de TV aberta foram assistidos em parte ou integralmente em canais no *YouTube*: o programa jornalístico 'A Liga', anteriormente exibido pela *Band TV*, e o talk show 'Programa do Porchat', exibido até dezembro de 2018 na *Record TV*, ambos

assistidos sob demanda por Alex no *YouTube*; o quadro 'Leite Show' que integra o talk show 'The Night', apresentado por Danilo Gentili no *SBT*, assistido no *YouTube* por Alice; e o quadro de pegadinhas de câmera escondida, exibidos tanto em programas de auditório do *SBT* quanto da *Rede TV*, assistido por Leandro no *YouTube*.

Cabe destacar ainda que apenas entre os cartões que reportaram conteúdos ao vivo (163 cartões, 39,3%), a assistência se deu em companhia de alguém (68,1%). No caso dos conteúdos assistidos sob demanda (226 cartões, 54,5%) e baixados (22 cartões, 5,3%), os jovens estavam na maioria dos casos sozinhos, sendo respectivamente 90,7% e 68,2% dos cartões de cada tipo de conteúdo. Dentre os vídeos gravados (4 cartões, 1%) em dois casos a assistência foi individual e em dois em companhia. Em Tavares ainda foram identificados vídeos produzidos pelos próprios participantes ou pessoas conhecidas de seus círculos de relacionamento.

Ao classificarmos os conteúdos registrados nos 415 cartões de Tavares, identificamos 38 gêneros/formatos diferentes. Os vídeos assistidos variam de programas de grades televisivas abertas e pagas, até produções vistas via Netflix, sites de redes sociais, DVD e ainda em curso/plataforma educacional, conforme detalhamento na Tabela 38.

Tabela 38 – Gêneros/Formatos de conteúdo X Fontes/provedores assistidos pelos participantes de Tavares (RS)

Gêneros/Formatos	TV ABERTA						TV a cabo	Netflix	REDES SOCIAIS			WhatsApp	DVD	Curso/ Plataforma Educativa	UCG	TOTAL	
	Globo	SBT	Band TV	Record TV	Rede TV	RBS TV			YouTube	Instagram	Facebook					n.	%
Competição de cavalo ao vivo	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	*	*	2	0,5	
Desenho animado	*	2	*	*	*	*	3	*	2	*	*	*	*	*	7	1,7	
Documentário	*	*	*	*	*	*	5	*	*	*	*	*	*	*	5	1,2	
Evento de Luta	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	*	*	2	0,5	
Filme	3	2	*	*	*	*	17	8	*	*	*	2	*	*	32	7,7	
Game Show	*	*	*	*	*	*	*	*	3	*	*	*	*	*	3	0,7	
Jogo de Futebol	4	*	*	*	*	2	12	*	*	*	*	*	*	*	18	4,3	
Material didático	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	6	*	6	1,4	
Palestra	*	*	*	*	*	*	*	*	5	*	1	1	*	*	7	1,7	
Programa de auditório	4	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	1,2	
Programa de fococas	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	0,2	
Programa de variedades	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	2	0,5	
Programa esportivo	*	*	5	*	*	12	1	*	*	*	1	*	*	*	19	4,6	
Programa humorístico	1	*	*	*	1	*	*	*	1	*	*	*	*	*	3	0,7	
Programa jornalístico	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	1	0,2	
Programa jornalístico (saúde)	7	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	1,7	
Reality show	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	*	*	2	0,5	
Revista eletrônica	3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	0,7	
Seriado	1	2	1	*	*	*	3	1	*	*	*	*	*	*	8	1,9	
Série	*	*	*	*	*	*	2	4	*	*	*	*	*	*	6	1,4	
Sitcom	*	*	*	*	*	*	1	*	1	*	*	*	*	*	2	0,5	
Stories/Status	*	*	*	*	*	*	*	*	*	69	2	28	*	*	99	23,9	
Talent show	7	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	8	1,9	
Talk show	4	*	*	*	*	*	*	*	2	*	*	*	*	*	6	1,4	
Telejornal	3	*	*	2	*	18	*	*	*	*	*	*	*	*	23	5,5	
Telenovela	17	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	18	4,3	
Trailer	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*	1	0,2	
Tutorial	*	*	*	*	*	*	*	*	7	1	2	*	*	*	10	2,4	
Vídeo amador engraçado	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	1	0,2	
Vídeo chamada	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	*	*	3	0,7	
Vídeo em fanpage	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	3	*	*	*	3	0,7	
Vídeo em grupo fechado	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	*	*	*	5	1,2	
Vídeo gravado por mim ou por conhecido	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	0	4	*	3	7	1,7	
Vídeo na timeline	*	*	*	*	*	*	*	*	*	7	14	*	*	*	21	5,1	
Vídeo reflexão/oração	*	*	*	*	*	*	*	*	4	*	0	2	*	*	6	1,4	
Videoaula	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5	*	5	1,2	
Videoclipe	*	*	*	*	*	*	2	*	25	*	2	6	*	*	35	8,4	
Vlog	*	*	*	*	*	*	*	*	13	*	*	*	*	*	13	3,1	
Não identificado	*	*	*	*	*	*	*	*	3	3	1	3	*	*	10	2,4	
TOTAL	56	8	6	2	2	32	52	13	69	80	31	48	2	11	3	415	100,0

Fonte: Criada pela autora.

Dentre os gêneros/formatos de vídeos mais assistidos, se destacam os de entretenimento e informação, nesse caso dispersos em diferentes plataformas para além da tradicional TV. Stories/status foi o formato mais assistido, registrado em 23,9% de 415 cartões, de oito participantes. Em seguida aparecem 8,4% de videoclipe (7 diários); 7,7% de filme (8 diários); 5,5% de telejornal (6 diários); 5,1% de vídeo na timeline de rede sociais (4 diários); 4,6% de programa esportivo (5 diários); 4,3% de telenovela (7 diários); 4,3% de jogo de futebol ao vivo (7 diários); 3,1% de vlog (2 diários); e 2,4% de tutorial (4 diários).

É interessante observar que dos 10 mais assistidos, quatro são próprios de sites de redes sociais (stories, vídeo na timeline, tutoriais e vlogs) e outros quatro costumam ser mais assistidos na tela da televisão (telejornal, telenovela, jogo de futebol e programa esportivo) mesmo com as múltiplas opções de consumo sob demanda existentes atualmente. Tanto é que dos dez mais assistidos, quatro foram vistos exclusivamente em plataformas online (vlog, tutorial, stories/status e vídeo na timeline) e três foram vistos apenas na tela da televisão, seja em canais de circuito aberto ou a cabo (telejornal, telenovela e jogo de futebol). Já filmes, programas esportivos e videoclipes foram vistos tanto na TV quando em plataformas virtuais como sites de redes sociais.

Especificamente sobre stories/status, 69,7% advêm do *Instagram*, 28,3% do *WhatsApp* e 2% do *Facebook*, site de rede social que é bem menos utilizada pelos jovens de Tavares, pelo fato de apresentar mais conteúdos de pessoas que os jovens conhecem do que o *Instagram* que traz uma gama maior de conteúdos, este advindo de fora do município. “Facebook é mais as pessoas que eu conheço aqui, Tavares, Mostarda, Rio Grande, são pessoas que eu conheço mesmo, pessoalmente. E *Instagram* são pessoas do mundo todo” (Entrevista com Marcos)²²¹.

Os videoclipes foram vistos tanto sob demanda no *YouTube* (71,4%) e no *Facebook* (5,7%), baixado no *WhatsApp* (17,1%), ou ao vivo no programa TVZ do canal de TV a cabo, *Multishow* (5,7%). Já filme foi o gênero/formato assistido em uma variedade maior de provedores, sendo: 53,1% em canais de TV a cabo; 25% no *Netflix*; 9,4% na *Globo*; 6,3% no *SBT*; e 6,3% via *DVD*. Entre os gêneros se destacam ação, comédia, aventura, drama e romance. Do total de 32 títulos registrados, 28 são produções

²²¹ Durante a entrevista vários jovens relataram perfis de pessoas famosas que seguem no *Instagram*, tais como: o humorista Carlinhos Maia, a cantora sertaneja Marília Mendonça, os jogadores de futebol Gabriel Medina e Neymar, a atriz Bruna Marquezine, além de *youtubers* de temáticas diversas, indo de pessoais trainers, nutricionistas, médicos que dão dicas de saúde, até comissários de bordo de companhias aéreas internacionais e pessoas que fazem relatos de viagem.

estrangeiras, uma nacional e outras três não conseguimos identificar por lacunas no preenchimento dos cartões.

Já os telejornais foram assistidos exclusivamente em canais de TV aberta sendo: 78,3% da *RBS TV* ('Jornal do Almoço' e 'RBS Notícia'); 13% na *Globo* ('Bom dia Brasil', 'Jornal Nacional' e 'Jornal da Globo'); e 8,7% na *Record TV* ('Balanço Geral'). Vale ressaltar que o 'Jornal do Almoço' foi o programa mais visto entre os jovens de Tavares, total de 16 cartões (3,8%) encontrados nos diários de quatro jovens (Leandro, Marcos, Jonas e Carol).

Pela especificidade do formato, os vídeos na timeline foram necessariamente vistos em dispositivos móveis ou computadores e nos sites das redes sociais, sendo 66,7% no *Facebook* e 33,3% no *Instagram*. Entendemos como pertencentes a essa categoria vídeos curtos e aleatoriamente ordenados, que compõem o fluxo das timelines de sites de redes sociais, em muitos casos assistidos de forma legendada e em áudio e não necessariamente de forma completa pelos participantes, já que enquanto rolam as timelines muitos iniciam sozinhos (função de auto-play inaugurada pelo *Facebook*).

Os programas esportivos foram assistidos mais na TV, especialmente pelo fato de serem ao vivo. Ao todo 60% dos 20 cartões que reportaram esse gênero/formato foram na *RBS TV* (*Globo Esporte*), 25% na *Band TV* ('Jogo Aberto'); 10% em canais de TV a cabo (*Sport TV*) e um cartão (5%) no *Facebook*, sendo mais precisamente um trecho de programa com replay de jogadas de uma determinada partida. Especificamente sobre o 'Globo Esporte', segundo programa mais assistido pelos jovens de Tavares, foram identificados 12 cartões (2,8%) em quatro diários (Leandro, Marcos, Vinicius e Carol), geralmente na sequência do 'Jornal do Almoço', na *RBS TV*.

As telenovelas também foram assistidas apenas na tela da TV, sendo 94,4% da *Globo* ('Segundo Sol', 'Malhação' e 'O tempo não para') e um cartão (5,6%) do *SBT* ('As Aventuras de Poliana'). O mesmo aconteceu com os jogos de futebol ao vivo, vistos na TV, mas majoritariamente em canais de TV a cabo (*ESPN*, *ESPN Brasil*, *FOX Sports*, *Premiere*, *SporTV 2* e *TNT*), 64,7% dos cartões. Na TV aberta, os jogos foram assistidos na *Globo* (23,5%) e na *RBS TV* (11,8%). 'Segundo Sol' foi o terceiro programa mais assistido (8 cartões, 1,9%) encontrado em quatro diários (Leandro, Aleta, Stela e Carol).

Os vlogs foram assistidos exclusivamente no *YouTube* (exemplos: 'Diva Depressão', 'Filhos da Grávida de Taubaté'²²², 'Paulo Muzy' e 'Gabbie Fadel') e os vídeos tutoriais em redes sociais, sendo 70% no *YouTube*, 20% no *Facebook* e um cartão (10%)

²²² Vale ressaltar que o canal se refere as suas produções como *podcasts* e convida os assinantes a ouvirem os mesmos. Entretanto, as publicações no canal costumam ter imagens em movimento dos apresentadores conversando/discutindo determinado assunto.

no *Instagram*. Os tutoriais ensinavam desde dicas de como jogar xadrez, exercícios físicos, cifras e dicas de como tocar determinada música no violão ou na bateria, técnicas de pintura (artesanato), e vídeos do tipo time-lapse mostrando o preparo de receitas culinárias.

Ainda com base na Tabela 38, podemos observar 14% (Stela, Carla, Alex, Vinicius e Alice) dos cartões relativos a seriados (1,9%) e séries (1,4%) de ficção, tanto assistidos em TV aberta quanto a cabo e VoD. Desse total, 35,7% foi visto em canais de TV a cabo ‘Chicago PD’ e ‘House’, no *Universal Channel*, ‘Ciência do Absurdo’, no *National Geographic*, e ‘Ilha dos Crocodilos’, no *Discovery*); 35,7% no *Netflix* (‘O Mecanismo’, ‘La Casa de las Flores’, ‘The Fosters’ e ‘Grimm’); 14,3% no *SBT* (‘Diários de um Vampiro’ e ‘Henry Danger’); além de um cartão (7,1%) na *Globo* (‘Máquina Mortífera’) e um cartão (7,1%) na *Band TV* (‘Efeito Carbonaro’). Desses conteúdos, apenas ‘O Mecanismo’ foi classificado como nacional, apesar de ser uma produção financiada e disponibilizada de forma restrita pela *Netflix*.

Os participantes assistiram ainda a talent shows (1,9%) com destaque para sete cartões do ‘The Voice Brasil’, na *Globo*, e um de ‘America’s Got Talent’, visto sob demanda no *YouTube*. Vale ainda o destaque ao programa jornalístico sobre saúde, o ‘Bem Estar’, da *Globo*, registrado em sete cartões (1,9%), todos de Carol, que assistiu ao programa em sete dos dez dias em que esteve com o diário.

De desenhos animados, foram identificados sete cartões (1,7%) relativos a assistência de ‘Bob Esponja’ e ‘Mundo Disney’, no *SBT*, ‘Lelê e Linguíça’ e ‘Peppa Pig’, no *Discovery Kids*, ‘Árvore dos Sonhos’, no *Discovery Channel*, ‘Bob Esponja’ e ‘Três Espiãs Demais’, vistos sob demanda no *YouTube*. Outros sete cartões (1,7%) reportaram a assistência de palestras em vídeo tanto no *YouTube* (como as do canal ‘Saber Filosófico’), quanto no *Facebook* e no *WhatsApp* (em ambos os casos do jornalista catarinense Marcos Piangers, que trata sobre relações interpessoais, especialmente, entre pais e filhos). Para Alice esses conteúdos a ajudam a estudar para a faculdade e para Aleta são formas de se informar sobre a criação da filha pequena. Especificamente no caso da palestra assistida via *WhatsApp*, a jovem comentou que recebeu na verdade um link do vídeo do jornalista no seu canal no *YouTube*. Também relacionados ao aprendizado e formação dos participantes, vale citar os seis vídeos usados como material didático nas aulas do curso de idiomas de Alex (6 cartões, 1,4%) e videoaulas assistidas por Marcos e Alice (5 cartões, 1,2%) tanto ao vivo quanto sob demanda.

Destacamos ainda seis cartões (1,4%) relativos a vídeos de reflexão/oração assistidos pelos jovens no *YouTube* e via *WhatsApp* por: Carla, que buscou cânticos para

as atividades da catequese na Igreja Católica; por Stela e Marcos, que assistem com frequência vídeos com pregação da palavra e/ou hinos gospel.

Na Tabela 38, fica novamente evidente a versatilidade do *YouTube* que foi fonte de conteúdos de 13 gêneros/formatos diferentes, ultrapassando a *Globo* e o conjunto de canais de TV a cabo, fontes de assistência de 12 gêneros/formatos diferentes. Em seguida apareceram o *Facebook*, fonte de oito categorias distintas, e o *WhatsApp* de sete.

No que diz respeito ao tempo aproximado de assistência relatados pelos participantes em seus diários (Tabela 39), é interessante destacar a variação de um para o outro, não estando essa necessariamente relacionada ao total de cartões preenchidos. Ainda que os participantes que mais tenham preenchido cartões (Alex e Carol, respectivamente 80 e 62) tenham os maiores totais de tempo, Carla que preencheu apenas 12 cartões, totalizou mais horas que outros participantes.

Tabela 39 – Tempo aproximado de assistência durante a pesquisa entre os jovens de Tavares (RS)

Participante	Número de cartões preenchidos	Tempo total aproximado assistência	Média tempo assistência/cartão
Leandro	58	16:33:00	00:17:00
Aleta	13	08:46:00	00:40:00
Marcos	50	18:39:00	00:22:00
Alice	21	15:47:00	00:45:00
Vinicius	56	20:25:00	01:13:00
Jonas	38	16:34:00	00:26:00
Alex	80	33:02:00	00:24:00
Carol	62	22:58:00	00:22:00
Stela	25	14:12:00	00:34:00
Carla	12	19:55:00	01:39:00

Fonte: Criada pela autora.

A variação do total de tempo bem como da duração média de cada situação de assistência se deve ao tipo de vídeo assistido pelos participantes. O tempo costuma ser alto entre os participantes que tem seu consumo de vídeos orientado mais pela televisão, naturalmente com conteúdos de maior duração, de que os participantes que assistem mais sob demanda e a vídeos curtos nas plataformas digitais.

Nesse sentido, é interessante verificar a distribuição dos cartões preenchidos pelo tempo de duração das situações. Na Tabela 40, apresentamos esses dados cruzados por tipo de conteúdo.

Tabela 40 – Duração das situações de assistência X Tipo de conteúdo visto pelos participantes de Tavares (RS)

Duração/ Tipo de Conteúdo	Ao vivo		Sob demanda		Baixado		Gravado		TOTAL	
	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
De 00:00:01 a 00:15:00	26	6,3	145	34,9	17	4,1	3	0,7	191	46,0
De 00:16:00 a 00:30:00	37	8,9	38	9,2	5	1,2	*	*	80	19,3
De 00:31:00 a 01:00:00	57	13,7	17	4,1	*	*	1	0,2	75	18,1
De 01:01:00 a 02:00:00	32	7,7	18	4,3	*	*	*	*	50	12,0
De 02:01:00 a 03:00:00	11	2,7	6	1,4	*	*	*	*	17	4,1
A partir de 03:01:00	1	0,2	1	0,2	*	*	*	*	2	0,5
Não identificado	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TOTAL	164	39,5	225	54,2	22	5,3	4	1,0	415	100,0

Fonte: Criada pela autora.

A faixas de 1-15 minutos foi a com maior concentração de cartões, alcançando 46% de vídeos com duração mais curta. Nessa faixa, predominaram vídeos sob demanda (34,9%) seguidos de ao vivo (6,3%). Na faixa de 16-30 minutos estão 19,3% dos vídeos assistidos, nesse caso de forma mais equilibrada entre sob demanda (9,2%) e ao vivo (8,9%). Já nas faixas mais longas, a partir de 31 minutos, os vídeos mais assistidos foram ao vivo. Vale ressaltar que os conteúdos gravados pelos próprios participantes têm duração curta, igual ou menos que 15 minutos, exceto por um cartão na faixa de 31-60 minutos.

Com base nas perguntas extras respondidas, nove participantes de Tavares reportaram situações de multitarefas (*multitasking*) enquanto assistiam vídeos. Ao todo, foram respondidos 52 cartões sobre esse assunto, sendo 19 casos indicando que nenhuma atividade foi realizada e 33 registrando atividades em paralelo. Desse total, em 16 cartões, enquanto assistiam televisão, os jovens estavam: fazendo alguma refeição; conversando face a face; conversando via *WhatsApp* ou verificando perfil em redes sociais no smartphone; assistindo aula de teclado no *YouTube*.

Nas situações de multitarefas enquanto assistiam no smartphone (12 cartões), destacam-se: trabalhando; arrumando a casa ou algum cômodo específico ou as malas para uma viagem; fazendo alguma refeição; assistindo TV; malhando; conversando via *WhatsApp*. Já nas situações de multitarefa com o notebook, foram relatadas: estudando; conversando via *WhatsApp*, incluindo chamada de vídeo ou áudio; comendo pipoca.

Em relação ao uso de dispositivos de segunda tela, das 378 perguntas extras respondidas, 53 foram relacionadas a essa prática. Em 18, nenhum uso foi relatado. Em

outros 35 cartões, nove jovens indicaram terem usado uma segunda tela enquanto assistiam um vídeo, sendo: o smartphone (22 cartões) para acessar sites de redes sociais ou responder mensagens de texto enquanto viam TV, trabalhavam no desktop ou assistiam um vídeo no notebook; a própria televisão (7 cartões) que estava ligada passando algo que eles estavam acompanhando de forma secundária enquanto viam algo no smartphone; o notebook (5 cartões), enquanto assistiam algo no smartphone, para verificar o sistema de computador onde trabalham ou assistir/ouvir de forma secundária vídeos de música no *YouTube* e/ou *Spotify*.

Sete jovens também relataram momentos em que chegaram a comentar e/ou compartilhar algo relacionado ao vídeo que estavam assistindo. Ao todo foram 89 perguntas extras respondidas sobre esse assunto, e em 67 casos os jovens não comentaram ou compartilharam nada. Dos 22 cartões em que a resposta foi positiva, eles relataram ter comentado (19 cartões) ou pessoalmente com alguém que assistia ao conteúdo com eles, tal como familiares, amigos(as) e namorado(a), ou via *Whatsapp*, *Facebook* ou *Instagram*, além de um cartão de comentário feito por Marcos durante aula ao vivo assistida no *AVA* da Faculdade. De compartilhamento, foram identificados três cartões com ações feitas via *Whatsapp*, *Facebook* ou *Instagram*.

Neste capítulo apresentamos descrição detalhada dos dados obtidos entre os jovens de Tavares, com destaque para informações sobre o perfil dos participantes, a disponibilidade de tecnologia e *repertório de mídia* dos mesmos, bem como se caracterizam as práticas de consumo de vídeos, e que dimensões são articuladas pelos jovens nas situações de assistência.

Mesmo com a disponibilidade de tecnologia relativamente alta entre os participantes, com destaque para a posse de um smartphone entre todos os dez entrevistados, 76,1% de todas as situações relatadas ocorreram em ambientes privados. No âmbito geral, se destacam assistências individuais (66,7%) e de conteúdos sob demanda e/ou baixados, o que totalizou 60,7% de tudo o que foi visto pelos participantes, sendo o smartphone a tela mais usada (49,9%) para metade dos participantes. Na maioria dos cartões a assistência foi online (55,2%).

Dentre os 23,9% de assistência em ambientes abertos, foram identificadas uma diversidade de situações, desde espaços de trabalho, órgãos públicos ou serviços como mercado, barbearia e academia, até espaços de ensino (biblioteca, faculdade, curso de idiomas) e ainda em meios de transporte durante deslocamentos dentro e fora de Tavares (carro, ônibus e lancha). Pela disponibilidade de acesso à telas conectadas, pelo

menos um caso de assistência em ambiente público foi registrada por nove dos dez jovens.

No que tange à dimensão conteúdo, 38 gêneros/formatos de vídeos foram identificados nos 10 diários, advindos de 33 fontes/provedores diferentes, com destaque para sites de redes sociais e canais comerciais de TV aberta. Em mais de 60% das situações, os jovens realizaram arranjos menos convencionais das dimensões de assistência de vídeos, usando geralmente dispositivos conectados ao Wi-Fi para assistência em plataformas online de vídeos com duração de um a 15 minutos. Apenas três jovens não dispõem de Wi-Fi em casa, mas dois deles usam a internet do trabalho para assistir online e/ou fazer download de vídeos para posterior assistência.

Uma marca do grupo de Tavares é a assistência de stories/status antes de dormir e ao acordar, tornando este o gênero/formato mais recorrente dentre os participantes. Em seguida estão conteúdos ligados à música e esporte, assim como informação via tradicionais telejornais.

Pelo *repertório de mídia* dos participantes de Tavares, que tiveram acesso a mídias digitais ainda na pré-adolescência, a maioria demonstrou ter bastante conhecimento das novas possibilidades de assistência de vídeos e estão abertos e/ou já incorporaram essas novas práticas em sua rotina de assistência. Em alguns casos (Alex, Marcos, Leandro, Jonas, Carol e Alice), identificamos competências mais claramente formadas para estabelecer alternativas de consumo de vídeos de modo independente da grade televisiva, sendo que este nunca foi prioridade para as jovens Alice e Carol e não foi a fonte de conteúdo de nenhum dos 80 cartões de Alex.

Neste capítulo detalhamos os dados construídos juntamente com os participantes de Tavares. Assim como o Capítulo 8, a contribuição está em compreender as preferências dos jovens do município em questão, quais conteúdos são mais assistidos, e como participantes associam as pluridimensões dos fluxos interacionais. A seguir, os dados de ambos os municípios são analisados em perspectiva, com o intuito de aproximar os resultados obtidos em Cameté e Tavares e de aprofundar o processo de análise.

10

APROXIMANDO
AS REALIDADES ESTUDADAS

Ao colocarmos em perspectivas os dados dos grupos de participantes de Cametá (PA) e Tavares (RS) apresentados nos capítulos anteriores, fica evidente que a maioria dos jovens do primeiro município, além de disporem de menos recursos tecnológicos em seus lares, não alteraram de forma significativa suas práticas de consumo de vídeos – eles continuam fortemente ligados à rotina da televisão –, ainda que conheçam e alguns tenham interesse pelas possibilidades do novo cenário midiático.

Isso certamente está relacionado ao perfil macrossocial dos municípios, apresentados no Capítulo 7, no qual ficou evidente, por exemplo, que já em 2010 Tavares dispunha taxas mais altas de posse de tecnologia nos domicílios, enquanto Cametá ainda enfrentava (e, diríamos, ainda enfrenta) problemas básicos como acesso à energia elétrica e sinal de telefonia, especialmente nas áreas rurais.

Ainda que com várias lacunas no atendimento de serviços, em Tavares tanto jovens que residem na área rural quanto urbana dispõem de conexão à internet por Wi-Fi e serviços de telefonia, pois a cobertura de sinal abrange as localidades. Já em Cametá, o acesso à internet é bastante limitado e se reduz aos jovens que tem internet em casa, apenas uma participante que reside em localidade rural, e aos que moram na localidade de Santana, onde há cobertura de sinal de uma operadora, a Claro.

A respeito das competências e *repertório de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013; SCOLARI, 2018), é importante destacar que os jovens de Tavares iniciaram o uso de

tecnologias digitais como celulares e computadores antes que os de Cametá, logo dispõem de níveis distintos de capital acumulado sobre o uso de mídias.

Em Tavares, o primeiro contato dos jovens com as TICs ocorreu por volta dos 12 e 14 anos, enquanto os participantes ainda cursavam o Ensino Fundamental e tiveram seus primeiros computadores de mesa em casa, alguns com internet discada, e em seguida passaram a ter celular de uso individual. Já em Cametá o contato com a internet foi iniciado necessariamente pelo uso do telefone celular, adquiridos quando os participantes passaram a fazer deslocamentos mais longos para estudar, por volta dos 16 e 17 anos, período em que cursavam Ensino Médio. Ou ainda mais tardiamente como para Malu que teve seu primeiro celular quando foi para Cametá fazer um curso técnico, e para Elisa e Leide que estão concluindo seus estudos e nunca tiveram um aparelho de telefone de uso exclusivo. Isso significa dizer que enquanto os jovens de Tavares tiveram seus primeiros contatos com a internet via computador de mesa, os de Cametá iniciaram o acesso via dispositivo móvel como o celular, já do modelo smartphone, conectado via dados móveis de telefonia que, como apontaram os dados do IBGE (2015a), tem nível de penetração mais alto que internet do tipo banda larga no Pará.

O hábito de acessar à internet em lanhouses era comum entre participantes de Tavares, que iam jogar, fazer pesquisas para trabalhos da escola, conversar via chats ou ainda acessar os primeiros sites de redes sociais, como o Orkut. Já em Cametá o acesso em lanhouse ocorreu mais tarde, no período do Ensino Médio, e também se configura como opção ainda hoje para alguns dos jovens que fazem faculdade.

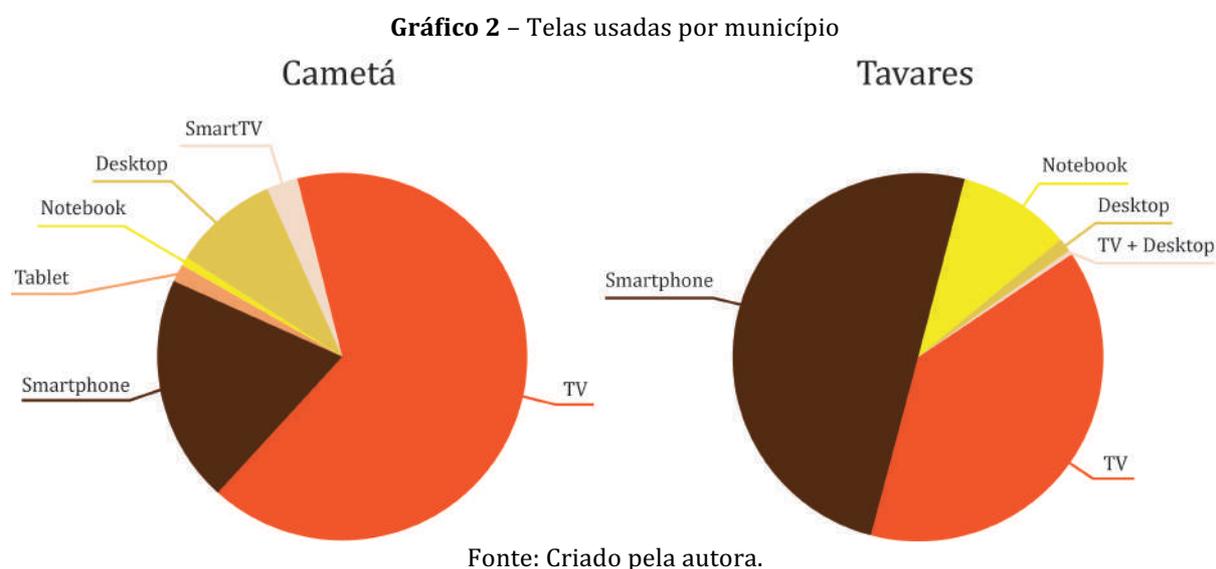
No que tange ao consumo de televisão, todos os 21 participantes da pesquisa desenvolveram essa prática ainda crianças e dispõem de bastante capital acumulado. Para os jovens de Cametá, porém, ainda que a assistência fosse diária, por muitos anos foi restrita a algumas horas da noite, já que se dava via gerador de energia, pela ausência de eletricidade nas localidades da área rural de Cametá, onde a maioria cresceu. As exceções são Edson, que nasceu e foi criado no centro urbano de Cametá, e Malu, que sempre teve televisão disponível na casa em Rio Furtados, já que o pai mantinha o gerador de energia ligado durante o dia por conta do trabalho. Apesar disso, a jovem relatou que diferente dos irmãos mais novos, ela nunca teve muito interesse por televisão.

Quanto à posse de tecnologia, todos os participantes da pesquisa dispõem de pelo menos um aparelho de TV em casa, sendo esta a única mídia comum entre eles. Entre os jovens de Tavares, isso se estende também para o aparelho de celular do tipo smartphone. Todos dispõem de pelo menos um telefone do tipo smartphone com pacote

de internet móvel, além de oito terem conexão à internet Wi-Fi em casa. Já em Cametá, sete participantes têm smartphone com sinal de internet móvel e três tem Wi-Fi em casa.

10.1 Dimensões articuladas pelos jovens

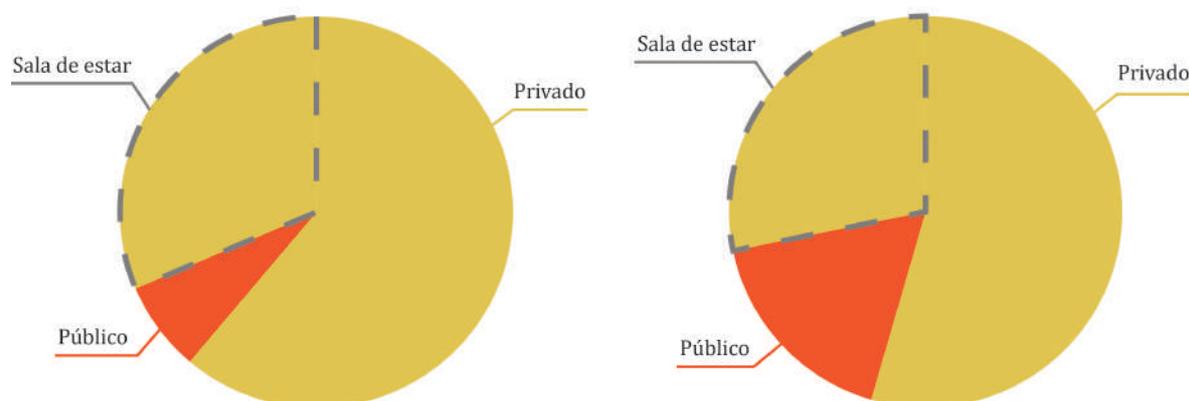
Ao observarmos as articulações que os participantes fazem das pluridimensões de consumo de vídeo, verificamos que a tela mais usada varia entre os municípios. Em Cametá, a TV foi a mais usada, presente em 68,2% das situações, seguida do smartphone, 20,2% dos cartões. Já em Tavares, o smartphone foi o mais usado, 49,9% dos cartões, seguido de 28,6% de situações na TV. No Gráfico 2, apresentamos a distribuição das telas usadas por município.



Todos os jovens da pesquisa assistiram vídeos em pelo menos dois tipos de telas diferentes, exceto por Malu, que registrou situações de assistência apenas na televisão. Em ambos os municípios, identificamos casos de participantes que assistiram a mais vídeos no computador, como é o caso de Jadir, que viu a 81,8% dos seus vídeos no computador desktop de onde trabalha, e de Alex, que assistiu 60% dos vídeos no seu notebook em casa.

A preferência pela assistência em ambientes privados é comum entre todos os participantes dos dois municípios, alcançando 89,3% dos cartões em Cametá e 76,1% em Tavares. Em ambos os casos, apesar de um uso frequente de dispositivos móveis para o consumo de vídeos no município no Sul, o local de destaque foi a “tradicional” sala de estar (45,9% cartões de Cametá e 39,3% de Tavares), conforme Gráfico 3.

Gráfico 3 – Tipo de Local de assistência por município X Sala de estar



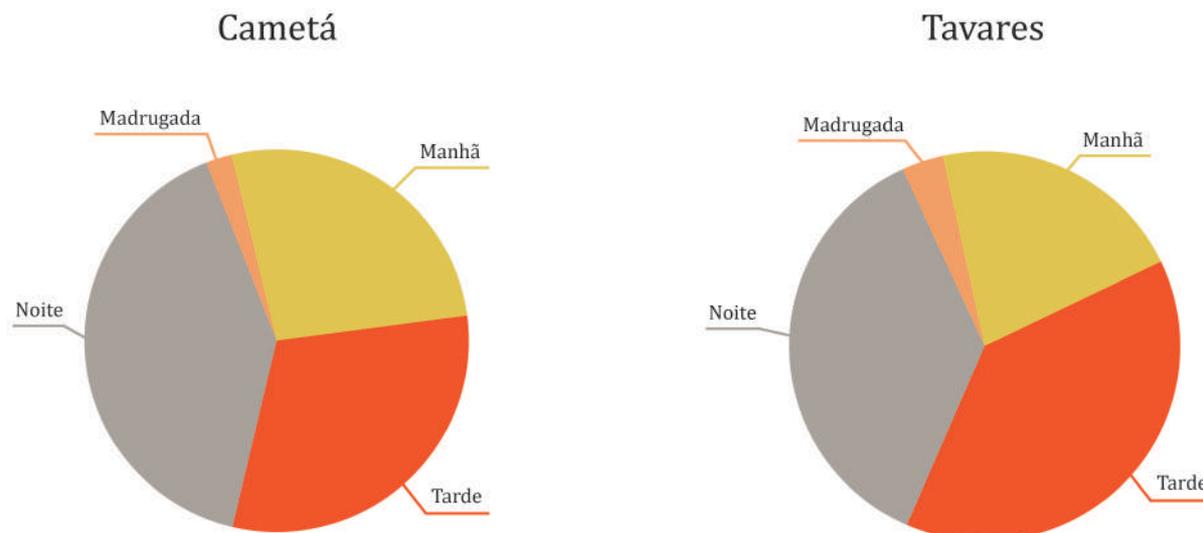
Fonte: Criado pela autora.

Os jovens de Tavares demonstraram mais flexibilidade para assistir fora de casa e registraram 23,9% dos cartões com situações em ambientes públicos que vão do local de trabalho a espaços de ensino, meios de transporte, órgãos públicos, academia, mercados, na rua, entre outros casos relatadas por nove dos 10 jovens. Situações próximas a essas ocorreram em Cametá, mas em menor quantidade, 10,7% dos cartões de apenas quatro dos 11 participantes.

Quanto ao uso de internet para o consumo de vídeos em Tavares, as situações online alcançaram 55,2% e foram mais da metade do total de registros feitos por todos os participantes. Já em Cametá, oito jovens reportaram o uso de internet, totalizando 21,1% dos cartões preenchidos nesse município. Em ambos os grupos, porém, houve jovens que assistiram a maioria dos vídeos online, chegando a 90,9% dos cartões de Jadir e 90,5% de Alice.

No que tange ao tipo de assistência – sozinho ou acompanhado –, a maioria das práticas de assistência em Tavares foram individuais (66,7%) e em Cametá, acompanhadas (53,6%).

Quanto ao período de maior assistência durante o dia (Gráfico 4), os jovens de Cametá costumam consumir mais vídeos à noite, 40,4% dos cartões, seguidos de 30,9% à tarde. Já em Tavares, os dados se invertem. A maior concentração de situações de assistência foi à tarde (38,6%) seguida de 36,6% à noite. O horário da madrugada foi pouco citado nos diários de ambos os municípios, alcançando 3,4% em Tavares e 2,1% em Cametá.

Gráfico 4 – Distribuição das situações de assistência por período do dia e municípios

Fonte: Criado pela autora.

A tela da TV foi a mais usada em todos os horários do dia dentre as práticas de assistência relatadas em Cametá. Já em Tavares, a preferência em todos os horários foi pelas telas de dispositivos móveis, em sua maioria conectados à internet. Apesar disso, a tradicional prática de assistência coletiva na sala de estar à noite, sendo a televisão um ponto de encontro (*meeting point*) entre os moradores da casa, foi identificada em ambos os municípios, sendo 23,4% dos registros feitos em Cametá e 11,6% em Tavares.

Quanto às fontes de conteúdo, 37 diferentes foram identificadas em Cametá e 33 em Tavares. Os tipos variaram entre as duas cidades conforme Tabela 41.

Tabela 41 – Fontes de conteúdos/provedores acessadas pelos jovens da pesquisa

Fonte de conteúdo	Cametá		Tavares	
	n.	%	n.	%
Canais comerciais de TV aberta (<i>Band TV, Globo, Record TV, Rede TV, SBT, RBL, TV Liberal, RBA TV, RBS TV</i>)	211	49,0	106	25,5
Sites de redes sociais (<i>Facebook, Instagram e YouTube</i>)	87	20,2	180	43,4
Canais comerciais na TV a cabo (<i>Boomerang, Canal Rural, Cinemax, Discovery Channel, ESPN, ESPN Brasil, Esporte Interativo, FOX, FOX Sports, HBO, HBO Plus, Max Prime, MTV, Multishow, National Geographic, Pay-Per-View BBB, Premiere, Space, SporTV, SporTV 2, Telecine, TNT, Universal Channel</i>)	58	13,5	52	12,5
Aplicativo de mensagens instantâneas (<i>WhatsApp</i>)	47	10,9	48	11,6
Plataforma paga de VoD (<i>Netflix</i>)	*	*	13	3,1
DVD	12	2,8	2	0,5
Cursos/plataformas educacionais (<i>AVA, Curso de idiomas, Moodle</i>)	*	*	11	2,7
Canal católico de TV aberta (<i>Canção Nova</i>)	7	1,6	*	*

Fonte de conteúdo	Cametá		Tavares	
	n.	%	n.	%
Gerenciadores de download de arquivos (<i>bittorrent</i>)	5	1,2	*	*
UGC	*	*	3	0,7
Canal público de TV aberta (<i>TV Cultura</i>)	2	0,5	*	*
Plataformas VoD de canais comerciais a cabo (<i>+Globosat e FOX Sports</i>)	2	0,5	*	*
Portal de notícias sobre programas de entretenimento da Globo (<i>Gshow</i>)	1	0,2	*	*

Fonte: Criada pela autora.

Em ambos os municípios os conteúdos mais assistidos advêm de canais comerciais de TV aberta ou de sites de redes sociais, categorias que são a primeira ou segunda mais assistidas. Em Cametá, a televisão aberta predominou em quase 50% dos cartões, seguida de 20,2% de sites de redes sociais, especificamente *YouTube* e *Facebook*. Já em Tavares, ocorreu o inverso: *Instagram*, *Facebook* e *YouTube* foram as fontes de conteúdos em 43,4% dos registros, seguidos de 25,5% de canais de TV aberta.

Canais de TV a cabo e o *WhatsApp* foram a terceira e a quarta fontes de conteúdo citadas nos dois municípios. É interessante atentar que tanto em termos absolutos quanto proporcionalmente ao total de cartões de Cametá e de Tavares, ambas as fontes alcançaram números muito próximos de registros.

O *Netflix* foi a única plataforma paga de VoD mencionada em Tavares (3,1%). Já em Cametá, foram citadas as plataformas sob demanda dos canais de TV a cabo + *Globosat* e *FOXSports* (0,5%). DVDs piratas de filmes e/ou shows gravados ao vivo foram fonte de conteúdo em ambos os municípios, sendo 2,8% em Cametá e 0,5% em Tavares.

No que tange ao tipo de fonte – gratuita, paga, pirata ou *UGC* –, as práticas de assistência foram majoritariamente baseadas em fontes gratuitas em ambos os municípios, sendo 81,9% em Cametá e 80,7% em Tavares. Em seguida, foram usadas mais fontes pagas, 15,7% em Tavares e 12,3% em Cametá. Dentre as fontes piratas, que alcançaram 5,3% em Cametá e 2,2% em Tavares, em ambos os municípios foi comum consumo de DVDs piratas e o uso de um conversor ilegal que capta de forma gratuita os sinais de canais pagos. Em Cametá, foram citados ainda casos de *downloads* feitos de forma ilegal (via arquivos *bittorrent*), modo pelo qual conteúdos do *Netflix* foram assistidos neste município.

Quanto ao tipo de assistência dos vídeos, se destacaram os vistos ao vivo e sob demanda. Em Cametá, 65,2% foram assistidos ao vivo e 23% sob demanda. Em Tavares, novamente a situação foi inversa: 54,5% foram sob demanda e 39,3% ao vivo. Os

conteúdos baixados foram identificados em 11,8% dos registros feitos em Cameté e em 5,3% em Tavares, com destaque para os provenientes do *WhatsApp*. Vale ressaltar que nos dois municípios, as situações envolvendo vídeos ao vivo ocorreram na maioria das vezes na companhia de alguém, enquanto as de assistência sob demanda ou de conteúdos baixados, foram individuais.

Ao todo foram identificados 50 gêneros/formatos diferentes de conteúdos. Para chegarmos a essa classificação partimos de estudos de gêneros e formatos *televisivos* anteriores (SOUZA, 2004; FECHINE, 2001; FREIRE FILHO & BORGES, 2011), assim como estabelecemos algumas denominações para os vídeos que circulam em ambiências digitais de modo a distingui-los, ainda que a partir de linhas muito tênues. Esse processo foi bastante trabalhoso e revelou, não apenas um ponto a ser aprofundado no trabalho – já que a classificação de gêneros e formatos dos vídeos demanda estudos sistemáticos –, mas, principalmente, a diversidade de conteúdos a que os jovens acessam diariamente e a percepção ampla que eles possuem a respeito do que consideram vídeo.

Fazemos essa digressão pois foi muito rico verificar a percepção dos participantes quanto ao que assistem, a ponto de registrarem em seus diários desde programas tradicionalmente consolidados da grade dos canais de televisão, até recursos de chamada por vídeo do *WhatsApp*, arquivos tipo gif²²³, vídeos assistidos nas timelines ou nos stories/status²²⁴ dos sites de redes sociais, geralmente visualizados via função *autoplay*, elemento que segundo Shields (2015) reconfigurou o modelo de negócio dos sites de redes sociais.

Esses e outros formatos citados nos diários parecem romper com as lógicas tradicionais de produção e de classificação dos vídeos, o que demanda um esforço atual de estudo e categorização dos mesmos, visto que as linhas entre os gêneros e formatos estão cada vez mais tênues e os conteúdos, por si só, são cada vez mais flexíveis para circular em múltiplas plataformas. E nesse processo de produção e disponibilização

²²³ Espécie de animação, composto por movimentos extremamente simples de elementos gráficos feitos via recursos computação gráfica e não necessariamente de recursos audiovisuais tradicionais. Na maioria dos casos, estes tem somente imagens, sem áudio.

²²⁴ Recurso inicialmente lançado via aplicativo Snapchat, em 2011, que permitia que usuário fizesse fotos ou vídeos curtos e enviasse a uma lista de contatos ou ficasse disponível em seu perfil por no máximo 24 horas. Somado a isso, o aplicativo também desenvolveu diferentes filtros e olografias que podiam ser sobrepostos a imagem do usuário, alguns específicos para o rosto, no momento em que fosse capturado. Cada imagem gravada era chamada de “snap”. Em 2013, o *Facebook* comprou o Snapchat, além de já ser dono do aplicativo *Instagram* e do *WhatsApp* (DEMARTINI, 2016; SHIH & MCBRIDE, 2014). Com isso, em agosto de 2016, o *Instagram* dá início ao “instastories”, também chamado de “snapgram”, alocado na página inicial do aplicativo com a mesma premissa do anterior rival Snapchat. Em fevereiro de 2017 foi a vez do *WhatsApp* disponibilizar a função “status” com o mesmo recurso numa das sessões disponíveis no aplicativo, recurso imediatamente depois disponibilizado também no feed do *Facebook* (MANNARA, 2017). Os conteúdos disponibilizados nessa função são curtíssimos e se configuram como *drops* que misturam fotos, vídeos e gifs.

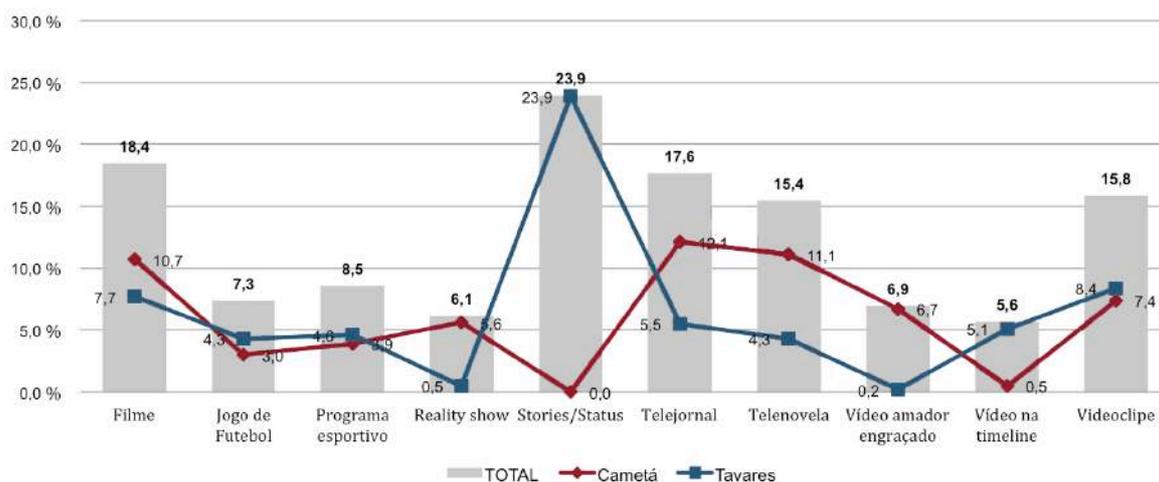
multiplataforma, novas experiências de consumo da linguagem audiovisual são estabelecidas. Estas variam de assistências baseadas em telas portáteis e em ambientes abertos e públicos (por vezes sem nenhuma privacidade) até a preferência por assistir a conteúdos que “abrem mão” de elementos constitutivos do audiovisual – os *meio-vídeos* (*half-videos*) reconhecidos por Sloane (2015) –, tais como sem áudio e com legendas (via função auto-play dos sites de redes sociais), ou mesmo sem imagem, no caso de alguns vlogs disponibilizados no *YouTube* que são feitos para serem ouvidos, como *podcasts*.

Considerando os apontamentos de Rein & Venturini (2018), é interessante notar ainda a lógica de montagem de listas de assistência (*watchlists*) e/ou grades de conteúdos, que praticamente todas as plataformas que exibem vídeos adotaram. Sejam sites de redes sociais *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*, sejam plataformas *VoD* pagas e gratuitas e ainda canais de TV a cabo, que literalmente encadeiam um programa no outro programa de modo que o usuário possa “pular” elementos como vinheta de abertura e créditos de encerramento, esses exibidos em uma caixa secundária de vídeo, aberta momentaneamente na lateral da tela principal.

Pelo fato das práticas de consumo de vídeo estarem imbricadas em um “processo de recomposição em escala mundial”, como anunciou García-Canclini (2008b, p. 33), empreendemos um esforço menos rígido de definição de categorias de gêneros/formatos. A opção foi partir dos próprios registros dos participantes e assim verificar os mais comuns e como poderíamos tipificá-los respeitando a diversidade de formatos que é própria do período de *convergência midiática*.

No que tange aos gêneros/formatos identificados, 40 foram em Cametá e 38 em Tavares, conforme detalhamento apresentado nos Capítulos 8 e 9. Desse total, 28 foram comuns entre os dois municípios, 12 ocorreram apenas em Cametá e 10 em Tavares, totalizando 50 tipos diferentes.

No Gráfico 5 é possível verificar, em perspectiva, os 10 gêneros/formatos mais citados.

Gráfico 5 – Gêneros/Formatos de conteúdos mais assistidos (Panorama Geral & Municípios)

Fonte: Criado pela autora.

Os gêneros/formatos mais assistidos entre os 21 participantes foram:

- (i) Stories/status;
- (ii) Telejornal;
- (iii) Videoclipe;
- (iv) Filme;
- (v) Telenovela;
- (vi) Programa esportivo;
- (vii) Jogo de futebol;
- (viii) Vídeo amador engraçado;
- (ix) Reality show;
- (x) Vídeo na timeline.

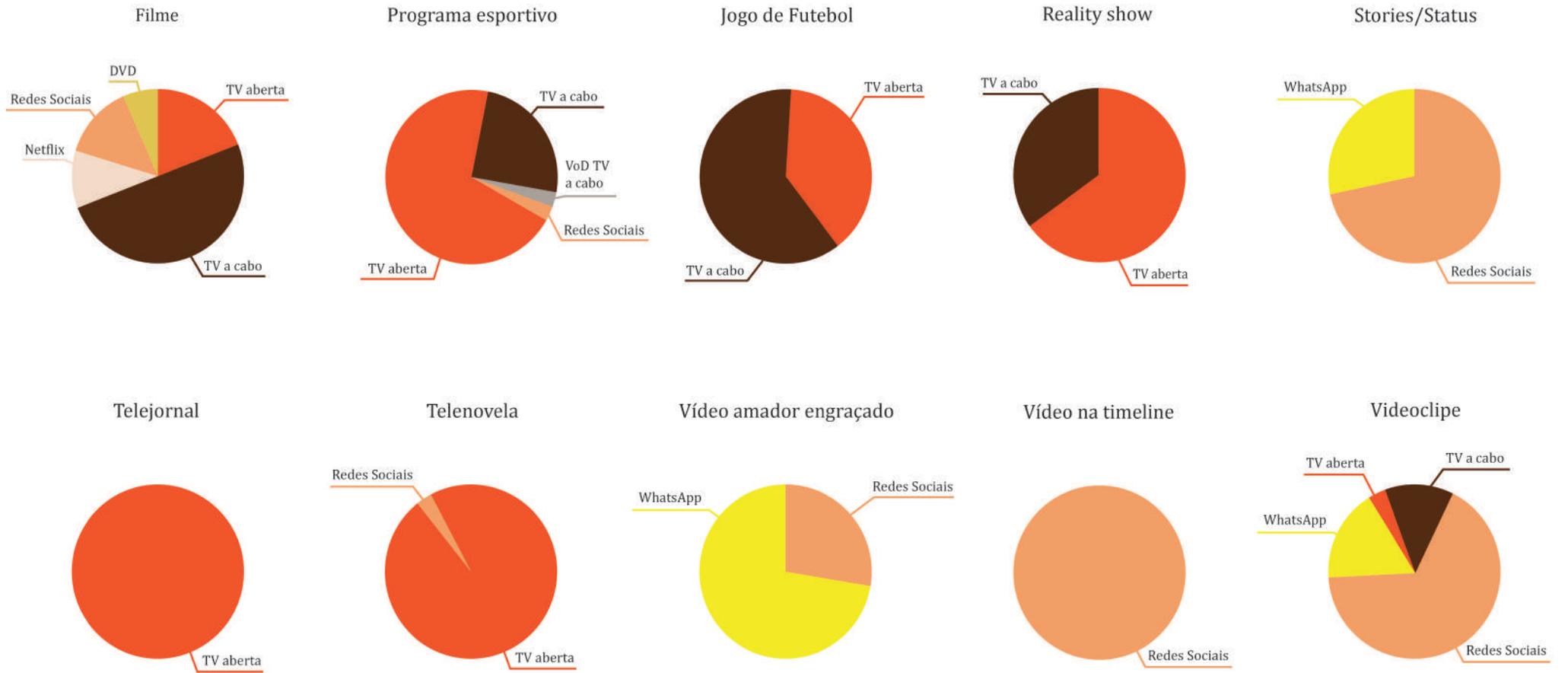
Dentre os 10, apenas stories/status foi assistido somente em Tavares (linha azul), em uma quantidade superior aos demais tipos de conteúdos citados.

Além dos stories/status, os participantes de Tavares também priorizaram a assistência de filmes (primeira coluna) e videoclipes (última coluna). Já em Cametá, os conteúdos mais evidentes são programas tradicionalmente exibidos na televisão, sendo telejornal e telenovelas, seguidos de filmes.

É possível verificar que as linhas azul e vermelha do Gráfico 6, relativas aos percentuais de assistência dos municípios, se aproximam apenas no caso dos conteúdos esportivos (jogo de futebol ao vivo e programa esportivo) e de videoclipes.

A seguir, apresentamos um conjunto de gráficos de setores, que evidencia a diversidade de fontes de conteúdo a partir dos quais foram assistidos os vídeos dos 10 gêneros/formatos mais citados pelos 21 participantes.

Gráfico 6 – Gêneros/Formatos X Fontes de Conteúdo mais assistidos



Fonte: Criado pela autora.

Uma visada sob o conjunto de gráficos evidencia a predominância de três cores relativas à já mencionada preferência dos jovens por canais de TV aberta (laranja escuro), sites de redes sociais (laranja claro) e TV a cabo (brown), que compõem grande parte dos gráficos de setores.

No que tange à diversidade de fontes utilizadas para assistir um tipo de conteúdo, o maior número de ocorrências se deu em filmes, representados no primeiro gráfico. Este conteúdo foi visto a partir de cinco tipos diferentes de fonte, na seguinte ordem: (i) canais de TV a cabo; (ii) canais de TV aberta; (iii) redes sociais (*YouTube*); (iv) *Netflix*; (v) DVDs piratas. Em seguida estão os vídeos (último gráfico), assistidos em quatro tipos de fontes diferentes: (i) redes sociais; (ii) *WhatsApp*; (iii) TV a cabo; (iv) canais de TV aberta. Relevante observar ainda o caso dos programas esportivos e das telenovelas, conteúdos assistidos prioritariamente em canais de TV aberta e a cabo, mas também vistos pelos participantes da pesquisa de forma online (ao vivo e sob demanda) no *YouTube* e uma plataforma VoD de um canal de TV a cabo (*FOX Sports*).

A preferência por esses conteúdos se reflete no tempo de duração aproximado das situações de assistência registradas pelos participantes. Em Tavares, os vídeos com duração mais curta, de 1-15 minutos, foram os mais assistidos, 46%, sendo destes 75,8% sob demanda. Em Cametá, os participantes viram mais conteúdos de 31-60 minutos, 36,9%, desse total quase 80% foi assistido ao vivo.

A partir das perguntas extras contidas no verso dos cartões, foi possível identificar casos de multitarefas (*multitasking*) entre 18 participantes, sendo nove de cada município. Nessas situações, se destacaram atividades paralelas à assistência de televisão, mas também houve ocorrências de multitarefa enquanto usavam o desktop e o smartphone. As atividades paralelas variaram de hábitos já tradicionais, como fazer refeições, conversar presencialmente ou virtualmente e realizar tarefas domésticas, até atividades no trabalho, como aguardar o sistema retornar, fazer trabalhos manuais, estudar, amamentar o filho, fazer as unhas, entre outros exemplos.

Também foram relatados casos de uso de segunda tela por 15 participantes, sendo nove de Tavares e sete de Cametá. A tela secundária mais citada foi o smartphone, utilizada geralmente para acessar sites de redes sociais, trocar mensagens ou trabalhar em um computador com tela maior (desktop ou notebook). Em ambos os municípios também ocorreram situações de assistência prioritariamente em dispositivos móveis, sendo a televisão a tela secundária.

Os casos de comentário ou compartilhamento de informações sobre o vídeo que se estava assistindo foram relatados por 17 jovens, sendo 10 de Cametá e sete de Tavares.

Importante destacar que entre os jovens do município no Sul, a recorrência foi o contato virtual com outras pessoas via *WhatsApp* e/ou redes sociais, tendo casos diretamente ligados ao fenômeno de *social TV* (SIGILIANO & BORGES, 2016; FECHINE, 2014; FECHINE & BRONZSTEIN, 2016). Já entre os jovens de Cametá, os comentários ocorriam em sua maioria de forma presencial durante assistências coletivas de determinado conteúdo.

10.2 Resultados parciais

Como podemos observar, em todos os eixos que orientaram a descrição dos dados construídos em campo – por município e agora integrada –, existem pontos de convergência e distanciamento entre as práticas de consumo de vídeos dos dois grupos de participantes.

Os dados sobre o *repertório de mídia*, por exemplo, revelam a diversidade constitutiva dos perfis dos jovens envolvidos na pesquisa tanto entre os municípios, quanto dentro de cada grupo. Em ambas as cidade, Tavares e Cametá, foram envolvidos jovens com diferentes níveis de escolaridade, áreas de atuação profissional, repertório cultural, além da diferença de idade dentro da faixa etária com a qual trabalhamos. De jovens mães e donas de casa, até professores atuantes ou em formação, além de participantes que ainda cursam Ensino Médio ou curso de graduação.

Ainda que alguns participantes dos dois municípios tivessem praticamente as mesmas condições de acesso à internet, ficou evidente nas entrevistas que os de Tavares lidam com tecnologias digitais há mais tempo que os de Cametá, o que certamente interfere nas práticas de consumo midiático de um modo geral (TOALDO & JACKS, 2013).

Além do contato há mais tempo e com uma variedade de tecnologias – princípios de *entirety* e *relationality* mencionados por Hasebrink & Hölig (2013) –, em Tavares todos os jovens dispunham de condições relativamente estáveis de acesso à tecnologia e internet, se comparados aos de Cametá. E assim, com condições mais facilitadas de acesso ampliam-se as possibilidades de variar os tipos de conteúdo assistidos. Evidência que justifica o fato dos jovens de Tavares, mesmo com um participante a menos que Cametá (respectivamente 10 e 11 em cada município), terem preenchido quase a mesma quantidade de cartões (415 e 431 respectivamente).

Em ambos os municípios identificamos preferências comuns, sobretudo, quanto aos conteúdos e fontes/provedores, além de práticas de assistência similares, baseadas em motivações muito parecidas, que vão de acompanhar um conteúdo favorito até

aprender algo assistindo vídeo, ver algo para relaxar, entre outros exemplos. Os participantes, porém, apresentaram distintas formas de selecionar os vídeos que assistiram e isso está diretamente ligado às diferenças entre os *repertórios de mídia* e as condições de acesso à tecnologia que cada um dispunha.

Para os participantes de Tavares, a maioria das situações foram viabilizadas a partir de condições de assistência existentes, tais como o uso de dispositivos móveis próprios e conexão do tipo banda larga em casa ou via dados móveis. Já em Cametá, além de casos desse tipo, foram relatadas situações em que as condições de assistência foram, literalmente, criadas, a partir da ida dos participantes que não dispunham de aparatos para além da TV até um ambiente com disponibilidade de tela e internet, para se conectar e assistir a algo que desejavam.

Ainda com relação à diversidade de modos como os participantes viabilizam as situações de consumo, foi fundamental identificar as formas de seleção de conteúdo empreendidas pelos participantes. Ao longo da análise dos dados, tanto via cartões quanto nas entrevistas, esta se evidenciou como uma variável decisiva para o seu aprofundamento e foi identificada como uma das dimensões constitutivas dos fluxos interacionais, conforme explicitaremos no Capítulo 12.

A contribuição deste capítulo é a de apresentar os resultados do primeiro nível de análise desta pesquisa, e revelar similaridades e diferenças entre as práticas de consumo de vídeos dos jovens de Cametá e Tavares. Além disso, este capítulo evidenciou a necessidade de propor a categoria analítica de níveis de uso de mídia. Como vimos, ainda que compartilhem preferências, os modos como estabelecem as situações de assistência variam de jovem para jovem. Isso porque, além das formas como articulam as pluridimensões constitutivas do consumo de vídeos, cada jovem demonstra níveis de uso de mídia distintos em suas práticas de assistência, categoria que exploraremos a seguir.

11

NÍVEIS DE USO DE MÍDIA

Diante das múltiplas possibilidades de consumo de vídeos no cenário de *convergência midiática* (JENKINS, 2001, 2009) e da dispersão das práticas de assistência no tempo e espaço, ficou evidente a dificuldade de identificar como os jovens se envolvem ou não com o que consomem, de que modo viabilizam as situações de assistência, e o que os motiva a ver determinado conteúdo.

Por esse motivo, neste capítulo, nos dedicamos a caracterizar o que denominamos de níveis de uso de mídia, que se refere à capacidade de uso e articulação de recursos midiáticos diversos para viabilizar o consumo de vídeos.

Assim, ao identificarmos esses níveis, reconhecemos aspectos subjetivos que antecedem, motivam e oferecem condições para o momento da assistência do vídeo propriamente dito, diretamente relacionados ao contexto microssocial do jovem, suas preferências pessoais, competências (SCOLARI, 2018) e *repertório de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013).

Com base nos dados dos 21 participantes, identificamos cinco níveis de uso de mídia:

1. Assistência linear na TV;
2. Assistência linear na TV e ocasionalmente sob demanda em outros dispositivos;

3. Assistência parcial de forma linear na TV e sob demanda em outros dispositivos;
4. Assistência sob demanda em outros dispositivos e ocasionalmente de forma linear na TV;
5. Assistência sob demanda em outros dispositivos.

Antes de detalharmos em que consiste cada nível, apresentamos brevemente os procedimentos realizados para definição dos níveis de uso de mídia.

11.1 Notas metodológicas

Para estabelecer a categoria de análise que denominamos de níveis de uso de mídia, o primeiro passo foi realizar uma segunda rodada de análise de todos os 846 cartões preenchidos durante a pesquisa de campo, baseada em um processo de codificação aberta (*open coding*) de cada cartão a partir do qual de duas novas variáveis emergiram, sendo:

(i) **Condições de assistência**, podendo ser de três tipos:

1. Existentes:

Condições de acesso previamente estabelecidas no local de assistência, logo nada precisa ser viabilizado.

Exemplos: assistência de TV em casa; assistência de vídeo online em casa usando Wi-Fi; assistência de vídeo online no trabalho usando o Wi-Fi; assistência ocasional online ou offline em local onde havia um vídeo passando (escola de idiomas, hospital, sala de aula etc.).

2. Parcialmente criadas:

Emprego parcial de recursos próprios do participante para assistir vídeo associado às condições disponíveis no local onde a assistência ocorre. Logo a situação é viabilizada porque também o jovem integrou o recurso que dispõe (tela ou conexão) com o que havia no local (tela ou conexão).

Exemplos: casos em que o jovem dispunha de equipamento, mas foi até um local com internet para se conectar; assistência no Netflix a partir de conta emprestada; assistência em locais que dispõem de Wi-Fi mas que usou a internet móvel, provavelmente por problemas de conectividade.

3. Criadas:

Condições estabelecidas a partir de recursos próprios do participante já que o local de assistência não dispõe de nenhuma condição (tela+conexão), ou a partir da ida do jovem a um local que dispõe de equipamento e conexão à

internet para assistir ao que desejava, já que onde ele(a) mora não há condições de assistência disponíveis.

Exemplos: jovens que não possuem dispositivos móveis e/ou de internet em casa e se deslocam até a casa de um conhecido, que dispõe dos recursos, para assistirem ou baixarem algum vídeo fazendo uso da internet e da tela através de empréstimo; situações em que não necessariamente o jovem precisava estar online mas usou pacote de internet móvel para conectar uma tela (espera, deslocamento etc.).

(ii) **Formas de seleção de conteúdo**, podendo ser de cinco tipos diferentes:

1. Fluxo pré-programado:

Assistência de conteúdos que passavam tanto na TV aberta quanto em canais de televisão a cabo em ambientes abertos e públicos, ou que foram exibidos a partir de outras tecnologias/telas no local onde o jovem estava na situação de assistência relatada, tal como: via projeção no cinema, no museu, na sala de aula; via smartphone em uma situação de assistência coletiva; e ainda assistência de conteúdo ao vivo em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Nesse tipo de seleção, o jovem não tem nenhum controle sobre o fluxo de conteúdo ofertado e selecionado para assistência. O participante circula em uma grade programada de conteúdos e não consegue fazer nenhuma intervenção no conteúdo, mesmo que de forma paralela em alguns casos possa interagir via redes sociais, aplicativos etc.

2. Timeline/Stories:

Geralmente em timeline em sites de redes sociais e/ou fluxos pré-estabelecidos de conteúdo como stories/status. Nessa forma de seleção, o jovem tem controle relativo sobre o fluxo de conteúdo ofertado. Apesar de haver um sistema permanente que seleciona e organiza (via algoritmos) que conteúdo aparecerá para o participante. Ao interagir nesses ambientes ele deixa rastros, demonstra preferências e se associa mais diretamente a determinados perfis, páginas, grupos e/ou canais. Assim, ainda que visualize vídeos aleatórios, e por vezes patrocinados, o participante tem acesso, na maioria dos casos, aos conteúdos que selecionou em algum momento.

3. Recomendação/Notificação:

Casos de notificação e/ou recomendação direta via plataforma online de vídeos, tais como listas de mais assistidos, sugestões para o usuário, playlists montada a partir de canais que já segue para uma assistência em sequência,

entre outros exemplos. Se enquadram também recomendações ou os próprios vídeos enviados diretamente em mensageiros instantâneos como *WhatsApp* e *Messenger*. Nessa forma de seleção, o jovem tem um controle maior do conteúdo para o qual é notificado, pois em algum momento ele assinou o canal e/ou estabeleceu vínculo com as pessoas que enviam recomendações e vídeos para assistência.

4. Busca direta:

Casos de buscas aleatórias nos buscadores principais de sites de redes sociais, plataformas VoD, entre outros. Assim como assistência em DVDs e/ou compra e download orientado de conteúdos para assistência em determinado momento. Nesta forma de seleção, há pleno controle sobre o que se assiste, já que se escolhe exatamente o que será visto, onde e em que momento.

5. Acesso a conteúdo pessoal:

Quando o jovem assiste a um vídeo criado por ele (a) e/ou assiste a vídeos produzidos por um conhecido próximo.

Com os cartões devidamente categorizados, cruzamos os dados das duas variáveis por participante chegando ao número absoluto de cada interseção existente entre condições de assistência e formas de seleção de conteúdo, este proporcional ao número de cartões de cada jovem. A seguir apresentamos um exemplo de como o cruzamento de dados foi feito para cada participante. Na Tabela 42 apresentamos o número absoluto e percentual de cartões categorizados em cada tipo de situação (sendo n = número de cartões).

Tabela 42 – Cruzamento entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson)

Edson (n = 33 cartões)			Formas de Seleção de Conteúdo										TOTAL	
			1		2		3		4		5			
			<i>Fluxo pré-programado</i>		<i>Timeline/ Stories</i>		<i>Recomendação/ Notificação</i>		<i>Busca direta</i>		<i>Acesso a conteúdo pessoal</i>			
			Peso 1		Peso 1,25		Peso 1,5		Peso 1,75		Peso 2			
			n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%		
Condições de Assistência	1	Peso 1	14	42,4	*	*	*	*	*	*	*	*	14	42,4
	<i>Existente</i>													
	2	Peso 1,5	*	*	1	3,0	9	27,3	3	9,1	*	*	13	39,4
<i>Parcialmente criada</i>														
3	Peso 2	*	*	*	*	*	*	6	18,2	*	*	6	18,2	
<i>Criada</i>														
TOTAL			14	42,4	1	3,0	9	27,3	9	27,3	*	*	33	100,0

Fonte: Criada pela autora.

Além do cálculo do número absoluto e percentual, utilizamos pesos matemáticos para cada tipo de interseção. A ideia foi atribuir uma espécie de pontuação para as situações relatadas pelos jovens, de modo a evidenciar os casos em que eles criaram condições e/ou realizaram formas de seleção de conteúdo e demandaram um nível maior de competência de manejo da tecnologia, do que apenas assistir algo em um fluxo de conteúdo pré-programado. Quanto maior a competência para usar tecnologia nos eixos condições de assistência e formas de seleção de conteúdo, maior a pontuação atribuída. Quanto menor o controle do sujeito na forma de assistência e seleção de conteúdo, menor o peso.

Quanto aos valores dos pesos, estes foram atribuídos de forma arbitrária, apenas para facilitar a análise. Como podemos observar nas células destacadas em amarelo (Tabela 42), para cada forma de seleção de conteúdo, atribuímos pesos de 1 a 2 pontos, sendo 0,25 pontos a diferença entre os cinco tipos de seleção. Para as condições de assistência, o peso mais alto também foi 2, mas a variação entre os três tipos foi de 0,5 pontos.

Essa necessidade emergiu ainda no processo descritivo dos dados, já que dentre as práticas de assistência dos participantes, identificamos diferentes níveis de uso e articulação dos recursos tecnológicos feitos pelos jovens para consumir vídeo, mesmo em cenários que, em um primeiro momento, não possibilitariam formas de consumos para além da televisão.

Acreditamos que estas situações, por serem pontuais – se comparadas aos demais exemplos de assistência –, não ficam visíveis em um nível descritivo inicial, tampouco ao observarmos apenas seu valor percentual em relação ao total de cartões preenchidos. Por esse motivo, o uso dos pesos nos permitiu ranquear as práticas de assistência relatadas de acordo com o nível de esforço empreendido pelo participante para viabilizar uma situação de assistência, sendo para isso necessário interpolar as variáveis anteriormente citadas e verificar como uma interfere na outra.

Na Tabela 43, é possível verificar os pesos atribuídos para cada tipo de situação de assistência, sendo as células em cinza relativas às situações que ocorreram diretamente nesta pesquisa.

Tabela 43 – Pesos atribuídos às interseções entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo

			Formas de Seleção de Conteúdo				
			1 <i>Fluxo pré-programado</i>	2 <i>Timeline/Stories</i>	3 <i>Recomendação/Notificação</i>	4 <i>Busca direta</i>	5 <i>Acesso a conteúdo pessoal</i>
			Peso 1	Peso 1,25	Peso 1,5	Peso 1,75	Peso 2
Condições de Assistência	1 <i>Existente</i>	Peso 1	$1 \times 1 = 1$	$1 \times 1,25 = 1,25$	$1 \times 1,5 = 1,5$	$1 \times 1,75 = 1,75$	$1 \times 2 = 2$
	2 <i>Parcialmente criada</i>	Peso 1,5	$1,5 \times 1 = 1,5$	$1,5 \times 1,25 = 1,875$	$1,5 \times 1,5 = 2,25$	$1,5 \times 1,75 = 2,625$	$1,5 \times 2 = 3$
	3 <i>Criada</i>	Peso 2	$2 \times 1 = 2$	$2 \times 1,25 = 2,5$	$2 \times 1,5 = 3$	$2 \times 1,75 = 3,5$	$2 \times 2 = 4$

Fonte: Criada pela autora.

A partir da aplicação dos pesos matemáticos nós calculamos os novos valores percentuais de cada interseção de (Condição de Assistência X Forma de Seleção de Conteúdo). Para isso multiplicamos o percentual de cada interseção das duas variáveis pelos pesos matemáticos já multiplicados entre si, conforme destacados na Tabela 43. Por exemplo, para a interseção da Condição de Assistência parcialmente criadas X Forma de Seleção de Conteúdo tipo 2 (Timeline/Stories), o peso atribuído (1,875) foi multiplicado pelo percentual (3%) de ocorrência dessa interseção, gerando um valor percentual atualizado (5,7%). O mesmo foi feito com os valores percentuais de todas as demais interseções que ocorreram no perfil dos jovens.

Na Tabela 44, é possível verificar o resultado da aplicação dos pesos matemáticos nos dados de Edson.

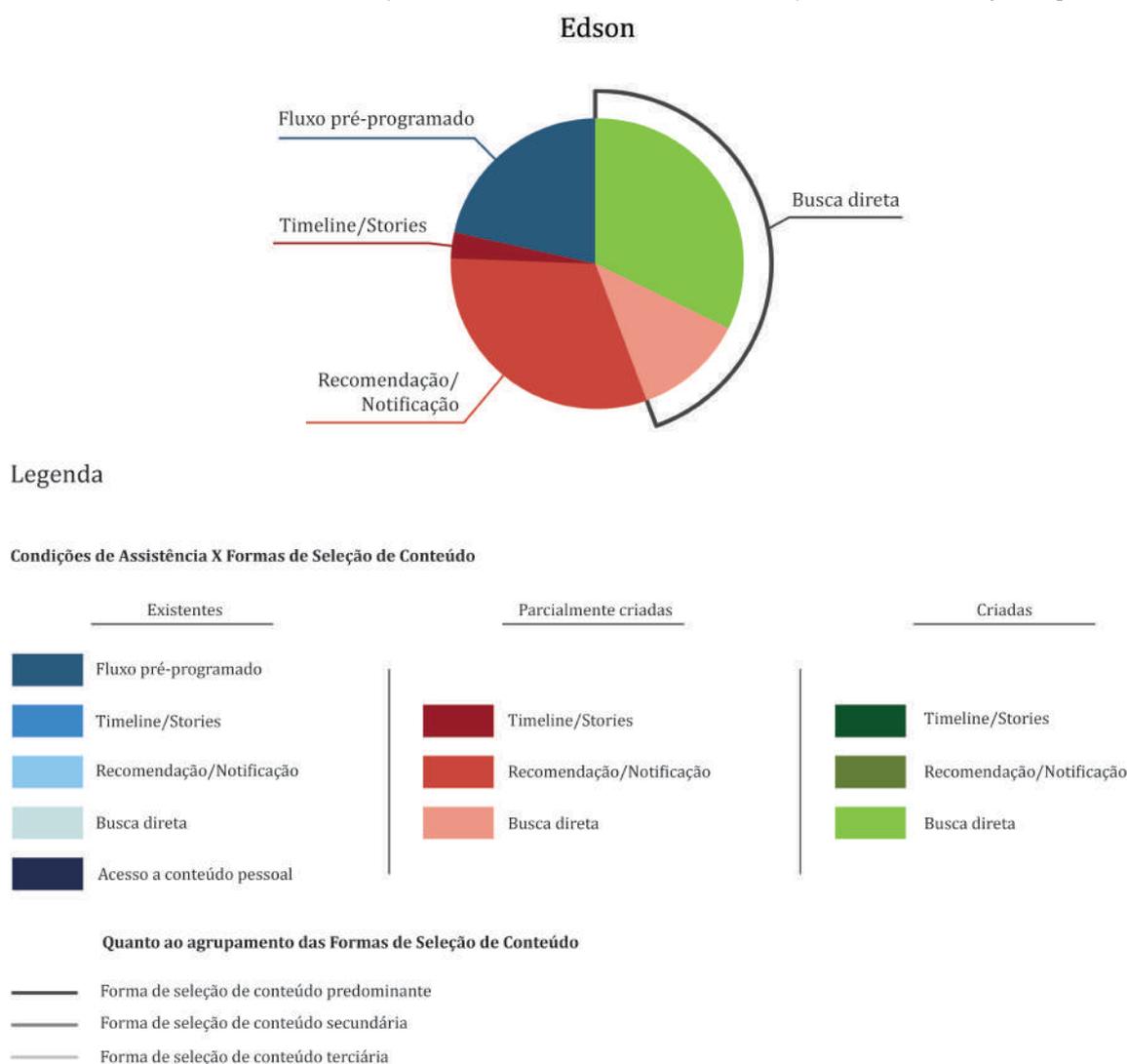
Tabela 44 – Pesos atribuídos às interseções entre Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson)

			Formas de Seleção de Conteúdo					TOTAL
			1 <i>Fluxo pré-programado</i>	2 <i>Timeline/Stories</i>	3 <i>Recomendação/Notificação</i>	4 <i>Busca direta</i>	5 <i>Acesso a conteúdo pessoal</i>	
Edson (n = 33 cartões)			Peso 1	Peso 1,25	Peso 1,5	Peso 1,75	Peso 2	
			%	%	%	%	%	%
Condições de Assistência	1 <i>Existente</i>	Peso 1	42,4	*	*	*	*	42,4
	2 <i>Parcialmente criada</i>	Peso 1,5	*	5,7	61,4	23,9	*	90,9
	3 <i>Criada</i>	Peso 2	*	*	*	63,6	*	63,6
TOTAL			42,4	5,7	61,4	87,5	*	197,0

Fonte: Criada pela autora.

A partir da segunda tabela, e dos novos valores percentuais por tipo de situação, foi possível gerar gráficos individuais por participantes, conforme exemplificamos no Gráfico 7, também relativo a Edson. Para facilitar a leitura dos gráficos, estabelecemos cores para cada tipo de interseção entre condições de assistência X forma de seleção de conteúdo, conforme legenda.

Gráfico 7 – Cruzamento das Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo (Exemplo Edson)²²⁵



Fonte: Criada pela autora.

Como observamos, o Gráfico 7 está dividido em cinco fatias, cada uma representando as células destacadas em cinza nas Tabelas 42 e 44. Isso revela as cinco

²²⁵ As cores presentes na legenda foram atribuídas apenas às situações registradas durante a pesquisa. Potencialmente podem ser identificados casos como, por exemplo: Condições de Assistência Parcialmente Criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 1 (fluxo pré-programado); Condições de Assistência Criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 5 (Acesso a conteúdo pessoal).

interseções diferentes que foram identificadas. Essas são resultado do cruzamento das Condições de Assistência X Forma de Seleção de Conteúdo, sendo:

- (i) Em azul escuro = Condições de Assistência existentes X Forma de Seleção de Conteúdo 1 (Fluxo pré-programado);
- (ii) Em vermelho escuro = Condições de Assistência parcialmente criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 2 (Timeline/Stories);
- (iii) Em vermelho = Condições de Assistência parcialmente criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 3 (Recomendação/Notificação);
- (iv) Em laranja = Condições de Assistência parcialmente criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 4 (Busca direta);
- (v) Em verde = Condições de Assistência criadas X Forma de Seleção de Conteúdo 4 (Acesso a conteúdo pessoal).

Identificadas as fatias do gráfico, vale notar que dois tipos de condições de assistência foram acionados para uma mesma forma de seleção de conteúdo. Sendo esta a de tipo 4 (busca direta) viabilizada tanto por condições de assistência criadas (verde) quanto por parcialmente criadas (laranja). Por esse motivo, a referência a elas é feita em conjunto e indicada pelo arco externo que contorna parcialmente o gráfico pelo lado direito.

Desse modo, a partir de um recurso quantitativo simples, foi possível verificar em perspectiva como os participantes viabilizam suas situações de assistência, e a partir dos resultados dessa operação classificá-los nos níveis de uso de mídia estabelecidos, conforme detalhamento a seguir.

11.2 Níveis identificados

Com base nos procedimentos acima descritos, foram identificados cinco níveis de uso de mídia. Além dos aspectos subjetivos que compõem cada nível, a seguir, detalhamos os requisitos quantitativos para categorização dos participantes estes com base nos percentuais alcançados em cada interseção entre condições de assistência e formas de seleção de conteúdo, após aplicação dos pesos matemáticos.

- **Nível 1: Assistência linear na TV**

Consumo de vídeos diretamente na televisão, independentemente das condições de assistência que dispõem. Os jovens com este nível têm conhecimento inicial sobre o uso de tecnologias digitais para o consumo de vídeos, e seus *repertórios de mídia* estão diretamente relacionados ao que veem na televisão, meio com o qual

eles nutrem uma relação de envolvimento alto. O nível de capital/competências acumulado é baixo já que o participante teve pouco contato com outras tecnologias, restringindo-se ao uso da televisão, equipamento que nunca exigiu treinamento específico, o que justifica, segundo Williams (2016), o fato da TV ter se tornado uma das mais importantes tecnologias da vida moderna. Assim, ainda que o conhecimento sobre o *fluxo de canal* (JENSEN, 1995) seja evidente, a capacidade técnica implicada no uso da tecnologia está praticamente restrita ao manuseio do controle remoto para transitar entre os canais disponíveis seja em circuito aberto ou a cabo.

Para integrar esse nível, o participante precisa atingir percentual igual 60%, ou maior, de assistências apenas via forma de seleção de conteúdo tipo 1 (fluxo pré-programado), e usando somente condições existentes.

- **Nível 2: Assistência linear na TV e ocasionalmente sob demanda em outros dispositivos**

Assistência de vídeos predominantemente na televisão e eventual seleção de conteúdos sob demanda em outros dispositivos, a partir de fontes de conteúdo que variam de plataformas de vídeos online a DVDs e gerenciadores de *download* ilegais. Apesar de acumularem um *repertório de mídia* superior ao do nível anterior e terem mais conhecimento do uso de tecnologias digitais para o consumo de vídeos, os jovens com este nível demonstram certa dependência da grade televisiva linear, e assim regulam suas atividades diárias para assistir aos programas que gostam nos horários estabelecidos pelas emissoras. Nesse nível, o participante dispõe de competências para uso de equipamentos como DVD e smartphone, para além da televisão. Competências que incluem a capacidade dos participantes de criarem (mesmo que parcialmente) as condições de assistência para viabilizar o consumo de vídeos, por não disporem de recursos em seus contextos ou no local onde a assistência ocorreu.

Para integrar esse nível, o participante precisa atingir percentual igual 60% ou maior de assistências via forma de seleção de conteúdo tipo 1 (fluxo pré-programado), mas que eventualmente realizaram outras formas de seleção de conteúdo, criando ou não as condições de assistência, mesmo que parcialmente.

- **Nível 3: Assistência parcial de forma linear na TV e sob demanda em outros dispositivos**

A assistência de vídeos ocorre tanto na TV quanto a partir de outros dispositivos. Neste nível, os jovens demonstram *repertório de mídia* superior aos dos níveis

anteriores e se reconhecem como não mais dependentes da grade televisiva linear para assistência de vídeos. Ainda que com maior capital acumulado no que tange ao uso da TV e conhecimento de seus conteúdos, neste nível os participantes demonstram maior domínio sobre o uso de tecnologias digitais, e têm autonomia para buscar conteúdos, que dividem atenção com os programas *televisivos*. As competências, como no nível anterior, implicam conhecimento sobre como criar (mesmo que parcialmente) as condições de assistência por não disporem de recursos em seus contextos ou no local onde a assistência ocorre.

Para integrar esse nível, o participante precisa atingir percentual entre 50% e 59% de assistências via forma de seleção de conteúdo tipo 1 (fluxo pré-programado), mas que realizam frequentemente outras formas de seleção de conteúdo, criando ou não as condições de assistência, mesmo que parcialmente.

- **Nível 4: Assistência sob demanda em outros dispositivos e ocasionalmente de forma linear na TV**

Assistência de vídeos predominantemente em outros dispositivos e eventualmente diretamente na televisão, seja aberta ou a cabo. Neste nível, os sujeitos tem interesse por conteúdos *televisivos*, mas preferencialmente assistem a vídeos em plataformas online e/ou outros recursos, empreendendo variadas formas de seleção de conteúdo, incluindo os advindos da grade televisiva mas assistidos sob demanda. Neste nível, os jovens demonstram *repertório de mídia* superior aos dos níveis anteriores e se consideram totalmente independentes da grade televisiva linear. Isso porque eles atendem a todas as suas preferências na internet via assinatura de canais/fanpages ou mesmo buscando os vídeos diretamente, exceto em casos de programas *televisivos* favoritos. Por serem transmitidos ao vivo (como partidas de futebol e realities show), os programas proporcionam experiências de consumo únicas, que integram espectadores de forma presencial e virtual. Nesse nível, estão os participantes com hábitos de comentar e compartilhar informações sobre o que assistem, de forma presencial ou via plataformas online, a partir das quais interagem socialmente com outras audiências. Isso demonstra capacidade de gerenciamento dos recursos tecnológicos disponíveis, incluindo os acionados em situações em que criam (mesmo que parcialmente) as condições de assistência.

Para integrar esse nível, o participante precisa atingir percentual igual 60% ou maior de assistências via uma das formas de seleção de conteúdo dos tipos 2 a 5 (Timeline/Stories; Recomendação/Notificação; Busca direta; Acesso a conteúdo

peçoal), podendo ser somatória dos percentuais das diferentes condições de assistência.

- **Nível 5: Assistência sob demanda em outros dispositivos**

Assistência de vídeos sob demanda em outros dispositivos sendo raros ou inexistentes os momentos de uso da televisão. Os sujeitos categorizados neste nível acionam todas as formas de seleção de conteúdo sendo a menos predominante a com base em fluxos pré-programados de conteúdo, já que em alguns casos eles não utilizam mais o aparelho televisor. Neste nível, os sujeitos formaram seu *repertório de mídia* a partir da televisão, mas se desprenderam totalmente de sua grade de programação linear por terem estabelecido outras formas de consumo sob demanda, a partir do uso de outros recursos tecnológicos que atendem às suas preferências e se adequam melhor à rotina de atividades. Neste nível, os sujeitos têm envolvimento alto com o consumo de vídeos e, além de assistirem a uma quantidade significativa de conteúdos, buscam informações sobre o mercado de produção audiovisual e, inclusive, conhecem técnicas de edição e produção de conteúdos próprios. As competências aqui transcendem o conhecimento sobre o uso de recursos midiáticos variados e implicam noções de gerenciamento e uso simultâneo dos aparatos (SCOLARI, 2018), como mais de uma tela, além de explorar recursos das plataformas digitais para montar suas próprias grades de conteúdo.

Para integrar esse nível, o participante precisa atingir percentual igual 60% ou maior de assistências via duas ou mais formas de seleção de conteúdo dos tipos de 2 a 5, podendo ser somatória dos percentuais das diferentes condições de assistência.

A partir do detalhamento de cada nível, a proposta foi sintetizar em uma única categoria aspectos relativos ao perfil dos participantes, sem, porém, descontextualizá-los das condições de assistência que dispõem e levando em consideração como geralmente articulam as pluridimensões para o consumo de vídeo e quais suas competências de uso de mídia.

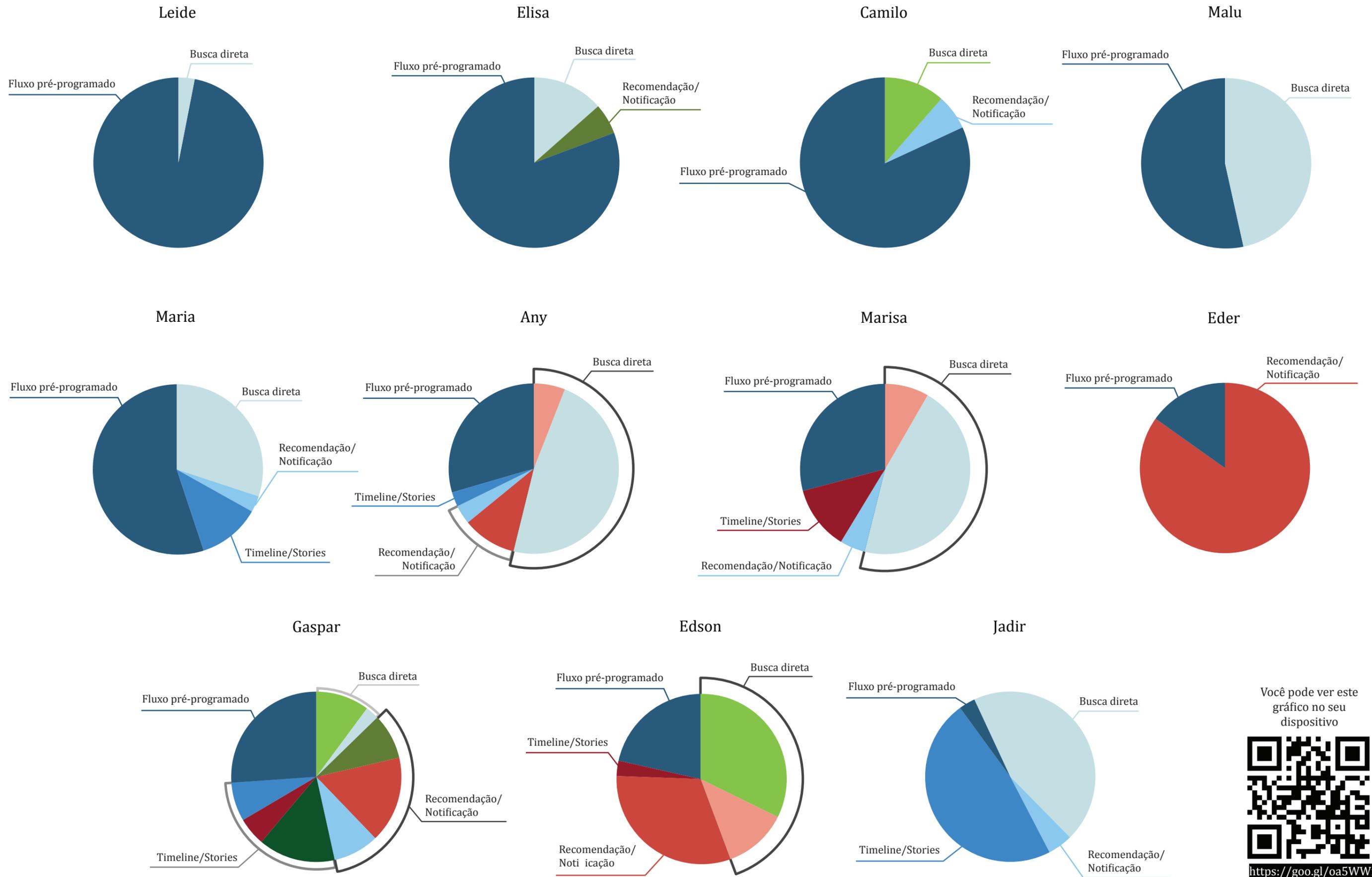
A proposta de caracterizar os níveis de uso de mídia dos participantes foi de evitar os riscos de uma análise “determinista”, pressupondo que os jovens que não dispõem de tecnologia e acesso à internet têm práticas de assistência limitadas se comparadas aos dos participantes que dispõem de tecnologia e internet.

Ainda que as limitações existam e que outros fatores devam ser considerados nesse tipo de análise, não podemos negligenciar os níveis de uso de mídia que jovens de Cametá, com menos condições de acesso, demonstraram ao assistirem vídeos, criando soluções para estarem online e fazerem usos compartilhados de dispositivos. Tampouco deixar de reconhecer que alguns dos jovens de Tavares, mesmo com condições existentes e favoráveis para o acesso, empreendem em sua maioria formas tradicionais de seleção dos vídeos que assistem.

Apesar de potencialmente haver outros níveis de uso de mídia para além dos citados, optamos por caracterizar apenas os que emergiram dos dados construídos nesta pesquisa, e que nos permitem visualizar os participantes em perspectiva, conforme detalhamos a seguir.

11.3 Níveis de uso de mídia entre os participantes de Cametá

Para apresentar os dados relativos aos níveis de uso de mídia dos jovens de Cametá, elaboramos o Gráfico 8, no qual é possível verificar em perspectiva a interseção entre condições de assistência e formas de seleção de conteúdo presente no perfil de cada participante.



Você pode ver este gráfico no seu dispositivo

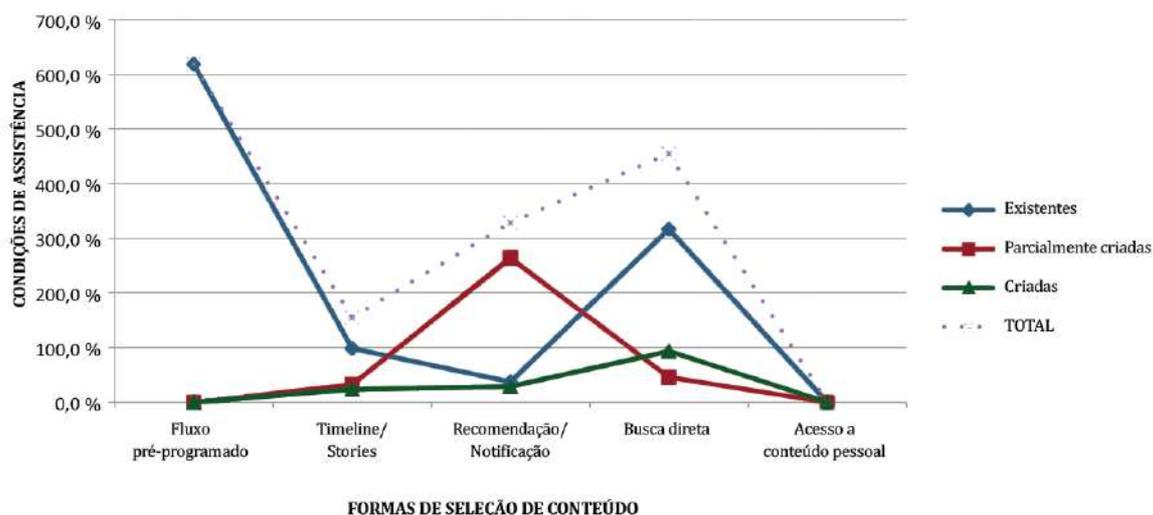
<https://goo.gl/oa5WWf>

De modo geral, todos os participantes empreenderam pelo menos duas formas diferentes de seleção de conteúdo. Na primeira linha do conjunto de gráficos, todos os jovens assistiram vídeos apenas a partir de condições existentes (tons de azul), exceto por Elisa e Camilo, que também criaram as condições de assistência. No caso de Elisa isso se deu exclusivamente para viabilizar a visualização de um vídeo recomendado no celular da irmã. Já Camilo realizou buscas diretas de conteúdo e também criou condições para assistir vídeos recomendados. Em ambos os casos, porém, os números de situações criadas (tons de verde) ou parcialmente criadas (tons de vermelho) não ultrapassam as assistências realizadas, a partir de condições existentes, de conteúdos que estavam passando no fluxo pré-programado da TV, sendo esta a única forma de seleção de conteúdo empreendida por Leide (1º gráfico, 1ª linha do Gráfico 8).

Incluindo Elisa e Camilo, no total sete participantes de Cametá empreenderam esforços para viabilizar as condições de assistência para o consumo de vídeo. Any e Marisa (2ª linha do Gráfico 8), por exemplo, a partir de condições parcialmente criadas assistiram conteúdos recomendados ou que buscaram diretamente. Para ambas as jovens a busca direta por conteúdos se configurou como a forma de seleção de vídeo mais comum, entretanto a maioria foi viabilizada a partir de condições existentes especialmente no ambiente de trabalho das jovens. O mesmo ocorreu com Jadir (3ª linha), que trabalha no mesmo local e assistiu mais vídeos que buscou diretamente ou que circulavam na timeline de sites de redes sociais. Diferentemente de Jadir, Any e Marisa ainda tiveram percentual significativo de assistências de conteúdos de forma linear na televisão.

No caso de Eder (2ª linha), Edson e Gaspar (3ª linha), as situações em que criaram as condições de assistência superam os casos de uso dos recursos existentes. Já para Gaspar e Eder a assistência em condições parcialmente criadas foi mais comum e voltada para vídeos recomendados ou enviados diretamente para eles por meio de aplicativos como *WhatsApp*. Gaspar também teve um percentual alto de situações criadas, mas nesses casos as formas de seleção foram de conteúdos que estavam passando na timeline e em seguida os que buscou diretamente. Apesar do interesse de criar as condições de assistência, tanto Gaspar quanto Edson registraram percentuais altos de assistência de conteúdos que passavam na TV, estes, porém, inferiores aos das outras formas de seleção de conteúdo.

No Gráfico 9, podemos visualizar um panorama geral de como os jovens de Cametá associaram as condições de assistência e cada forma de seleção de conteúdo, resultado do cruzamento das duas variáveis anteriormente detalhadas.

Gráfico 9 – Condições de Assistência X Formas de seleção de conteúdo: panorama geral Cametá²²⁶

Fonte: Criada pela autora.

Assim como verificamos nos gráficos individuais, no Gráfico 9 há uma predominância das condições existentes (linha azul que atravessa horizontalmente o gráfico de ponta a ponta), estão presentes nas situações de assistência orientadas por diferentes formas de seleção de conteúdo, exceto via acesso a conteúdo pessoal pelo participante.

As condições de assistência parcialmente criadas e criadas se sobressaem em apenas duas formas de seleção de conteúdo, relativas às assistências por recomendações/notificações e buscas diretas. Entretanto, em nenhum dos casos o percentual ultrapassa o de assistências via condições existentes.

Especificamente sobre as formas de seleção dos vídeos, o destaque foi para os que passavam em fluxos pré-programados, conforme linha roxa pontilhada, relativa ao total de casos registrados em Cametá. Em seguida, apareceram as situações de assistência de vídeos buscados diretamente em plataformas online como o *YouTube* ou por meio de DVDs. Na maior parte dos casos, estes foram viabilizados por condições existentes, mas também criadas e parcialmente criadas.

Com percentual ligeiramente menor, estão as situações em que os jovens selecionaram conteúdos via recomendação/notificação, esta viabilizada predominantemente por condições parcialmente criadas (pico da linha vermelha no Gráfico 9), mas também via condições criadas e existentes.

²²⁶ Os valores expressos no eixo vertical do gráfico (Condições de assistência) correspondem à soma dos percentuais obtidos por todos os participantes na variável do eixo horizontal (Forma de seleção de conteúdo).

É necessário notar que os casos de criação das condições de assistência de vídeos ocorreram para viabilizar formas de seleção de conteúdo dos tipos 2, 3 e 4. Nenhum caso de acesso à conteúdo pessoal produzido pelo próprio participante foi registrado em Cametá, nem mesmo a partir de condições existentes.

Ainda analisando o Gráfico 9, verificamos que ao somarmos os percentuais das formas de seleção de conteúdo dos tipos 2, 3 e 4 em todas as condições de assistência, estas ultrapassam o percentual de situações de consumo via televisão. Esse aspecto nos remete ao fato dos jovens de Cametá, mesmo que ainda muito envolvidos com a grade televisiva linear, quando estabelecem formas para selecionar os conteúdos fora da TV, geralmente criam as condições de assistência (ainda que parcialmente), por não necessariamente disporem de recursos em seus contextos. Exatamente por demandarem esforços relativamente maiores do que os que assistem a partir de condições existentes, essas situações receberam pontuações maiores, conforme detalhamento nas Tabelas 43 e 44. Notamos que, quando assistem algo fora da TV, os participantes de Cametá costumam buscar diretamente os vídeos ao invés de seguirem recomendações das plataformas online ou assistirem vídeos na timeline de sites de redes sociais, formas de seleção que com pesos inferiores aos atribuídos às buscas diretas por conteúdo.

Especificamente sobre a forma de seleção de conteúdo tipo 2 (Timeline/Stories), com o segundo menor percentual no Gráfico 9, este nos remete ao fato de o *Facebook* ser considerado, por alguns jovens de Cametá, uma rede social de fotos e não de vídeos, conforme relatos nas entrevistas. Como a maioria dos participantes tem conexão à internet apenas eventualmente, quando se conectam eles dedicam tempo para atualizações, para postarem fotos e/ou verem o que as pessoas conhecidas publicaram. Essas condições, portanto, não permitem que a maioria produza e tampouco publique vídeos, que naturalmente exigem melhor conexão à internet tanto para *upload* quando para serem assistidos.

Diante desses achados, podemos compreender melhor as informações apresentadas no primeiro nível de análise e identificar os níveis de uso de mídia dos jovens de Cametá, conforme Tabela 45.

Tabela 45 – Distribuição dos jovens de Cametá por níveis de uso de mídia

Nível de uso de mídia	Participantes
Nível 1	Leide
Nível 2	Camilo, Elisa, Maria e Malu
Nível 3	*
Nível 4	Any, Marisa, Eder e Gaspar ²²⁷
Nível 5	Edson e Jadir

Fonte: Criada pela autora.

Os jovens de Cametá pertencem a quatro dos cinco níveis de usos de mídia identificados. Apenas Leide foi classificada no nível 1, por ter menos *repertório de mídia* se comparada aos demais participantes da pesquisa, o que está relacionado ao fato dela ter tido pouquíssimo contato com outras tecnologias ao longo de sua trajetória, sendo a TV o centro desse contato e a principal fonte de suas preferências de consumo midiático.

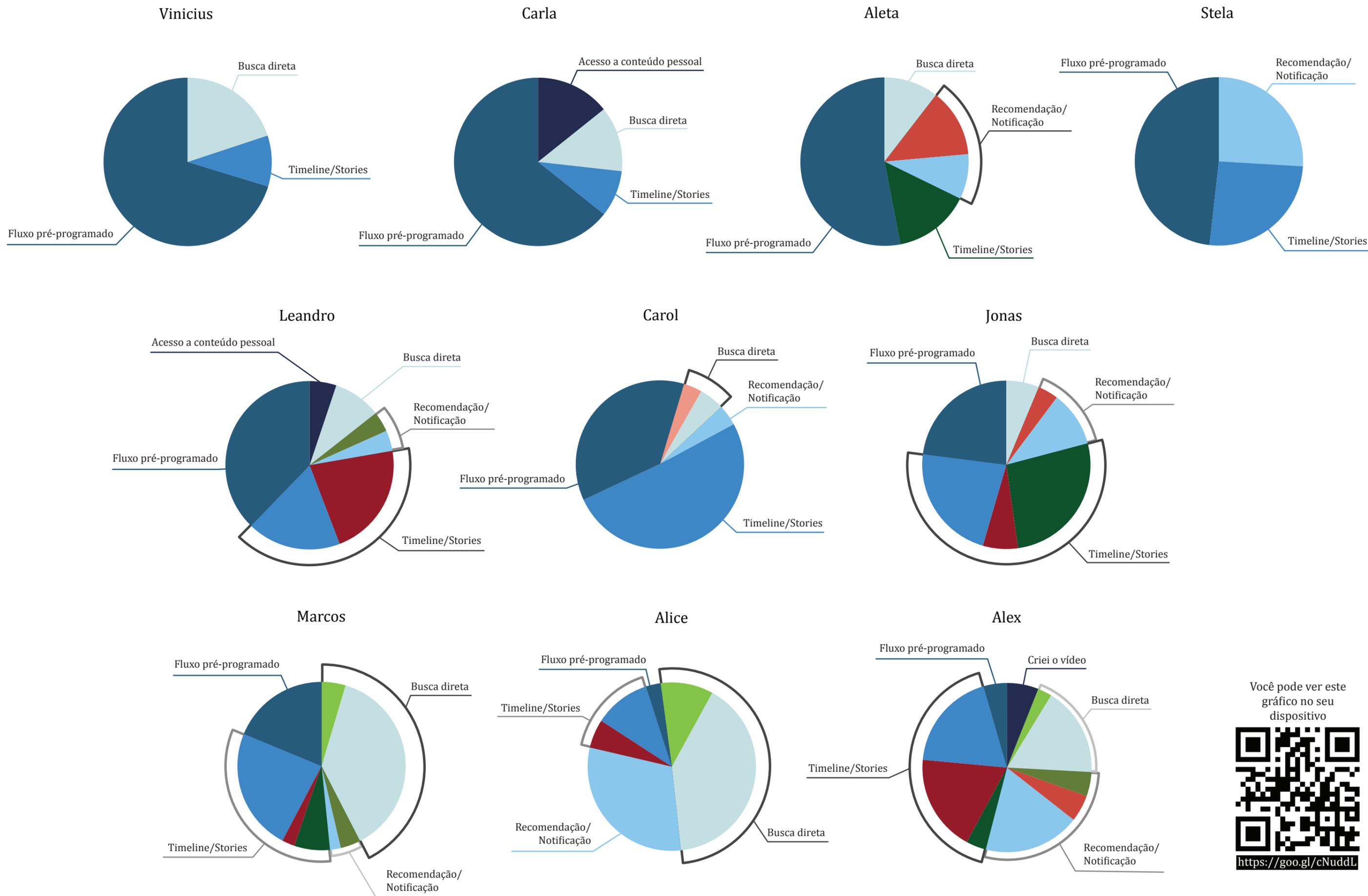
Nenhum dos participantes foi classificado no nível 3, o que revela que nenhum deles equilibra práticas de assistência “tradicionais” e as novas possibilidades de consumo. Ao contrário, os participantes do nível 1 e 2 dependem da grade televisiva linear para assistir vídeos, enquanto os dos níveis 4 e 5 estabeleceram outras formas de assistência e conseguem atender suas preferências (incluindo as da TV) de forma online porque criaram novos interesses a partir de ambientes online ou por raramente verem televisão.

Importante destacar que ainda que os dois jovens que alcançaram maior nível de uso de mídia (Edson e Jadir) residam no centro urbano de Cametá, este não foi fator determinante para eles contarem com condições existentes nos momentos de assistência, já que Edson precisou criar as situações para poder assistir ao que desejava, diferentemente de Jadir que dispunha de internet em casa e no trabalho.

11.4 Níveis de uso de mídia entre os participantes de Tavares

O consumo de vídeos a partir de condições existentes foi predominante entre os jovens de Tavares, conforme pode ser observado no conjunto de gráficos a seguir (Gráfico 10).

²²⁷ Apesar de não atingir o percentual previsto de assistência para integrar esse nível (60% ou mais das assistências via duas ou mais formas de seleção de 2 a 4) – já que alcançou apenas 55,4% –, optamos por classificar Gaspar como sendo de nível 4, considerando os aspectos subjetivos que caracterizam os participantes classificados nesse nível, tais como competências midiáticas (SCOLARI, 2018), *repertório de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013) bem como relatos sobre preferências individuais feitos durante as entrevistas.



Fonte: Criado pelo autora.

Você pode ver este gráfico no seu dispositivo

<https://goo.gl/cNuddL>

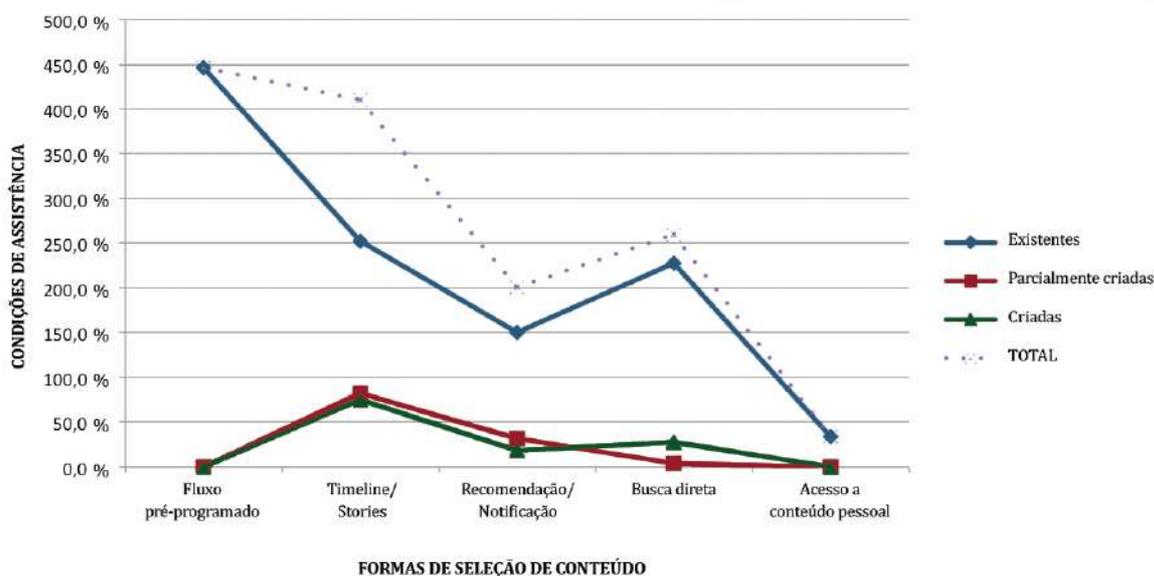
De modo geral, todos os jovens assistiram vídeos a partir de condições existentes (tons de azul) e nesse caso essa foi a condição majoritária em todos os gráficos individuais.

Vinicius, Carla e Stela (1ª linha) reportaram terem assistido vídeos apenas a partir de condições existentes e, na maioria destas, a forma de seleção de conteúdo foi via fluxos pré-programados de conteúdo, com destaque para a televisão. Apesar de terem uma relação estreita com os conteúdos *televisivos*, estes participantes também registraram pelo menos outras duas formas de escolher ao que assistem, incluindo a busca direta por vídeos de interesse (Vinicius e Carla) e o hábito de fazer gravações com o celular (Carla). Leandro (2ª linha) e Alex (3ª linha) também relataram ter acessado acervo pessoal de vídeos, destacados nos gráficos de ambos os jovens. Em todos os três casos, o acesso a conteúdos produzidos pelos próprios participantes se deu a partir de condições existentes, leia-se aparelhos smartphones próprios.

Sete jovens reportaram situações em que parcialmente criaram as condições de assistência (Leandro, Aleta, Marcos, Jonas, Alex, Alice e Carol). Estas foram usadas, em sua maioria, para viabilizar a assistência no smartphone de vídeos que estavam passando na timeline dos sites de redes sociais em que os participantes têm perfil (Jonas, Alice, Marcos, Alex e Leandro). Na sequência estão momentos de assistência por conta de notificações e/ou recomendações recebidas especificamente por Jonas, Alex, Carol e Aleta.

Os casos de condições criadas, identificados no perfil de seis jovens (Leandro, Aleta, Marcos, Jonas, Alex e Alice), também estão associados a diferentes formas de seleção de conteúdo, com destaque aos que passavam na timeline. Vale ressaltar que os jovens Alice, Aleta, Leandro e Jonas criaram condições de assistência para viabilizar apenas um tipo de seleção de conteúdo. Já Marcos e Alex criaram condições para viabilizar três tipos diferentes de seleção: vídeos que passavam na timeline/stories, que foram recomendados/enviados ou ainda os que buscaram diretamente.

No Gráfico 11, podemos visualizar o percentual de condições de assistência que basearam cada forma de seleção de conteúdo entre os jovens de Tavares.

Gráfico 11 – Condições de Assistência X Formas de Seleção de Conteúdo: panorama geral Tavares

Fonte: Criada pela autora.

Assim como verificamos nos gráficos individuais, no Gráfico 11 há uma predominância das condições existentes (linha azul), presentes nas situações de assistência orientadas por diferentes formas de seleção de conteúdo, incluindo a de criação de vídeo.

Em relação à forma de seleção de conteúdo, tal como em Cametá, no cômputo geral a mais comum foi a de assistir ao que passava em um fluxo pré-programado (ver linha roxa pontilhada do Gráfico 11). Em todos os casos isso foi viabilizado a partir de condições existentes e via aparelho de televisão, exceto no caso de Alex, que não assistiu nenhum vídeo na TV, mas acompanhou conteúdos exibidos na sala aula do curso de idiomas.

Com percentual ligeiramente menor apareceram as situações em que os jovens assistiram ao que passava na Timeline/Stories de sites de redes sociais, com destaque para *Instagram* e do aplicativo *WhatsApp*. Estas foram viabilizadas majoritariamente por condições existentes, mas foi a forma de seleção de conteúdo que mais motivou os participantes a criarem as condições de assistência, ainda que parcialmente. Em seguida estão as situações em que os jovens buscaram os vídeos diretamente, indo de assistência via DVDs até pesquisas em plataformas online como *YouTube* e gerenciadores ilegais de downloads de arquivos. Nesses casos, as situações foram viabilizadas tanto a partir de condições existentes quanto criadas ou parcialmente criadas. Importante destacar, apesar do percentual baixo, os conteúdos assistidos que

foram criados pelos próprios participantes (Alex, Carla e Leandro) ou por pessoas conhecidas e de seus círculos de relação.

Apesar do destaque da assistência via fluxo pré-programado, ao somarmos os percentuais das formas de seleção de conteúdo dos tipos 2, 3 e 4 verificamos que estas correspondem a quase duas vezes o que foi assistido na televisão pelos jovens de Tavares. Este aspecto remete a um achado do primeiro nível de análise, no que tange ao tipo de conteúdo assistido, sendo mais sob demanda do que ao vivo, bem como ao fato da tela mais usada entre os participantes ter sido o smartphone, ainda que com percentual próximo ao alcançado pela televisão.

Quanto aos níveis de uso de mídia dos jovens de Tavares, na Tabela 46, apresentamos a distribuição dos participantes:

Tabela 46 – Distribuição dos jovens de Tavares por nível de uso de mídia

Nível de uso de mídia	Participantes
Nível 1	*
Nível 2	Vinicius, Aleta e Carla
Nível 3	Leandro e Stela
Nível 4	Alice, Jonas, Carol e Marcos
Nível 5	Alex

Fonte: Criada pela autora.

Nenhum jovem de Tavares foi classificado no nível 1, demonstrando que todos os participantes têm práticas de consumo que vão além da grade televisiva linear. No caso de Vinicius, Aleta e Carla, ainda que todos disponham de condições de assistência bastante favoráveis, por preferências individuais foram classificados como pertencentes ao nível 2, já que assistem mais TV e apenas esporadicamente buscam vídeos na internet e/ou acompanham os que circulam na timeline de sites de redes sociais, ou via notificação/recomendações de plataformas como *Netflix* e *YouTube*.

Stela e Leandro, únicos representantes do nível 3, apresentam práticas de consumo que equilibram fontes online e offline. Em ambos os casos, ainda que o interesse pelos conteúdos *televisivos* seja forte, ambos comentaram na entrevista que caso tivessem acesso à internet do tipo Wi-Fi em casa assistiriam a mais vídeos online por ambos terem o hábito de buscar conteúdos, o que atualmente fazem via internet móvel em seus smartphones.

Quanto aos participantes do nível 4, vale ressaltar que no caso de Alice e Carol, ambas reportaram nunca terem sido ligadas à grade televisiva e desde muito cedo terem tido contato com tecnologias digitais. No caso de Carol, Marcos e Jonas, a TV faz parte de suas rotinas em casa, geralmente envolvendo momentos de encontro da família e/ou realização de atividades domésticas enquanto a televisão está ligada. As preferências por conteúdo, porém, estão fora da TV, e a maioria dos vídeos é assistida online via smartphone e/ou notebook, com destaque para o acompanhamento diário de stories/status. Nesse ponto é interessante notar que ainda que tenham práticas independentes da grade de TV, Carol e Jonas tem uma forte ligação com um outro tipo de grade, essa ofertada por sites de redes sociais, nos quais os jovens assistem a todo instante conteúdos que circulam pelas timelines e via stories. Trata-se de uma assistência online mas com um encadeamento de conteúdos, do qual o jovem tem relativo controle e que demanda baixo nível de investimento na seleção do que vê.

Já Marcos e Alice tiveram como principal forma de seleção de conteúdo a busca direta em plataformas online, demonstrando maior autonomia de grades pré-estabelecidas de conteúdo, tanto ofertada pela TV quanto por sites de redes sociais.

Diferentemente dos demais jovens, Alex, com nível de uso de mídia 5, explora todos os tipos de seleção de conteúdo, menos o de assistência na TV. Dentre as formas de seleção, porém, se destacam as grades/*watchlists* de vídeos de redes sociais, seja assistindo o que passa na timeline (com destaque para stories/status e vídeos em grupo fechado no *Facebook*), seja nos canais que assina no *YouTube*, pelos quais é notificado sobre novas postagens, ou ainda seguindo recomendações da *Netflix*.

A forma de seleção de conteúdo em que Alex busca diretamente o que deseja assistir foi a terceira mais comum, o que demonstra a existência de uma rotina diária de acompanhamento de conteúdos, tal como os jovens que assistem TV fazem, mas no seu caso essas são plataformas online, especialmente *YouTube* e *Instagram*. É interessante destacar que pelo horário de alguns casos de assistência relatados no diário do jovem, foi possível verificar que ele chegou a assistir vídeos do *YouTube* quase que imediatamente após o conteúdo ter sido publicado no canal, resultado direto de uma notificação da plataforma.

A título de ilustração, destacamos o relato de Alex a respeito de como suas práticas de consumo de vídeo se alteraram e como o *YouTube* se tornou sua “nova televisão”.

quando eu saí de casa, eu não tinha tempo pra assistir televisão. Porque vida de universitário é aquela questão. Meu curso era integral, então eu saía de manhã e chegava à noite, e não dava tempo pra mim assistir alguma coisa na TV. Raramente eu assistia algum filme. Eu não assistia. Sentava na frente da TV e

dormia. E o que me fez mudar tudo isso, foi a questão de, ó, vamos tentar ver coisas no *YouTube*. E eu fui vendo os conteúdos, foi quando começou a surgir os *youtubers*, aí eu disse “olha, legal. Dá pra mim ir acompanhando”. Aí as TVs começaram a postar conteúdo no *YouTube*, “hmm, bom saber”. Então tipo, ah, **não preciso ficar congelado na frente da TV, porque eu sei que daqui umas horas, eu vou conseguir ver esse conteúdo na tela do meu celular ou na tela do meu computador**. E pra mim, a TV perdeu a importância. Tanto que agora, lá na casa que eu vou alugar, tem uma TV e a moça “não, mas tu pode desbloquear os canais”, “não, não, eu já vou procurar um conversor de HDMI, que eu vou plugar meu computador nessa TV e vou assistir”, né? (ALEX, 2018, grifo nosso).

11.5 Níveis de uso de mídia e competências midiáticas

Na Tabela 47, apresentamos a distribuição dos 21 participantes da pesquisa a partir dos níveis de uso de mídia identificados.

Tabela 47 – Distribuição dos jovens de Cametá por níveis de uso de mídia

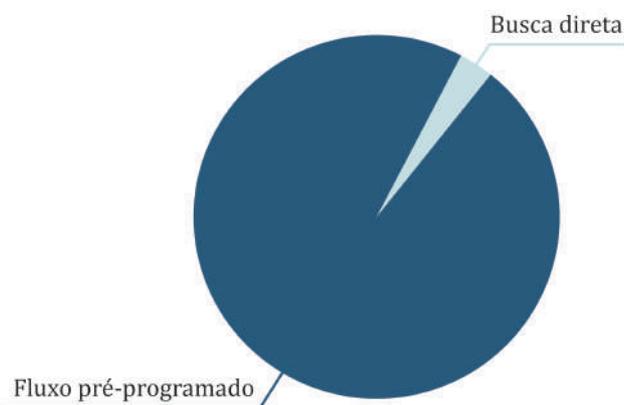
Nível de uso de mídia	Cametá	Tavares
Nível 1	Leide	*
Nível 2	Camilo, Elisa, Maria e Malu	Vinicius, Aleta e Carla
Nível 3	*	Leandro e Stela
Nível 4	Any, Marisa, Eder e Gaspar	Alice, Jonas, Carol e Marcos
Nível 5	Edson e Jadir	Alex

Fonte: Criada pela autora.

Os níveis 1 e 3 tiveram ocorrências isoladas, respectivamente em Cametá, a partir de Leide, e em Tavares, a partir de Leandro e Stela.

Especificamente no caso de Leide (Gráfico 12), podemos observar que a jovem só assistiu a conteúdos a partir de condições de assistência, sendo uma pequena parcela em que buscou conteúdo diretamente, nesse caso assistido via DVD.

Gráfico 12 – Participante com nível de uso de mídia 1
Leide

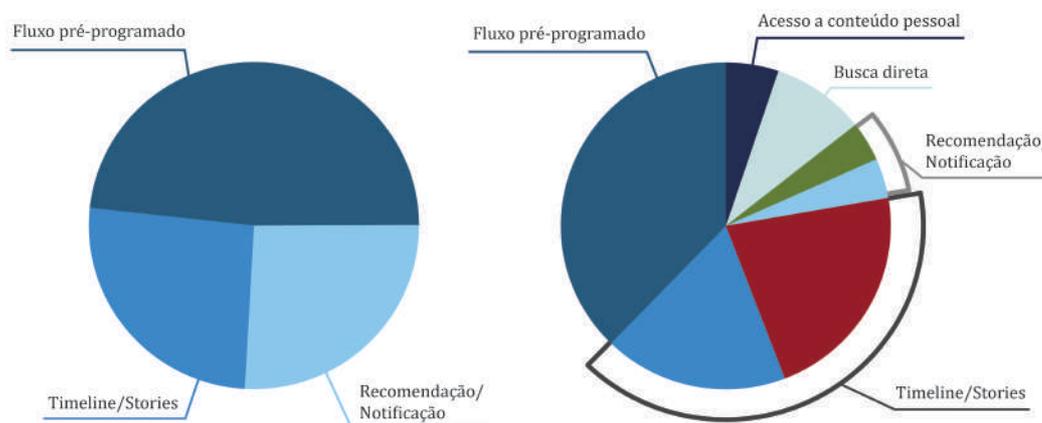


Fonte: Criada pela autora.

Como previsto no nível a que a jovem pertence, as práticas de consumo de vídeo estão limitadas às interações com fluxos de conteúdo prontos nos quais os sujeitos não têm nenhum poder de interferência, sendo apenas possível escolher qual o canal e o que dele assistir. Leide, portanto, é totalmente dependente da grade televisiva linear e, a partir do repertório acumulado, ela transita pelo *fluxo de canal* (channel flow) disponível em circuito aberto e canais a cabo (acessados de forma ilegal) e estabelece seu próprio fluxo, que remete ao *fluxo de telespectador* (viewer flow) identificado por Jensen (1995) como parte integrante do *super-fluxo*.

Stela e Leandro (Gráfico 13), pertencentes ao nível 3, também tem suas práticas predominantemente viabilizadas por condições de assistência existentes, com destaque para o uso da TV de casa e do smartphone com internet móvel de que ambos dispõem, sendo este o dispositivo a partir do qual eles diversificam e complementam seu consumo de vídeo para além do que advém do fluxo pré-programado da televisão.

Gráfico 13 – Participantes com nível de uso de mídia 3
Stela Leandro



Fonte: Criada pela autora.

Ambos os gráficos evidenciam o equilíbrio mantido pelos jovens no que tange às práticas de assistência que se dão diretamente na TV e em plataformas online. Importante notar que mesmo quando empreendem formas de seleção de conteúdo que vão além da grade televisiva linear, a segunda prática mais expressiva foi a assistência de vídeos na timeline de sites de redes sociais, plataformas que como destacaram alguns autores (SHIELDS, 2015; SLOANE, 2015; REIN & VENTURINI, 2018), também oferecem grades de conteúdo previamente estruturadas de acordo com as seleções/preferências dos usuários. Desse modo, ainda que transitem por outras fontes de conteúdo para além da televisão, Stela e Leandro tem práticas de consumo majoritariamente relacionadas a fluxos pré-programados conteúdo, estruturados pelos provedores e que, mesmo não ocorrendo diretamente na tela da TV, carregam a *mediacidad* da televisão (OROZCO GÓMEZ, 2010, 2014a) e sobretudo são ofertados aos sujeitos a partir de uma única operação, aspecto marcante do *fluxo televisivo* reconhecido por Williams (2016).

Oito dos 21 participantes foram classificados como pertencentes ao nível 4, sendo quatro de cada município. Isso significa dizer que estes assistem a maioria dos vídeos a partir de telas e/ou recursos outros que não a televisão, ainda que continuem interessados pelos conteúdos *televisivos*, também assistidos online por vários desses participantes. Ao observarmos os gráficos desse grupo de participantes (Gráfico 14) fica evidente o percentual, ainda que menor, de práticas de assistência do que passava na TV a partir de condições existentes, chegando a mais de 40% nos casos de Any e Marisa.

Gráfico 14 – Participantes com nível de uso de mídia 4

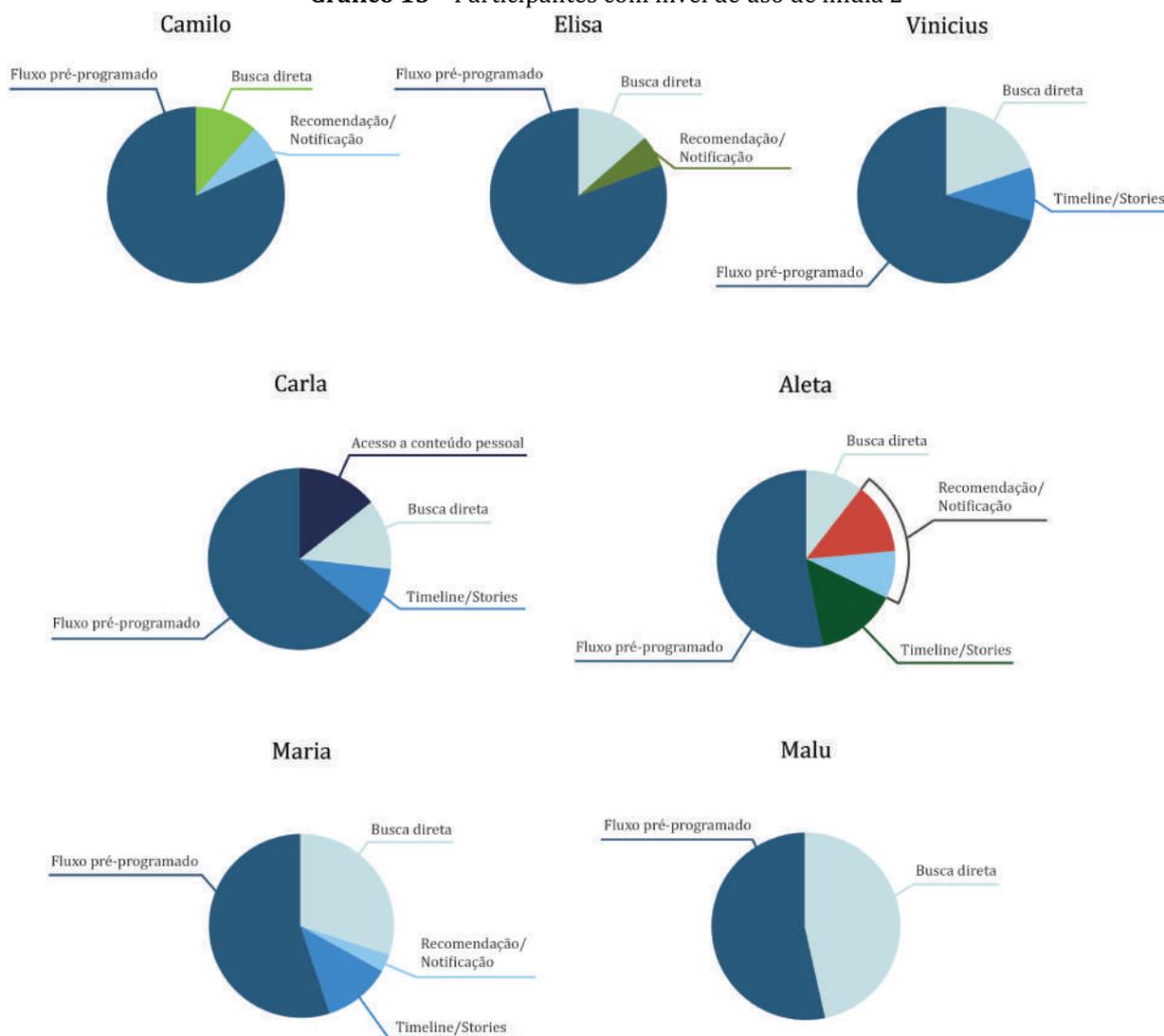
Fonte: Criada pela autora.

Eder e Alice (3ª linha) são os que possuem menor percentual de assistência na televisão, chegando a apenas 4,8% de tudo o que foi reportado pela jovem de Tavares. Nesse nível todos os participantes exploram pelo menos quatro das cinco formas de seleção de conteúdo, exceto por Eder, que realizou apenas duas. Em todos os casos, as situações envolveram a criação das condições de assistência (ainda que parcialmente). Vale o destaque ao caso de Gaspar (2ª linha), que, além de ter seu gráfico com maior número de subdivisões e maior percentual de condições criadas ou parcialmente criadas, ele usou cinco tipos diferentes de telas durante o período da pesquisa, sendo

apenas uma de uso individual (smartphone). Ao fazer variados arranjos para viabilizar suas situações de assistência, múltiplas formas de seleção de conteúdo também foram acionadas, evidenciando uma pluralidade de aspectos que devem ser considerados para compreensão das práticas de consumo de um participante como ele.

Em seguida ao nível 4, o que teve mais participantes classificados foi o nível 2, sendo um total de sete jovens, quatro de Cametá e três de Tavares, conforme Gráfico 15.

Gráfico 15 – Participantes com nível de uso de mídia 2



Fonte: Criada pela autora.

Nesse grupo de participantes, em todos a forma de seleção de conteúdo predominante é a tipo 1, voltada à assistência de vídeos em fluxos pré-programados, com destaque para TV. Em seguida aparece o tipo 4 de seleção, no qual o jovem costuma buscar diretamente o conteúdo, chegando a 58,3% dos cartões de Malu (3ª linha), todos viabilizados a partir de assistência de DVDs.

O interesse pela busca diretamente de conteúdos é uma característica dos jovens desse nível. Ainda que suas práticas de consumo de vídeos sigam fortemente centradas na grade televisiva linear, quando eles assistem algo fora da TV a forma de seleção é definir diretamente ao que irão ver, ao invés de seguir recomendações das plataformas ou mesmo assistir vídeos aleatórios que circulam na timeline dos sites de redes sociais.

Dos sete jovens do nível 2, apenas três criaram as condições de assistência (Camilo e Elisa, 1ª linha, e Aleta, 2ª linha). Essas situações foram pontuais se comparadas ao percentual de situações baseadas em condições de assistência existentes. Sobre isso, vale ressaltar ainda que diferentemente dos jovens de Cameté (exceto Maria), para os de Tavares (Carla, Vinicius e Aleta) as condições de assistência existentes incluem acesso à internet e eles dispõem de condições relativamente estáveis para consumo de vídeos. Por interesses particulares, totalmente subjetivos e do perfil dos participantes, eles não empreendem outras formas de seleção com frequência para além da grade televisiva, pois a partir dela eles atendem às motivações de consumo de vídeos, e estabelecem seus fluxos interacionais.

Esse aspecto é decisivo para a pesquisa, pois como anunciado por García-Canclini (2008b, p. 52) “conectividade não é sinônimo de interatividade”. Além disso, mesmo dispondo das condições o perfil do espectador de TV, acostumado a uma dinâmica de seleção via controle remoto, não necessariamente acha válido empreender esforços em busca de conteúdos fora de fluxos pré-estabelecidos. Por outro lado, mesmo com interesses altos, Camilo, por exemplo, claramente não consegue viabilizar outras formas de seleção de conteúdo por não dispor das condições de assistência necessárias, aspecto ligado às desigualdades que atravessam as políticas de inclusão digital nos países latino-americanos como o Brasil. O perfil de consumo de Camilo, porém, seria diferente, segundo ele, caso morasse no centro urbano de uma cidade próxima ou mesmo maior, já que contaria com permanente acesso à internet e assim assistiria tanto à TV quanto a conteúdos online.

Essas evidências nos remetem novamente à importância do estabelecimento de uma categoria que nos permitisse verificar os níveis de uso de mídia dos participantes, já que sem isso faríamos análises possivelmente apressadas ou míopes aos fatores implicados na prática dos jovens. Afinal, há a clara indicação que a disponibilidade de tecnologia não viabiliza por si só novas *interações comunicativas*, tampouco é a ausência completa de condições tecnológicas que impede, ainda que limite, que os sujeitos estabeleçam formas de participação e inserção nos ecossistemas midiáticos vigentes.

Ao verificarmos o perfil dos participantes classificados no nível 5, dois de Cameté e um de Tavares, no Gráfico 16, podemos notar que eles também realizam formas diversas de seleção de conteúdo, incluindo as do tipo 5, que envolveu o acesso a conteúdo pessoal/criado pelo participante, no caso de Alex.



Fonte: Criada pela autora.

Interessante observar o percentual reduzido de assistência de conteúdos diretamente na televisão, praticamente inexistente em Jadir e Alex (que assistiu a materiais de um curso, mas não diretamente em TV a cabo ou aberta), diferentemente de Edson que assistiu a televisão, única forma de seleção de conteúdo a partir de condições existentes, pois ele não possui Wi-Fi em casa.

Um aspecto comum entre esses jovens é a independência que eles estabeleceram em relação à grade televisiva linear, não porque deixaram de gostar dos programas, mas pelo fato de suas rotinas terem sido alteradas e, nesse processo, terem criado novas formas de buscar conteúdo e novas preferências, agora online. Todos destacaram que o interesse pelo consumo de vídeos foi iniciado a partir da televisão, quando crianças, mas que agora eles têm mais liberdade para assistir apenas ao que gostam e realmente escolheram.

Esse grupo de jovens é, sem dúvida, o que atende ao maior número de *capacidades transmediáticas*²²⁸ identificadas por Scolari (2018). Dentre os 44 tipos de nove dimensões diferentes, identificamos entre os participantes de nível 5, competências em três dimensões principais, sendo:

- **Produção:** Criar e editar fotografias; Usar ferramentas para a captação e edição de fotografias; Criar e editar produções audiovisuais; Usar ferramentas para a captação e edição de vídeo.

²²⁸ Grafia adotada pelo autor.

- **Gestão de conteúdos:** Pesquisar, selecionar e descarregar vídeos; gerir arquivos de conteúdos; gerir a partilha e a disseminação de conteúdos.
- **Gestão social:** Participar de redes sociais.

Vale ressaltar que essas e outras competências descritas na taxonomia de competências elaborada por Scolari (2018), apesar de demandarem *repertórios de mídia* mais altos, foram identificadas de modo fragmentado no perfil de alguns jovens. Por exemplo, as jovens Elisa, Maria e Aleta (de nível 2), demonstraram capacidades relativas à dimensão da prevenção de riscos de uso de tecnologia. Elas tanto reconheceram e descreveram os possíveis riscos, especialmente de uso de telas conectadas por crianças e exposição de imagens em redes sociais, como tomam decisões para regular como esse contato se daria entre os seus filhos.

Da mesma forma, acreditamos que pelo *repertório de mídia* iniciado pela assistência televisiva, todos os participantes demonstraram competências no que tange ao uso de tecnologia de um modo geral e à dimensão narrativa e estética, ainda que tenham sido categorizados em níveis distintos de uso de mídia. Podemos destacar o exemplo de Camilo e Marcos (de níveis de uso de mídia distintos, 2 e 4, respectivamente) que reconhecem claras diferenças entre os processos de produção e a condução narrativa dos programas esportivos que acompanham. É a partir dessas avaliações que eles definem a que programas assistem e quando. Sobre as competências relativas à produção/edição de fotografias, estas também foram reconhecidas entre os jovens de nível de 2 a 4.

Ao observarmos a relação dos níveis de uso de mídia com algumas competências próprias do uso de mídia no contemporâneo, podemos afirmar que, de modo geral, na grande parte das situações em que os jovens de Cametá criaram as condições de assistência, eles foram em busca de recursos para assistir e se conectar à internet em outros locais, já que não dispunham disso em suas casas. Já entre os jovens de Tavares, as situações criadas foram no sentido de tornar possível a assistência de um conteúdo nos locais onde eles estavam, já que estes não contavam com recursos (tela e conexão à internet).

Esse aspecto demonstra pró-atividade e significativo envolvimento dos jovens com o consumo de vídeos. Porém, no caso dos jovens de Cametá, encaramos essas práticas como uma tentativa de assegurar a participação e inclusão em um cenário de uso de tecnologias digitais, sendo o consumo de vídeos uma expressão do consumo midiático experienciado. Já no caso de Tavares, as situações de criação das condições de

assistência nos remeteram à necessidade dos jovens de seguirem conectados e, conseqüentemente, aptos a assistirem o que desejarem quando e onde estiverem. Entre as situações que tiveram as condições criadas, estão casos de deslocamentos entre municípios, casos de espera em atendimento em órgãos públicos ou lojas, mercados e serviços.

O vídeo para os jovens de Tavares parece estar em todos os locais e se configurar como conteúdo apropriado para as mais diferentes ocasiões de suas rotinas de estudo, trabalho ou lazer. Já para os participantes de Cametá, a TV acaba cumprindo essa função, pois está sempre ligada nos ambientes onde mais consomem vídeos, suas casas. Quando o deslocamento ocorre, ainda que tenham sido identificadas assistências em barcos, e situações de espera em órgãos públicos e hospital, essas foram em menor número e oriundas de jovens com mais condições de acesso, maior *repertório de mídia* e classificados nos *níveis de uso de mídia* 4 e 5.

Para os participantes de Tavares, os vídeos estão sempre disponíveis e são assistidos a todo instante em todo lugar. Esse fato, revelado pela pesquisa, surpreendeu alguns dos participantes após o preenchimento do diário, por terem reconhecido a quantidade de tempo que investem vendo conteúdo audiovisual e como esse está disperso em vários momentos do seu dia.

Do mesmo modo, em Rio Furtados o vídeo também é bastante presente, mas isso se deve ainda à força da televisão e da função a ela atribuída: companhia permanente na casa dos ribeirinhos, independentemente do conteúdo veiculado. Assim, quando o vídeo selecionado não é TV, esse foi escolhido com muito cuidado e demandou considerável envolvimento do jovem para estar conectado e usufruir do momento de assistência. Mesmo para Jadir, jovem que menos assistiu televisão em Cametá (4,5% de seus cartões), os vídeos assistidos online são em sua maioria buscados pelo próprio participante em plataformas online, seguido dos conteúdos que circulam na timeline de seus perfis em redes sociais.

Diante desses achados, nos parece pertinente ainda retomar um questionamento feito por Livingstone (2002) ao estudar como as novas mídias perpassam a vida diária de crianças e jovens. A questão da pesquisadora foi “[...] como e por que uma infância sem mídia é quase inimaginável?”²²⁹, pelo menos em países ocidentais. Para responder essa questão, um elemento central foi reconhecer que no cerne do processo de

²²⁹ Tradução nossa do trecho original: “Why and how a childhood without media is now almost unthinkable?” (LIVINGSTONE, 2002, p. 211).

convergência midiática e disseminação dos aparatos midiáticos, está a mudança do formato dos lares, estes agora *saturados de mídia* (*media-saturated*).

Ainda que esse seja um aspecto chave para o estudo de crianças e jovens na atualidade, consideramos central destacar que, à exceção de dois jovens, (Alex e Jadir), nenhum participante desta pesquisa experiêcia um processo de inclusão digital (e social) e de *saturação de mídia* em suas casas nos parâmetros identificados por Livingstone (2002). Ao contrário, os aparatos existentes nos lares dos participantes (mesmo para os de Tavares) não necessariamente estão integrados às demais tecnologias existentes, já que são mais fortemente usados de modo individual pelos próprios participantes. Para os jovens de Cameté (PA), a situação é ainda mais distante do cenário citado, já que o destaque ainda permanece sendo para o aparelho de televisão, este posicionado no centro da sala de estar (Figura 53). Mesmo para os jovens com internet Wi-Fi em casa, o aparato que viabiliza o sinal parece pouco perceptível aos demais membros da família, se comparado à TV e sua importância na dinâmica de funcionamento da casa.

Figura 53 – TV na sala de estar de uma casa na comunidade de Rio Furtados (Cameté) durante pesquisa de campo exploratória



Fonte: Acervo de pesquisa do projeto PROCAD.

Outro aspecto mencionado por Livingstone (2002), e que caracteriza o cenário de consumo midiático entre crianças e jovens em escala mundial, é que a vida em família acabou sendo atravessada por tecnologias, estas desempenhando papel central para a própria convivência entre seus membros. Novamente, ao analisarmos essa questão a partir das realidades estudadas, fica evidente que os participantes da pesquisa se constituem como pertencentes às primeiras gerações de moradores desses municípios que desenvolveram *repertórios de mídia* baseados em tecnologias digitais. Estas não necessariamente compõem o espectro de competências de seus pais e tampouco de irmãos e/ou parentes mais velhos.

Pelos relatos nas entrevistas, especialmente entre os participantes de Tavares, fica evidente que o uso de tecnologias digitais foi iniciado por eles e, dentre os familiares, são os que dispõem de mais competências formadas para uso e gerenciamento desses aparatos, exceto pelos que tem irmãos de idades próximas (de Carol, Carlos, Any e Carla), mais novos (de Jonas, Vinicius, Marcos e Elisa), ou mesmo de filhos que já lidam com telas portáteis (de Aleta e Malu). Ainda que extremamente presentes nas duas realidades estudadas, as novas possibilidades de assistência de vídeos se configuram como novidade para a maioria dos participantes (exceto os de nível 5 e alguns do nível 4). Para a maioria, de nível de uso de mídia 1, 2 e 3, o centro da assistência ainda reside na televisão e os vídeos de outras ambiências são complementares e o que se configura como novo.

Essas evidências nos remetem às marcas próprias do rural, que não permitem (ou pelo menos ainda não permitiram) um descolamento das lógicas de socialidade e mediações próprias de pequenos agrupamentos sociais (MARTÍN-BARBERO, 2009), bem como dos valores da vida em contextos imediatos. Ainda que os jovens desempenhem os mais variados usos das tecnologias e estabeleçam fluxos interacionais comuns a outras partes do mundo – como veremos no capítulo seguinte –, estes trazem em suas práticas as marcas de uma vida em localidades distantes de grandes centros urbanos, a partir das quais contam com condições ou as criam para se inserirem no ecossistema midiático mais amplo e globalizado. Essas possibilidades de participação, para a maioria eventual, não necessariamente alteram de todo suas práticas culturais e de consumo midiático previamente estabelecidas.

Trata-se de um processo em curso e que, aos poucos, permite a acumulação de *expertise* e a formação de novas competências e literacias midiáticas e (trans)midiáticas (SCOLARI, 2018). Porém, esse processo não é necessariamente contínuo, já que são

muitas as dificuldades dos jovens para viabilizarem as condições de assistência de vídeos. Logo, como evidenciado por vários de nossos participantes (Alex, Edson, Jadir, Any, Marcos, Jonas, Alice, Leandro e Camilo) as competências acabam sendo formadas por um movimento particular de interesse de cada jovem, que vai em busca das informações necessárias e estabelece esforços – por vezes inimagináveis para quem tem as redes de comunicação permanentemente disponíveis – para se conectarem e delinearem fluxos interacionais de consumo de vídeos relativos às suas motivações.

O que nos parecem, portanto, é que enquanto as lógicas mundiais são de integração de aparatos e plataformas virtuais, nas duas realidades estudadas alguns jovens ainda dão passos iniciais para o domínio de tecnologias para além da televisão, mesmo sendo eles pertencentes ao grupo de moradores que dispõem de mais competências para o consumo de vídeos nos moldes do cenário de *convergência midiática*. E, para os jovens que se destacaram, identificamos esforços quase que individuais de desenvolvimento de novas literacias e estabelecimento de condições de assistência necessárias às preferências por consumo de vídeo online. Aspecto que impossibilita a generalização dos achados de pesquisas qualitativas como a que foi realizada.

Por outro lado, ao reconhecermos as motivações para o consumo de vídeos dos participantes e caracterizamos os fluxos interacionais recorrentes, fica claro que mesmo que de modo desigual e descontinuado, as marcas de uma cultura global de consumo de vídeos atravessam as práticas dos jovens da área rural e suscitam a formação de competências midiáticas e culturais em um nível global, conforme apresentaremos no capítulo seguinte.

12

FLUXOS INTERACIONAIS

Neste capítulo consolidamos a proposta teórico-conceitual de fluxos interacionais, caracterizada ao longo desta tese. Como explicitado, foi a partir dela que análise de práticas de consumo de vídeos foi conduzida. Para isso, mapeamos as pluridimensões que constituem os processos de consumo de vídeos e que são articuladas de modos variados pelos sujeitos. Assim, é possível identificar os elementos que antecedem e orientam a assistência, tais como o nível de uso de mídia e as motivações para viabilizar determinada situação de consumo.

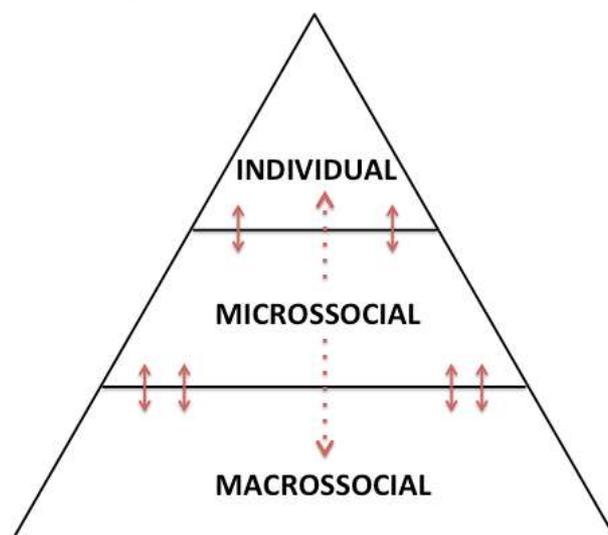
Entendemos que ao identificarmos os fluxos interacionais nós necessariamente triangulamos informações relativas ao:

- contexto macrossocial de consumo de vídeos, ou seja, reconhecemos as motivações que advém de uma cultura globalizada de consumo e que atravessam as práticas dos diferentes sujeitos.
- contexto microssocial do sujeito, composto pelas condições de assistência que dispõe, para além de dados contextuais mais imediatos, como aqueles que o jovem tem disponíveis onde mora, grupos sociais dos quais faz parte e interage, entre outros.
- contexto individual do sujeito, ou seja suas preferências particulares no que tange a conteúdo e fontes mais usadas, horários de assistência, formas de seleção de conteúdo, nível de uso de mídia, competências e *repertório de mídia*

acumulados, entre outros aspectos extremamente subjetivos também envolvidos na definição do que assistir.

Na Figura 54, apresentamos uma representação da nossa compreensão de como aspectos provenientes desses três contextos estão articulados:

Figura 54 – Contextos que baseiam os fluxos interacionais de consumo de vídeo



Fonte: Criada pela autora.

Destacamos que na base dos processos de consumo de vídeos estão sempre aspectos culturais mais amplos e que advêm de um contexto macro, que, de certo modo, dita tendências e dissemina práticas comuns. A mediação entre o contexto macro e o indivíduo se dá pelo contexto microsocial, a partir do qual pode-se ou não viabilizar determinadas práticas que ocorrem em uma perspectiva macro. O microsocial funciona como um 'elemento limitador/facilitador'. E a partir dos componentes desse contexto, que o/a jovem viabiliza, ou não, seus momentos de assistência, ou mesmo reverte as condições de seu contexto imediato. Na ponta do processo está o indivíduo, logo, esses aspectos são mais subjetivos e de difícil mensuração. Ainda que em uma pesquisa qualitativa nossa unidade de pesquisa seja cada participante, ao compreendermos as práticas de consumo de modo amplo, há dificuldades de mensurar até que ponto as preferências individuais compõem e delineiam o consumo final.

Além de permitir uma visão detalhada dos modos como os sujeitos combinam as pluridimensões para assistir vídeos, a proposta dos fluxos interacionais permite a análise da articulação que o sujeito estabelece entre os contextos individual, microsocial e macrossocial.

O consumo, por esta perspectiva, não é um jogo de forças desiguais entre macro contexto e o indivíduo, que age no mundo a partir de seu contexto imediato. O sujeito não é reproduzidor de comportamentos dados e advindos de um sistema cultural mais amplo e fora de seu controle. Por outro lado, reconhecemos que os contextos macro e micro influenciam e contribuem diretamente para as *interações comunicativas* dos sujeitos e como estabelecem suas práticas de consumo de vídeo. Trata-se de uma relação permanente, sendo o sujeito o elemento regulador de todo esse processo.

Diante do exposto, vale notar que os fluxos interacionais identificados nesta pesquisa não são resultado de uma somatória das situações de assistência que foram comuns entre dois ou mais jovens, estas delineadas a partir da triangulação dos contextos. Mas sim, advêm da identificação das práticas relatadas pelos participantes em seus diários e entrevistas e a caracterização das mesmas a partir da triangulação de aspectos constitutivos dos três contextos citados.

Para isso, buscamos evidências nos *modos de comunicação (communication modes)* dos jovens, ou seja, no modo como eles mesmos percebem e relatam o uso que fazem de um serviço de comunicação em uma dada situação (HASEBRINK & HÖLIG, 2013). Logo as caracterizações dos fluxos e, sobretudo, a identificação das motivações de assistência, só foram possíveis pelo processo de construção conjunta dos dados com os participantes.

Quanto aos fluxos propriamente ditos, identificamos sete fluxos interacionais comuns a participantes de ambos os municípios. A seguir, apresentamos o detalhamento de cada um deles.

12.1 Fluxo Interacional 1 – Conteúdo favorito

Este foi o primeiro fluxo identificado durante esta pesquisa (Etapa Metodológica 6). Neste fluxo o elemento central são os conteúdos, pois para assisti-los os participantes combinam as pluridimensões de formas variadas. A motivação é assegurar a assistência regular do conteúdo preferido. Para isso, os jovens lançam mão de telas distintas, ora conectadas, ora não, para viabilizarem a assistência do conteúdo no momento da exibição e/ou sob demanda em um outro momento.

Nas cinco situações relatadas nos diários dos participantes e que remetem a esse fluxo, os conteúdos favoritos são todos provenientes de canais de televisão. Em quatro, os conteúdos são veiculados em TV aberta (a telenovela da *Globo* ‘O outro lado do paraíso’, o programa de fofocas do *SBT* “Fofocalizando”, o programa jornalístico de

saúde da *Globo* ‘Bem Estar’, e o programa esportivo da *Band TV* ‘Jogo Aberto’). E um é de um canal de TV a cabo, *FOX Sports*, sendo o programa esportivo ‘Bom Dia FOX’.

No caso da telenovela ‘O outro lado do paraíso’, programa favorito de Any, a assistência se deu em seis dos dez dias em que a jovem esteve com o diário e que houve veiculação desse conteúdo na grade televisiva. A maioria das situações foram offline na televisão em casa, variando da sala de estar para o quarto, geralmente na companhia de alguém. Em um dos dias, porém, a jovem buscou o capítulo do dia anterior e o assistiu sob demanda em um tempo livre que teve durante o trabalho. Para isso, Any buscou diretamente o conteúdo no *YouTube* a partir do computador desktop conectado à internet. Durante entrevista a jovem destacou que essa é uma prática frequente e que ocorre quando ela perde o capítulo do dia anterior, ou quando acha necessário rever o episódio já exibido por não ter acompanhado um dos trechos com devida atenção durante a veiculação na TV.

No caso do programa esportivo ‘Bom Dia FOX’, favorito de Camilo, o participante relatou ter assistido o mesmo programa em cinco manhãs diferentes. Na maioria das situações, para isso usou a TV de casa sintonizada no canal pago *FOX Sports*. Em uma das situações, porém, o jovem foi até a casa de um amigo em Mocajuba, e para não deixar de acompanhar o programa – também de interesse do amigo que o recebeu – ele buscou o conteúdo na plataforma *VoD* do *FOX Sports* via tablet conectado no Wi-Fi, ambos os recursos disponíveis no local onde a assistência ocorreu.

Quanto aos demais três conteúdos favoritos as assistências ocorreram apenas na televisão e de forma offline. Nesses casos, também ficou evidente o alto interesse dos jovens de acompanhar os programas favoritos a ponto de organizarem suas atividades de estudo e trabalho, de modo que estejam livres durante a exibição na TV. O programa “Fofocalizando”, favorito de Leide, foi visto em seis dos dez dias da pesquisa. Em todos os casos, a assistência foi sozinha no quarto. Já o ‘Bem Estar’ e o ‘Jogo Aberto’ foram acompanhados em quatro dias diferentes por Maria e Vinicius, respectivamente. Especificamente sobre o programa jornalístico de saúde, Maria o acompanha sempre que consegue, ainda que esteja com o filho recém-nascido. Essa é uma forma de acompanhar temas pertinentes a sua área de estudos (Educação Física).

Nesse fluxo as formas de seleção variam, mas em todas as situações os jovens claramente se organizam para estarem disponíveis no momento da exibição do programa ou mesmo para conseguir um tempo livre para assistir algo que perdeu ou que deseja rever. Outra característica é a necessidade dos participantes de assistirem

aos programas durante a exibição ou pouco tempo depois, já que isso tem implicações nos círculos de interação dos quais os jovens fazem parte.

Nota-se que, com exceção da telenovela favorita de Any, que todos os demais são programas transmitidos ao vivo, o que por si só suscita formas síncronas de assistência, ou o mais breve possível depois da exibição na grade televisiva linear. Por isso, o horário de assistência é invariavelmente o de veiculação do programa diretamente na TV, ou logo após isso, quando visto sob demanda.

A partir dos regimes de assistência reconhecidos por Fechine (2014) e Lee & Lee (1995), entendemos que neste fluxo os jovens dedicam muita atenção ao conteúdo, por vezes de forma imersiva. Em alguns casos esse ritual de assistência também é acrescido e potencializado por uso de dispositivos de segunda tela, seja para comentar ou compartilhar informações sobre o que se está assistindo, como ocorreu com Any. No caso dos programas esportivos, a participação do público é estimulada via uso de *#hashtags* com os nomes dos programas, mas esse não foi um modo de interação acionado por Camilo e Vinicius, acreditamos que em função do perfil dos mesmos, ambos identificados como pertencentes ao nível de uso de mídia 2.

12.2 Fluxo Interacional 2 – Notícias à mesa

Este fluxo remete a um tipo de arranjo específico das pluridimensões voltado à assistência de telejornais ao vivo na televisão durante as refeições ou nos momentos de preparo da mesma. A motivação é acompanhar o noticiário, local ou nacional, e ter uma programação de fundo durante as refeições. Para isso, a forma de escolha de conteúdo é unicamente selecionar um dos telejornais exibido na TV, principalmente no horário do almoço mas também à noite, durante o jantar. Neste fluxo, a forma de seleção de conteúdo é fixa sendo sempre do tipo 1 (fluxo pré-programado).

A situação implica o encontro dos membros da família, aspecto bastante presente no perfil dos jovens dos municípios estudados. O regime de assistência é o da “olhadela” (FECHINE, 2014), já que a assistência mais se baseia em ouvir a conversa dos apresentadores. Do mesmo modo, podemos reconhecer um uso de natureza regulatória da TV (LULL, 1980), já que o momento de assistência do telejornal estabelece uma marcação temporal e padrões de conversação a partir do conteúdo.

O foco está em socializar e se alimentar e/ou finalizar o preparo da comida. Remete à sensação de “estar em casa” destacada por Silverstone (1994) e provocada pelo hábito de manter a TV ligada quando está em casa. Assim a centralidade está tanto no conteúdo quanto no tipo de audiência, no modo como ele é assistido pelos sujeitos,

necessariamente visto de forma acompanhada e em paralelo às refeições (almoço ou jantar).

Neste fluxo, mais comum entre os jovens de Tavares, um conteúdo específico foi destaque: o “Jornal do Almoço”, da *RBS TV*, afiliada da Globo no Rio Grande do Sul. Este, foi encontrado no diário de quatro participantes (Leandro, Marcos, Jonas e Carol) e pelo número de cartões em que foi citado o programa *televisivo* mais assistido no município. Já em Cametá, quando este fluxo ocorreu, os telejornais assistidos foram da *Globo* (“Jornal Hoje” e “Jornal Nacional”), vistos de forma paralela ao jantar da família, ou da *TV Liberal* (“Jornal Liberal”, primeira e segunda edição), assistido durante o almoço ou jantar²³⁰.

Um aspecto importante desse fluxo é a sua relação com o uso da TV no ambiente doméstico, local onde se estabeleceram as práticas tradicionais de assistência, e que foram fundamentais, de acordo com Morley & Silverstone (1990), para a implantação de uma organização social moderna nos centros urbanos na Europa. As casas, com ajuda das TVs, tornaram-se lares, já que com ela há, ligados ao lazer e descanso, para estar em casa. Essa dinâmica foi se alterando com o crescimento das grandes cidades, já que as refeições raramente são feitas de forma integrada entre os membros de uma família e tampouco em casa. Isso, porém, não necessariamente ocorreu em municípios menores como Cametá e Tavares, que mantêm hábitos da vida em comunidade bastante vivos, entre eles o de fazer refeições junto com os demais familiares, já que todos, mesmo os mais jovens, invariavelmente, estão em casa para as refeições.

Outro aspecto que vale ser comentado é que muitas dessas situações de assistência, relatadas nos diários, podem não ter sido provocadas e/ou estabelecidas pela vontade dos participantes. Mas sim, por eles terem participado das mesmas já que alguém na casa assistia ao telejornal. Carol, por exemplo, relatou que na sua casa a assistência na TV sempre foi determinada por nível de hierarquia familiar. Primeiramente a preferência do pai, depois a mãe, seguido do irmão mais velho e homem, e só então ela e a irmã²³¹.

²³⁰ Interessante observar que o jornal local da emissora do Pará não tem a mesma força do telejornal produzido pela emissora do Rio Grande do Sul. Isso pode estar relacionado ao fato da *TV Liberal* não ter abrangência em todo o estado do Pará, além de em muitos casos, não ser assistida pelo fato dos participantes usarem antena parabólica em suas TVs e consequentemente passarem a receber a programação das emissoras cabeça de rede, na qual os telejornais são de São Paulo ou Rio de Janeiro.

²³¹ Na entrevista, essa jovem relatou ainda que por conta disso, ela nunca se interessou tanto por TV e, do conhecimento que tinha, as referências eram sempre de conteúdos considerados de “meninos”, já que o irmão dominava o controle remoto quando as crianças da casa podiam assistir TV. “Um dia, a minha amiga perguntou ‘que tipo de personagem feminino tu mais gostava?’”, e eu disse assim “a Vampira”, e a minha amiga falou assim “como que tu não gosta de Cinderela?”, daí eu cheguei assim “era porque o meu irmão, ele era o mais velho. [...] Daí era uma briga pro meu irmão deixar a gente assistir ‘Super Espiãs Demais’”, que era assim, das meninhas. E a

12.3 Fluxo Interacional 3 – *Relaxando em casa*

Neste fluxo, a motivação é relaxar e, para isso, a presença da TV suscita um ponto de encontro entre os membros da casa (RIGBY *et al.*, 2017). Por isso, a dimensão tela continua invariavelmente sendo a TV. Nesse caso, porém, há variações nos tipos de uso e de aparelhos televisores, indo de televisão de tubo à SmartTV, e ainda conexão do notebook com um monitor de vídeo para ampliação da imagem.

Geralmente a assistência ocorre em companhia de alguém na sala de estar, mas também no quarto, por exemplo, no caso das participantes que vivem com os companheiros (Leide e Elisa). Esta é mais comum à noite durante a semana, ou à tarde e à noite nos finais de semana, períodos em que todos estão em casa. Em ambos os casos o conteúdo é variável e a fonte de conteúdo também, indo de canais de TV aberta, a cabo ou plataformas de vídeo online. Evidências relacionadas a este fluxo foram encontradas em todos os diários da pesquisa.

Neste fluxo, seja qual for a origem e forma de seleção do conteúdo assistido, a centralidade está no local, especificamente a ambiência criada na sala de estar ou no quarto, que acolhe e agrega pessoas no momento de relaxamento e descanso. Por isso, o regime de assistência (FECHINE, 2014; LULL, 1980; LEE & LEE, 1995) costuma variar, pois o foco é relaxar independentemente de assistir algo com atenção.

Os conteúdos mais citados nesse tipo de fluxo foram telenovelas (*Globo, SBT e Record TV*), o reality show ‘Big Brother Brasil’, o talent show ‘The Voice Brasil’ ou a versão *kids* deste programa, ambos da *Globo*, programas de auditório (*SBT, Record TV e Globo*), eventos esportivos transmitidos ao vivo (*Globo* e canais de TV a cabo) e vlogs (*YouTube*).

Especificamente sobre os programas de auditório, destacaram-se os de apresentadores brasileiros bastante conhecidos como, Silvio Santos, Raul Gil, Fausto Silva e Luciano Huck, estes que costumam ter audiência certa de Leide na casa dos pais, também eventualmente assistidos por outros participantes (Elisa, Any, Leandro, Vinicius, Carla e Stela). Já os realities/talents são recorrentes na casa Any, Maria, Elisa, Aleta e Leandro; jogos de futebol, eventos de luta e competições de cavalos transmitidos ao vivo são opções para Carol, Vinicius, Jonas, Marcos, Camilo, Gaspar, Eder e Jadir; e vlogs no caso de Alex.

gente, né, quando era criança, não tinha mesmo assim, era só o que a *Globo* oferecia, o SBT, ah... livros, sabe? [...] Tipo, a minha amiga ria, porque ela diz que a dinda tinha videocassete e ela assistia Cinderela, assistia não sei o que, e eu nunca assistia isso quando era criança, eu assisto hoje [com a sobrinha]” (CAROL, 2018).

No caso dos vlogs assistidos por Alex, é importante destacar os arranjos que ele faz para os momentos em que assiste vídeos apenas para relaxar. Diferentemente dos demais jovens, a assistência dele se dá via conexão do notebook com o monitor de vídeo e as fontes de conteúdo costumam ser online (principalmente *YouTube*). Na maioria dos casos, o local de assistência é o quarto e os jovens costumam estar sozinhos, mas apenas do ponto de vista presencial. Nesses momentos de assistência o jovem costuma estar em contato com amigos, via mensagens, ou com o namorado, a partir de longas chamadas de vídeo no *WhatsApp*, que de algum modo acompanham o que nosso participante assiste e vice-versa. Quanto ao conteúdo, Alex geralmente assiste os vlogs dos canais que assina, estes normalmente já encadeados automaticamente pelo *YouTube*, conforme as publicações dos novos conteúdos são feitas.

Os exemplos desses participantes demonstram claramente que para atender motivações comuns, os jovens empreendem arranjos diferentes das pluridimensões, sempre partindo dos recursos que dispõem no local de assistência.

12.4 Fluxo Interacional 4 – *Companhia pela manhã*

Nesse fluxo, o foco é contar com a "companhia" de alguém, ainda que de forma mediada, ou apenas com o "barulho" do vídeo enquanto se realiza multitarefas durante a manhã. Manter a TV ligada ou dar play em um vídeo no smartphone ou no DVD é um estímulo para iniciar as atividades de rotina, que variam de tarefas domésticas (cozinhar, arrumar e limpar a casa, etc.), até arrumar a filha para a escola, tomar café da manhã e/ou em situações eventuais como arrumar a mala, entre outros exemplos já identificados por Shokrpour & Darnell (2017).

A assistência pode ocorrer em locais diferentes da casa, mas sempre em ambientes privados, como sala de estar, quarto, cozinha e quarto de hotel/hospedaria, no caso de uma viagem. A tela pode variar, ainda que as mais recorrentes sejam a TV, incluindo casos de assistência em DVD, e o smartphone conectado à internet.

O conteúdo também varia, assim como as fontes e as formas de seleção dos mesmos, com destaque para vídeos que passam na TV, recomendações/notificações de plataformas, e os que são buscados diretamente online ou via DVD.

Dentre os conteúdos identificados nos diários, se destacam programas ao vivo e que privilegiam conversas (programas jornalísticos, talk show, vlogs), desenhos animados ou vídeos musicais, como shows gravados ao vivo, videoclipes, etc.

Ilustrativo é o caso de Carol, que tem nos programas matinais da *Globo* ('Bem Estar' e o talk show 'Encontro com Fátima Bernardes'), a companhia necessária para

começar seu dia e realizar as atividades domésticas. Segundo a jovem, mesmo que ela não tenha um envolvimento alto com conteúdos *televisivos*, nesse caso os programas citados são os mais adequados. Especificamente esse caso remete ao que Lee & Lee (1995) identificaram como nível quatro de assistência que os sujeitos estabelecem com o aparelho de televisão e com um tipo de uso de natureza *estrutural* da televisão, do tipo *barulho de fundo* (*background noise*) dentre os documentados por Lull (1980).

No caso dos vídeos vistos no smartphone, se destacam playlist de videocliques no *YouTube* assim como vlogs de canais já assinados. Neste fluxo o conteúdo é o menos importante, assim como a parte da casa (ambiente privado) onde o jovem está.

A centralidade está no horário, a manhã, em função das atividades desenvolvidas nesse período do dia. Nessas situações de assistência, entendemos que os jovens vão além do regime da “olhadela” reconhecido por Fachine (2014), já que os conteúdos assistidos, ainda que integralmente compostos pelos elementos do audiovisual (áudio e vídeo), tem como principal função serem escutados, mesmo quando assistidos na televisão. A “espiadela”, pelo que relataram os participantes, praticamente não ocorre, já que a televisão ou o smartphone não necessariamente ficam no local onde os jovens realizam a atividade.

A tela, assim, se configura como o amplificador do som de uma conversa que interessa ouvir, seja sobre saúde, seja um *podcast* de humor, ou ainda um show ou videoclipe. O áudio é elemento que ganha relevância, tendo as imagens uma importância secundária no que tange à composição deste conteúdo. Isso não quer dizer que os elementos constitutivos da linguagem audiovisual estejam em desequilíbrio, mas sim que foram equilibradas de modo que o conteúdo possa ser acompanhado apenas a partir do áudio, considerando que as imagens cumprem função complementar ao áudio, sem serem decisivas para a compreensão da narrativa.

Por esses motivos, aqui nos parece mais adequado falar de um outro regime de assistência, este do “ouvir”, ao invés dos já identificados por Fachine (2014). Esse é resultado de um nível ainda mais acentuado e profundo de apropriação da linguagem audiovisual pelos sujeitos, a ponto de fazerem usos que não necessariamente exploram a integralidade de um conteúdo audiovisual.

12.5 Fluxo Interacional 5 – *Ficção no tempo livre*

Nesta pesquisa, filmes, séries e seriados foram os gêneros/formatos assistidos em uma grande variedade de fontes de conteúdo, chegando a 16 diferentes em Cametá no

caso de filme (canais de TV aberta e a cabo, DVDs, *YouTube*, arquivos *bittorrent*, entre outros).

A centralidade é do conteúdo. Já as dimensões fonte de conteúdo, tela, tipo de audiência e horário do dia são variáveis. A assistência geralmente ocorre na sala de estar ou no quarto e a forma de seleção de conteúdo podem variar desde buscas diretas (tipo 4) e assistência por recomendação/notificação (tipo 3) até assistir o que estava passando em um fluxo pré-programado de conteúdo (tipo 1).

A motivação é aproveitar o tempo livre – considerado raro para a maioria dos jovens – para assistir um conteúdo que gostam muito e que (infelizmente, nas palavras deles) só podem ver quando tem uma disponibilidade maior do que os breves intervalos durante suas atividades diárias, ou quando estão muito cansados. Trata-se de um momento em que eles podem quebrar a rotina e assistir a algo de longa duração, como filmes ou episódios de séries/seriados, geralmente vistos em maratona (*binge watching*). Um aspecto comum entre os conteúdos assistidos é que a maioria é de origem estrangeira, consumidos em versão dublada ou legendada em português, exceto para Alex, que prefere assistir a tudo que pode em inglês para praticar o idioma.

Neste fluxo, o regime de assistência (FECHINE, 2014) é o do “olhar” talvez com nível de atenção similar ou maior que o do Fluxo 1. Trata-se de um conteúdo de caráter imersivo, que os jovens aprenderam a ver na televisão, com destaque para as narrativas ficcionais, mas que pela reorganização de suas rotinas e falta de tempo da vida adulta, começaram a assistir sob demanda, ainda que haja casos de participantes que se organizaram para acompanhar a veiculação em canais de TV a cabo.

Partindo dos relatos dos próprios jovens, entendemos que no período da adolescência de cada um deles, filmes e seriados eram assistidos de modo a preencher o tempo ocioso após a escola ou aos finais de semana. Esse era um tipo de diversão bastante explorado por eles, pois tinham muito tempo livre. Na condição atual, porém, ainda que as preferências sejam comuns às de fases anteriores, os jovens reconhecem esses como momentos raros e pelos quais nutrem muitas expectativas. Isso porque, além de gostarem muito desse tipo de conteúdo, estes são os que baseiam a participação do sujeito em *comunidades interpretativas* (JENSEN, 1995; COSTA, 2018) diversas, em que compartilham referências comuns a respeito desse tipo de conteúdo, com destaque para fantasia e ficção. Desse modo, a assistência de diferentes conteúdos – em sua maioria de origem estrangeira – se configura como um momento de atualização de informações sobre produções midiáticas que estão em alta – que vão além do audiovisual e exploram múltiplas linguagens comunicacionais –, e que

permitem que o jovem tenha novos elementos para interagir, presencial ou virtualmente, com seus pares.

Como destacado por Scolari (2014a), cada vez mais podemos falar de audiências centradas na narrativa (*narrative-centred*) ao invés de centrada na mídia. Assim, independentemente da tela utilizada, o foco é ter acesso às narrativas de repercussão global, exploradas comercialmente nos mais diferentes ambientes e linguagens. Estas, por sua vez, demandam assistências cada vez mais imersivas dos sujeitos, pois além de terem se complexificado (MITTELL, 2012, 2015 *apud* SIGILIANO & BORGES, 2016, p. 8), exigem um *repertório midiático* alto, acumulado exatamente no processo de interação com audiências especializadas, ou seja, consumidores desse tipo de conteúdo.

Nessa perspectiva cabe relatar dois casos de assistência de Edson, que exemplificam a diversidade de arranjos feitos pelos jovens a partir das pluridimensões de consumo de vídeos, diretamente relacionada ao nível de uso de mídia de cada participante. Em seu diário, Edson relatou situações de assistência de uma temporada do seriado original do *Netflix* 'Stranger Things'. Como não dispunha de internet em casa e tampouco de acesso à plataforma paga na qual o conteúdo fica disponível, o jovem realizou o download (via gerenciador de arquivo *bittorent*) de uma temporada inteira na casa de um amigo, onde pode usar internet e um computador desktop, salvando os episódios baixados em um pen-drive. A partir disso, em quatro situações com bastante tempo disponível, ele assistiu a todos os episódios na SmartTV da sala de estar em casa, acompanhado da mãe em alguns casos. Ao iniciar a assistência, o jovem fez publicação em seu perfil no *Facebook*, prática que parece já fazer parte do ritual de assistência desse tipo de conteúdo, conforme relatou durante entrevista. Para Edson, esse tipo de consumo é significativo e por isso ele empreende esforços para viabilizar as condições de assistência necessárias. O conteúdo, portanto, é elemento central deste fluxo e será buscado pelos jovens, nem que para isso precisem, primeiro, viabilizar o acesso a eles.

Outro exemplo deste fluxo, identificado no diário de Edson, foi a assistência do *trailer* do filme 'Animais Fantásticos: Os Crimes de Grindelwald', conteúdo que ele assistiu minutos depois do lançamento oficial no *YouTube*. O jovem relatou na entrevista que estava na expectativa por esse filme e que ficou sabendo do lançamento do *trailer* por assinar um canal 'Observatório Potter' no *YouTube*. Fazemos esse destaque, para evidenciar o envolvimento de Edson com esse tipo de conteúdo, a ponto de, depois da pesquisa – conforme postagem do jovem no *Facebook* –, ele ter viajado de Cametá para Belém apenas para assistir ao filme no cinema.

Outro exemplo interessante foi de Camilo, jovem de nível de uso de mídia 2, mas que, no que tange às narrativas ficcionais, apresenta enorme interesse. Apesar de serem casos pontuais em seu diário, Camilo relatou que sempre que está online, busca recomendações sobre filmes recém-lançados. Foi a partir desse contato que o jovem assistiu ao trailer de 'A Bruxa' no notebook do irmão, e depois se organizou para baixar o filme completo, também na casa do familiar, usando o tablet da sobrinha para armazenamento e posterior assistência na cozinha de casa.

Ainda entre os jovens de Cametá se destacaram a assistência de filmes inteiros por Marisa e Any, no trabalho, por conta da qualidade da internet, e de Elisa, em casa, diretamente na televisão, que pelo fato de gostar muito do filme 'O auto da compadecida', organizou suas atividades domésticas para estar livre no horário da veiculação. Apesar de estarem menos inseridas nesse novo cenário de consumo e acumularem *repertório midiático* menor, ambas tem um alto interesse por narrativas ficcionais televisivas, que fornecem base para a inserção das mesmas em *comunidades interpretativas* (JENSEN, 1995; COSTA, 2018). São também essas comunidades as responsáveis pelas recomendações de conteúdos seguidas pelos jovens.

Entre os participantes de Tavares destacam-se casos de assistência de seriados por Alex, diretamente no *Netflix*, e filmes por Aleta, Alice, Carol e Vinicius. Especificamente no caso de Aleta – que é mãe e praticamente não dispõe de tempo livre e sozinha para assistir o que deseja – para assistir a um filme desejado só foi possível no ambiente de trabalho, usando seu smartphone conectado ao Wi-Fi, sendo a fonte do conteúdo o *Netflix*. Nesse caso, a jovem – que dedica bem menos tempo a esse tipo de consumo – seguiu uma recomendação de “mais assistidos” da plataforma *VoD*.

Independentemente da forma de seleção empreendida, podendo ser as do tipo 1 (fluxo pré-programado), 3 (recomendação/notificação) ou 4 (busca direta), as situações que correspondem a esse fluxo têm como característica o forte interesse do participante por realizar esse tipo de assistência e, no caso dos jovens de Cametá, o esforço de, literalmente, viabilizar formas de conseguir acesso aos conteúdos.

12.6 Fluxo Interacional 6 – Zapping nas redes sociais

Como destacado na descrição deste fluxo no Capítulo 4 – por já ter sido identificado na Etapa Metodológica 6 desta pesquisa –, as situações são sempre online, pois todas são baseadas em vídeos vistos em sites de redes sociais, especialmente o *Facebook* em Cametá e o *Instagram* em Tavares, além do *YouTube* e do aplicativo *WhatsApp* em ambos os municípios.

Nesse fluxo, a fonte de conteúdo é o elemento central, já que os vídeos assistidos são disponibilizados em espécies de grades de conteúdos lineares, estruturadas a partir de diferentes recursos, estes comuns nas diferentes plataformas: stories e status; timeline com função auto-play para vídeos; grupos fechados; canais previamente assinados; além de links ou arquivos enviados via mensagens de chats endereçadas diretamente aos participantes.

Como por muito tempo fizemos via controle remoto na televisão, reconhecemos esse fluxo como um tipo de *zapping*, só que realizado nas *listas de assistências* estruturadas por plataformas online. Ainda que se tenha um controle maior do que se assiste, os conteúdos em vídeo estão cada vez mais agrupados em grades, inclusive com inserções publicitárias recorrentes e difíceis de driblar.

De modo similar ao passeio que fazemos no *super-fluxo televisivo* (JENSEN, 1995), indo de canal a canal, nós acessamos os sites de redes sociais, rolamos a timeline ou os stories para ver o que está disponível, por vezes, sem saber o que assistir. Por isso, neste fluxo o regime de assistência parece variar, podendo ser do “olhar” ou da “olhadela” (FECHINE, 2014), mas também da “leitura”. O regime de assistência proposto considera o grande número de vídeos assistidos sem áudio e com legendas, que demandam níveis de atenção distintos e ritmos outros de leitura, inclusive indo e voltando na narrativa, ou mesmo pausando a passagem do vídeo/imagem/texto, como fazemos ao assistirmos stories/status.

Esse fluxo despontou como o mais comum entre os participantes de Tavares mas também presente entre os jovens de Cametá. Pelos relatos ouvidos em ambos os municípios, ele está relacionado com os cenários de “fazendo uma pausa”, “primeira coisa de manhã” e “logo antes de ir dormir”, identificados por McNally & Harrington (2017), e ainda em situações de espera e/ou deslocamentos breves.

As ocasiões, geralmente viabilizadas via smartphone e sozinhas, estão relacionadas à assistência sem interrupções de vídeos curtos e momentos de procrastinação. O foco é passar o tempo, checar atualizações, se informar ou apenas relaxar/se distrair por alguns minutos, a qualquer horário e em qualquer lugar.

Identificamos cartões de participantes assistindo vídeos aleatórios durante deslocamentos de carro, ônibus, barco, ou mesmo andando na rua, usando fone de ouvido. Há ainda registros de assistência enquanto esperavam ser atendidos, estavam

no supermercado, durante assistência televisiva, em paralelo ao trabalho ou estudo, na academia, e principalmente no quarto deitados na cama antes de dormir ou de levantar.

Por conta dessa versatilidade, o regime de assistência varia de acordo com o tipo de situação (de espera, se acordando ou indo dormir, etc.) além da forma de seleção de conteúdo, sendo de tipo 2 (timeline/stories) ou 3 (recomendação/notificação), e, em reduzidos casos, tipo 5 (acesso a conteúdo pessoal).

Um aspecto importante deste fluxo é a integração entre as plataformas de vídeo. É comum que o conteúdo disponível em uma plataforma seja anunciado em outra, tal como stories de *youtubers* anunciando novas postagens no canal, ou vídeos compartilhados via *WhatsApp* a partir de links que remetem ao *YouTube* ou a postagens no *Facebook*, entre outros. As próprias mensagens instantâneas permitem o envio e incorporação de gifs e/ou outros recursos de imagens em movimento vastamente disponíveis aos usuários.

Da mesma forma, em muitos momentos os jovens acabam assistindo a conteúdos oriundos de *fluxos de canal* de televisão e disponibilizados de forma recortada e/ou editada em canais do *YouTube* e/ou páginas no *Facebook*. Marcos, por exemplo, considerou interessante o fato dos canais de televisão terem perfis nas redes sociais, pois no momento em que ele perde algo na TV, pode assistir a trechos e principais momentos, especialmente de conteúdos esportivos, nas redes sociais via smartphone, onde estiver e a qualquer hora, estando sempre atualizado do que acontece.

Interessante destacar ainda que Edson, Jadir e Alex, únicos jovens identificados no nível de uso de mídia 5 e que se consideram independentes da grade televisiva linear, relataram em seus diários pelo menos um caso em que assistiram sob demanda trechos ou programas televisivos inteiros em plataformas online, com destaque para o *YouTube*. Este fato evidencia o trânsito de conteúdos entre plataformas, incluindo a televisão, o que justifica, segundo Orozco Gómez (2010, 2011), o processo de “trânsito de audiências” da TV para plataformas onde o *televisivo* está, e a partir das quais estabelecemos novas formas de interagirmos com o mesmo.

Sobre o uso constante de redes sociais, fica claro que novos recursos e aparatos tecnológicos de comunicação são parte do processo que leva ao surgimento de novas práticas entre os jovens. É o que evidencia Leandro ao apontar, em tom de crítica, que “[...] os stories, status, o cara já assiste porque tá no automático. [...] Não sei se é modismo”. Na sua entrevista ele indicou a percepção que as mudanças nos aparatos e

nos canais fazem com que ocorram também mudanças nos modos de interação: “Acho que tu vai adequando conforme a plataforma. Acho que vai mudando a plataforma digital desde o *Facebook*, desde do *WhatsApp*. [...] O *WhatsApp* virou um *Instagram*, entendeu? [...] tu também vai mudando. Tu vai acompanhando a evolução” (LEANDRO, 2018).

As mudanças indicadas por Leandro também são percebidas por Marcos e, do mesmo modo, ele encaminha críticas ao lembrar de situações em que estava com um amigo e um primo e, mesmo estando todos juntos, estava cada um olhando para a tela do celular, sem que houvesse interação entre eles. Ainda que esta percepção venha na forma de crítica, também há uma aceitação presente, pois para ele “[...] essa é a geração das redes sociais. Não adianta”, e prossegue, em outro trecho da entrevista, afirmando que entende esta como uma situação negativa, mas inevitável: “[...] então o ser humano tá ligado a isso, então no teu bolso tu carrega tudo da tua vida, sabe? [...] Na minha época, a tecnologia veio depois. [...] E hoje em dia, as crianças pequenas já começam com ‘Galinha Pintadinha²³²’” (MARCOS, 2018).

Ambos os jovens reconhecem pontos negativos em suas próprias práticas de assistência, mas entendem que estas são resultado das possibilidades propiciadas pela tecnologia, e dizem canalizar o tempo investido no consumo de vídeos também para o fluxo que apresentamos a seguir.

12.7 Fluxo Interacional 7 – *Aprendendo com vídeo*

Neste fluxo, a motivação é aprender algo novo, tirar uma dúvida/matar a curiosidade ou, ainda, atender a uma demanda formal de ensino-aprendizagem. Para isso, os jovens assistem uma gama de conteúdos por vezes de difícil classificação. Estes vão de videoaulas e materiais didáticos em vídeo, até conteúdos informativos como tutoriais, palestras sobre temas específicos, entre outros disponíveis em diferentes plataformas online mas também na televisão.

O elemento central, portanto, é o conteúdo, sendo as dimensões fonte, local, horário e forma de seleção variáveis neste fluxo. Isso porque a fonte pode ser desde um AVA – acessado pelo participante para assistir uma aula ao vivo em um determinado horário (forma de seleção de conteúdo 1) –, até a timeline do *Facebook* na qual o sujeito

²³² Um dos mais famosos desenhos de animação direcionados para crianças de até tres anos de idade, que se tornou um grande sucesso no YouTube (HOLZBACH, 2018). Atualmente, é uma franquia de produtos infantis, como brinquedos, jogos, livros, aplicativos e produções audiovisuais.

assiste a uma receita culinária em formato *time-lapse*, ou ainda *YouTube*, no qual, a partir de uma pesquisa orientada, se assiste um vídeo sobre estratégias de xadrez.

Todos estes foram exemplos advindos dos diários dos participantes e evidenciam os diferentes arranjos que fazem para atender a essa motivação. Como relatou Marcos em entrevista, atualmente é possível aprender tudo na internet: “[...] quando eu era mais novo, eu ganhei um violão, eu queria aprender a tocar. Mas eu não tinha tempo nem dinheiro pra pagar um instrutor. Aí eu comecei a procurar no *YouTube*. Eu aprendi, e não só eu, meus amigos” (MARCOS, 2018).

Nestas situações de assistência os jovens estão geralmente sozinhos, usando a tela do notebook para acessar conteúdos relacionados à aprendizagem formal, e no smartphone outros conteúdos que o jovem considera interessante para sua formação. O regime de assistência é do “olhar” e os conteúdos costumam ser curtos e/ou não necessariamente vistos até o final, caso a dúvida tenha sido sanada durante o vídeo. Também podemos reconhecer o uso classificado por Lull (1980) – ainda que ele tenha se referido à televisão – voltado à aprendizagem coletiva, no qual o sujeito resolve problemas, obtém informações a partir de determinado conteúdo audiovisual.

Esse fluxo foi comum no diário de Alice, que declarou em entrevista dedicar a maior parte do tempo para assistir vídeos e aprender algo que considera interessante na internet e/ou realizar as atividades na plataforma da faculdade. A jovem assiste muitas palestras online, estas diretamente relacionadas aos temas estudados nas disciplinas da graduação.

Interessante destacar ainda a percepção dos jovens que cursam Educação Física, tanto em Cametá quanto em Tavares, a respeito do que assistem nas redes sociais e como estes vídeos contribuem para sua formação. Jadir, por exemplo, relatou a assistência de vídeos em páginas de professores de Educação Física no *Facebook*, além de vídeos amadores produzidos por seus colegas de faculdade, compartilhando práticas esportivas realizadas em escolas de Cametá. Já Maicon e Jonas acompanham de forma rotineira vlogs sobre práticas de academia, sobre como realizar determinados exercícios, como adotar práticas de vida saudável em canais de profissionais das áreas de Educação Física, Nutrição, entre outras. Para os jovens, o aprendizado se dá tanto em vídeos de tutoriais quanto em stories publicados pelos profissionais que seguem.

Também é recorrente o consumo de conteúdos de *youtubers*. Ainda que se comportem como novas celebridades a serem seguidas, os *youtubers* atraem por serem

peessoas comuns que vieram do anonimato tal como os participantes, e em seus vídeos assumem sempre o tom de compartilhamento de experiências, de igual para igual, sem hierarquias dos vídeos com funções didáticas explícitas.

Esse é o caso das *youtubers* mães, assistidas por Maria, que compartilham dicas de como estabelecer rotinas para os bebês recém-nascidos: jovens mães que se comunicam com uma jovem mãe. Este parece ser o elo que ultrapassa, por exemplo, a figura da mãe de Maria, que a acompanha diariamente no cuidado com o filho, mas não necessariamente é a pessoa que a jovem busca para tirar dúvidas e/ou pedir conselhos. Exemplos como esse revelam a ampla percepção que os jovens têm de aprendizado. Este processo está relacionado à apreensão de conhecimentos específicos e formais, até gerais e mais ligados ao senso comum. Além disso, essa noção evidencia certa liberdade dos jovens de buscarem vídeos no *YouTube* para tirar suas dúvidas ao invés de, por exemplo, perguntarem a uma pessoa conhecida. Ao que parece, eles se sentem mais à vontade fazendo suas pesquisas na internet do que expondo suas dúvidas ou até uma fragilidade a alguém que conhecem.

Apesar das peculiaridades do consumo de vídeos online, vale notar que o uso dessa linguagem como recurso de ensino-aprendizagem não foi inaugurado com a internet, existindo inúmeras experiências de programas com essa finalidade nas grades das emissoras de TV, ainda que nenhuma tenha sido citada na pesquisa.

Como reconheceram diversos autores (SCOLARI, 2018; GARCÍA-CANCLINI, 2008b; MARTÍN-BARBERO, 2014; JENKINS, 2009; LIVINGSTONE, 2002), as gerações mais jovens tendem a ser as primeiras a assimilarem uma nova tecnologia e isso está diretamente ligado a um processo global e irreversível de disseminação de dispositivos e ambiências digitais. Como observamos nesta tese, especificamente no caso do consumo de vídeos, este cenário demanda o desenvolvimento de novas literacias (SCOLARI, 2018) e *repertórios de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013), sendo o aprendizado com vídeo uma das competências potencializadas neste cenário, no qual os sujeitos podem configurar seus próprios fluxos de conteúdo, explorando linguagens multimodais.

12.8 Fluxos interacionais em perspectiva

Como pudemos observar os fluxos interacionais proporcionam reflexões sobre as práticas de assistência dos participantes, como eles associam diferentes recursos e

quais as suas motivações para essas práticas. Para facilitar a leitura integrada dos fluxos interacionais caracterizados, elaboramos a síntese descritiva apresentada na Tabela 48.

Tabela 48 – Fluxos interacionais identificados

Fluxos interacionais	Fluxo 1	Fluxo 2	Fluxo 3	Fluxo 4	Fluxo 5	Fluxo 6	Fluxo 7	
	Conteúdo favorito	Notícias à mesa	Relaxando em casa	Companhia pela manhã	Ficção no tempo livre	Zapping nas redes sociais	Aprendendo com vídeo	
Motivação	Assistir conteúdo favorito e que acompanha regularmente.	Acompanhar o noticiário. Ter uma programação de fundo durante as refeições com a família.	Relaxar e estar junto/conviver com as pessoas da casa. TV é um ponto de encontro.	Ter a "companhia" de alguém ainda que de forma mediada durante multitarefas. O vídeo é um estímulo para começar o dia.	Assistir ficção quando se tem tempo / Relaxar / Se atualizar e ter sobre o que comentar.	Fazer uma pausa / Ocupar um tempo ocioso/ Antes de dormir ou logo que acorda.	Aprender algo novo, tirar uma dúvida, matar uma curiosidade, atender uma demanda formal de estudo.	
Pluridimensões	Tela	Variável	TV	TV, SmartTV ou TV+Notebook	Variável	Variável	Smartphone	Variável
	Horário	Horário do programa e/ou depois	Início da tarde ou à noite	Noite durante a semana / Tarde noite final de semana	Manhã	Variável	Variável	Variável
	Local	Variável	Sala de estar ou cozinha	Sala de estar ou quarto	Ambiente privado mas variando o local	Sala de estar ou quarto	Variável	Variável
	Tipo de audiência	Preferencialmente, sozinho	Acompanhado	Acompanhado	Variável	Variável	Sozinho	Sozinho
	Conteúdo	Conteúdo favorito	Telejornais (destaque para produção local)	Variável	Preferencialmente conteúdos de conversa/falação ou de música.	Filme ou episódios seriado/série	Vídeos na timeline e/ou canais, além de stories/status	Vídeos informativos/didáticos (tutorial, palestra, videoaula)
	Fonte de conteúdo	Onde o conteúdo é exibido ou pode ser acessado depois	Canais de TV aberta (destaque para <i>Globo</i>)	Variável	Variável	Variável	Sites de redes sociais e <i>WhatsApp</i>	Variável
	Forma de seleção de conteúdo	1, 3 ou 4	1	1, 3 ou 4	1, 3 ou 4	1, 3 ou 4	2, 3 ou 5	Variável
	Regime de assistência	Regime do "olhar" pois demanda atenção (assistir sem perder nada)	Regime da "olhadela" pois o foco está na refeição e momento de encontro da família.	Variável	Regime do "ouvir" já que o foco está no áudio do vídeo.	Regime do "olhar" pois demanda atenção (assistir sem perder nada)	Variável	Regime do "olhar" pois se não prestar atenção não aprende.

Fonte: Criada pela autora.

Como apresentado na Tabela 48, os fluxos interacionais permitem uma maneira estruturada de observar e compreender a combinação tanto das novas quanto das mais tradicionais práticas de assistência de vídeo.

Nos Fluxos 1, 2, 5 e 7 o conteúdo é a dimensão mais importante (destaques em cinza na Tabela 48) e a que delinea os regimes de assistência estabelecidos pelos jovens, bem como os arranjos que fazem para viabilizar o acesso ao conteúdo, como no caso dos jovens de Cametá. Já no Fluxo 6, a fonte de conteúdo é o elemento central, pois independentemente do que se assiste, a motivação é se distrair, fazer uma pausa ou buscar algo rápido que possa ser visto sem necessariamente dedicar grande atenção, como se faz ao acordar ou antes de dormir.

Importante notar que dos sete fluxos apresentados, em quatro o conteúdo é a dimensão central e que motiva sua ocorrência. As demais dimensões que assumem a centralidade nos fluxos, tem ocorrência única sendo elas: horário, local e fonte de conteúdo/provedor. Esse achado vai ao encontro do que os autores (MILLER, 2014; OROZCO GÓMEZ, 2010, 2011, 2014a; SCOLARI, 2014b; CARLÓN & FECHINE, 2014; WILLIAMS, 2016; JENSEN, 1995; FRANÇA, 2006; SIGILIANO & BORGES, 2016) destacam a respeito da força da narrativa audiovisual, que interpela as audiências, independentemente da tela utilizada. E são essas narrativas, que aprendemos a acompanhar a partir da televisão, que nos motiva a assistir vídeos e assim, estabelecer fluxos interacionais diversos para viabilizar esse consumo.

Ainda na Tabela x, podemos observar que os Fluxos 2, 3 e 4 remetem a práticas mais tradicionais de assistência de televisão, com destaque para o potencial agregador destas práticas, seja fomentando o encontro dos membros de uma família ou fazendo companhia a quem está sozinho. Estas práticas parecem ter sido inauguradas pelo hábito de ver televisão, mas foram dinamizadas a partir de outros recursos e das novas possibilidades de arranjos tecidos pelos sujeitos para assistirem o que desejam.

Por esses motivos, em Fluxos como o 4 e o 6, para além da diversidade de arranjos das pluridimensões, ficam evidentes os novos regimes de assistência estabelecidos pelos sujeitos, que tem capital acumulado sobre a linguagem audiovisual, assim como proporcionados pelas novas formas de produção de vídeos, que exploram os elementos constitutivos desta linguagem, de modo a privilegiar apenas um elemento que compõe o conteúdo, e praticamente abrir mão de outro.

Ainda que dentre os sete fluxos, seis tem pelo menos uma dimensão que pode variar, chegando à variação de cinco dimensões no fluxo interacional 7. Isso reforça nosso argumento de que as práticas de consumo de vídeos são cada vez mais diversas e de difícil apreensão, exatamente por que cada jovem pode atender de múltiplas formas uma mesma motivação de consumo. Para isso, cada um aciona os recursos que dispõem em seus contextos individuais e microssocial, mesmo que a motivação seja globalmente comum.

No que concerne à tela, por exemplo, esta foi uma dimensão fixa em apenas três dos sete fluxos caracterizados, sendo duas a TV e suas variações, e em uma o smartphone. As formas de seleção de conteúdo também variam bastante entre os fluxos, com exceção dos Fluxos 2 e 6, que apresentam apenas uma ou duas opções, respectivamente, dada à centralidade da fonte de conteúdo que baseia a assistência.

Fundamental destacar que mesmo com níveis de complexidade distintos, todos os fluxos interacionais identificados na pesquisa, podem ser delineados por jovens com níveis de uso de mídia diferentes, exceto pelo fluxo 6, que é necessariamente online e ocorre via perfis em sites de redes sociais. Como mencionado no início do capítulo, as motivações que regulam cada fluxo se constituem como tendências mais gerais que atravessam, até certo modo, as práticas de consumo de vídeos dos participantes.

Importante registrar que as dimensões formas de seleção de conteúdo e regimes de assistência surgiram ao longo do processo analítico, não tendo sido identificadas de imediato quando a proposta de fluxos emergiu. No caso da primeira, essa se mostrou aspecto decisivo para a descrição das práticas de consumo e se tornou variável integrante da categoria nível de uso de mídia. Já no caso da segunda (regimes de assistência), por ser ainda mais subjetiva, seu reconhecimento como variável para adensamento da análise ocorreu apenas quando caracterizamos os fluxos interacionais, ou seja, na etapa final da pesquisa. Isso impossibilitou o aprofundamento dessa dimensão, ainda que tenhamos agora clareza da sua importância para a caracterização dos fluxos interacionais, caminho este que fica aberto para estudos futuros.

12.9 Jovens brasileiros e belgas em relação

Diante das possibilidades de contato com múltiplos cenários ao longo da pesquisa, não poderíamos concluir este trabalho sem relacionar – ainda que de forma breve – os achados da pesquisa realizada no Brasil com os que se evidenciaram no pré-teste realizado com jovens em Leuven, na Bélgica.

Mais do que uma ilustração, a aproximação entre esses dados parece confirmar os argumentos apresentados ao longo do trabalho, de que as práticas de consumo de vídeos são necessariamente constituídas de elementos macro, micro e individuais. Logo, seja qual for o local onde o consumo se processa, as pluridimensões são articuladas pelos participantes a partir de seu contexto imediato, mas geralmente tem motivações comuns, estas pertencentes a uma cultura de consumo global que assimilamos no contato com os conteúdos *televisivos* e com uma espécie de “amálgama linguístico-estético” (OROZCO GÓMEZ, 2014a), com o qual desenvolvemos familiaridade. Segundo Orozco Gómez (2014a) é a partir dessa assimilação dos modos de ver e dos ritmos próprios do conteúdo que nos tornamos audiências e assim aprendemos a negociar os referenciais provenientes da tela com nossos contextos imediatos.

Por esses motivos, o cenário de *convergência midiática* é propício para outros tipos de comportamento do público *televisivo*, estes que atravessam fronteiras e que costumam envolver de forma mais imediata as gerações mais jovens, a partir dos capitais já acumulados como audiências formadas pela televisão. A prova disso é verificarmos que tanto na pesquisa feita no Brasil (Cametá e Tavares) quanto na Bélgica (Leuven), os participantes da faixa etária estudada (18 a 24 anos) declararam terem iniciado suas práticas de consumo de vídeos a partir da televisão, ainda que a maioria tenha se desprendido da assistência via grade de programação linear.

Além do estabelecimento de novas preferências por formatos de conteúdo, iniciadas em plataformas online, tanto as jovens em Leuven quanto os brasileiros conseguem atender seus interesses pelo *televisivo* sem usar a televisão. Pela integração entre as plataformas e o trânsito de conteúdos que caracteriza o cenário de convergência, os jovens com níveis de uso de mídia mais altos circulam em ambiências variadas, lidam com as dinâmicas de fruição próprias de cada plataforma, e assistem o que desejam. Esse processo evidencia que mesmo os que não estão mais

sob a “regência” do ritmo da televisão, se filiam a grades lineares, encadeadas automaticamente por praticamente todas as plataformas virtuais de conteúdo.

Nesse sentido, é interessante visualizar a classificação das participantes de Leuven por nível de uso de mídia, em perspectiva com os de Tavares e Cametá (Tabela 49).

Tabela 49 – Distribuição dos participantes por níveis de uso de mídia

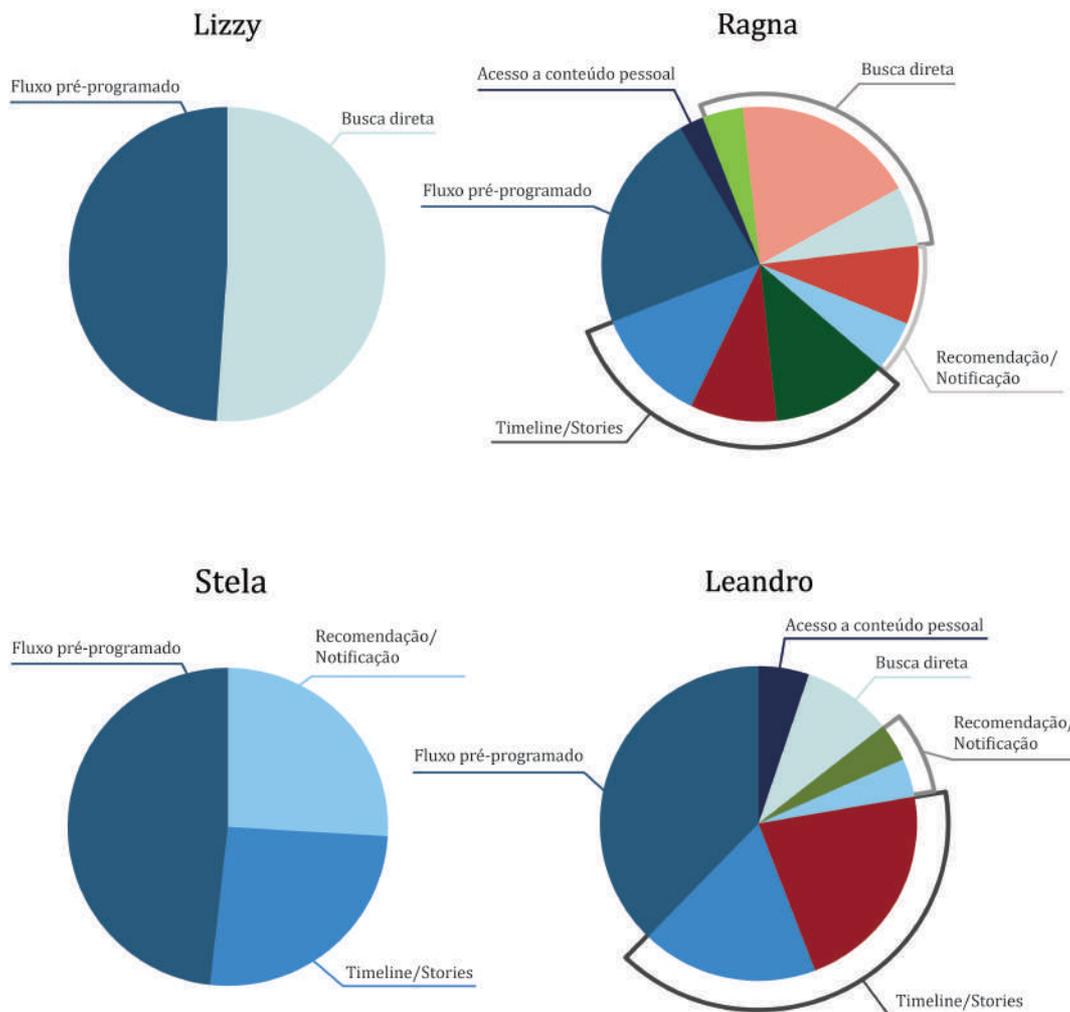
Nível de uso de mídia	Cametá	Tavares	Leuven
Nível 1	Leide	*	*
Nível 2	Camilo, Elisa, Maria e Malu	Vinicius, Aleta e Carla	*
Nível 3	*	Leandro e Stela	Lizzy e Ragna
Nível 4	Any, Marisa, Eder e Gaspar	Alice, Jonas, Carol e Marcos	Nadia, Karlien, Marije, Anne e Eline
Nível 5	Edson e Jadir	Alex	Lore, Lisi e Matya

Fonte: Criada pela autora.

Tal como ocorreu nos municípios brasileiros, o nível 4 foi o mais recorrente entre os participantes. A principal característica em ambos os países é que mesmo assistindo a 60% ou mais de conteúdos em plataformas digitais online, estes jovens mantem seu interesse por conteúdos *televisivos* e, inclusive, assistem os mesmos de forma online quando perdem os horários de exibição. Um aspecto muito marcante entre as jovens em Leuven foi a busca que faziam por conteúdos advindos da TV em plataformas como *YouTube*, as de VoD das próprias emissoras, ou ainda suas fanpages no *Facebook*. Os motivos em alguns casos foi o fato de não disporem de televisão em suas residências estudantis.

Interessante destacar que a TV foi o único recurso comum a todos os jovens brasileiros, seguido de smartphone com internet móvel no caso dos participantes de Tavares. Diferentemente dos brasileiros, entre as participantes de Leuven, as condições existentes comuns foram um smartphone e um notebook de uso individual, além de acesso permanente a Wi-Fi em casa e nos ambientes de estudo. A TV era acessada por sete delas na casa dos pais, aos finais de semana. Apenas três jovens contavam com TV onde moravam e podiam assistir de forma diária.

Dessas três participantes, duas delas foram classificadas como pertencentes ao nível de uso de mídia 3 (Lizzy e Ragna), por manterem certo equilíbrio entre as práticas de consumo de TV e de outras plataformas. Esse aspecto pode ser observado nos gráficos de cada jovem apresentados em perspectiva com os de Stela e Leandro, jovens brasileiros do nível de 3 (Gráfico 17).

Gráfico 17 – Participantes brasileiros e belgas com nível de uso de mídia 3

Fonte: Criado pela autora.

Todos os participantes de nível 3 assistiram vídeos a partir de condições existentes, sendo que Leandro e Ragna também criaram as condições, mesmo que de modo parcial. Nos dois casos, isso ocorreu por indisponibilidade de Wi-Fi em casa - problemas técnicos no Wi-Fi de Ragna e ausência no caso de Leandro. Outro ponto comum entre Leandro e Ragna foi o fato de durante a pesquisa terem gravado vídeos e terem assistido a eles, conforme relatos feitos nos diários.

No que tange aos jovens de nível de uso de mídia 5 (Gráfico 18), destaca-se o baixíssimo nível de assistência direta na televisão, inexistente no caso de Matya, Alex e Lise²³³.

²³³ Os dois últimos jovens têm a forma de seleção de conteúdo tipo 1 nos seus gráficos, mas estas remetem a situações de assistência de vídeos por estarem em um local específico e não porque os assistiram na televisão.

Gráfico 18 – Participantes brasileiros e belgas com nível de uso de mídia 5



Fonte: Criado pela autora.

Outra semelhança é o fato de todos explorarem pelo menos quatro formas distintas de seleção de conteúdo, sendo a do tipo 3 (via recomendação/notificação) mais comum entre as participantes de Leuven e tipo 4 e 2 (busca direta e via timeline/stories) entre os de Cametá e Tavares.

Um aspecto específico dos brasileiros foi que, com exceção de Jadir, Alex e Edson, precisaram criar as condições de assistência por não dispô-las em casa. No caso de Alex, o interesse foi assistir vídeos em situações em que não necessariamente precisava estar online, tal como a que motivou as situações representadas pela fatia verde no gráfico de Lise. Já Edson não dispunha das condições, por isso se deslocou até a casa do amigo, como já detalhado.

Dentre os seis jovens desse nível de uso de mídia, Edson foi o que mais assistiu diretamente TV, seguido de Lore, que assistiu a muitos conteúdos *televisivos*, mas a maioria de forma conectada, já que não dispunha de um aparelho de TV na residência estudantil.

Quanto à assistência do *televisivo* em plataformas online, vale destacar que mesmo sendo os mesmos conteúdos, os regimes de assistência variam de acordo com o arranjo das pluridimensões e das formas como os vídeos foram selecionados. Uma mudança considerável é que no caso dos vistos online, os jovens podem rever os conteúdos quantas vezes desejarem, bem como assistirem por trechos e apenas os que mais interessam, motivo pelo qual a maioria dos vídeos é disponibilizada de forma fragmentada, com destaque para os melhores momentos do programa. Essa prática de consumo foi identificada em todos os municípios brasileiros, assim como entre várias das jovens em Leuven.

Dentre os sete fluxos interacionais apresentados, três deles foram identificados no pré-teste realizado na Bélgica, sendo os de número 1, 3 e o 6. No caso dos fluxos 1 e 3, observamos uma diversidade maior de arranjos tecidos pelos jovens, incluindo os que remetem a práticas bastante tradicionais de assistência televisiva, nos quais os participantes se organizam para atender uma motivação de assistência no horário de exibição do programa favorito na grade de programação linear.

Especificamente no caso do Fluxo 6, as práticas de assistência parecem ser as mesmas, com destaque para a visualização de stories no *Instagram* e no *Facebook* entre as jovens em Leuven e os de Tavares, assim como vídeos nas timelines e fanpages de sites de redes sociais, comuns a todos os participantes da pesquisa, exceto Leide, única classificada no nível de uso de mídia 1.

Sobre o Fluxo 5, relacionado à assistência de filmes ou seriados, é importante destacar que este engloba as situações de assistência estabelecidas pelas participantes de Leuven no Fluxo “*Qualquer coisa na Netflix, quando eu estou livre*”, apresentado no Capítulo 4. No Fluxo 5, porém, nos referimos a uma motivação que vai além de assistir conteúdos de uma fonte específica (*Netflix*) quando se tem tempo livre. Nesse caso, a motivação é assistir filmes e seriados, pelos quais os jovens nutrem grande interesse, em plataformas as mais distintas possíveis, incluindo a televisão.

Diferentemente da Bélgica, o *Netflix* foi uma fonte de conteúdo utilizada entre poucos jovens brasileiros, especificamente de Tavares. Seus conteúdos, porém, são de interesse de todos os participantes da pesquisa. Em Leuven e Tavares, as assistências se deram tanto diretamente na plataforma, seja via conta própria, compartilhada ou emprestada, de forma online, ou baixada via aplicativo da *Netflix*. Já em Cameté e também em Leuven, ocorreram casos de assistência via ambientes ilegais para download ou visualização online, tais como *Popcorn Time* ou gerenciadores de arquivo *bittorrent*. Seriados como ‘Stranger Things’ e ‘Breaking Bad’, por exemplo, foram citados por participantes das três cidades.

Quanto aos demais fluxos interacionais delineados pelos jovens do Brasil, o sétimo, relativo a aprender com auxílio de vídeos, também pode ser atribuído às participantes de Leuven, ainda que não destacado no primeiro momento de análise no pré-teste. No caso das participantes em Leuven, a tela mais usada entre as jovens foi o notebook e os conteúdos citados foram tutoriais, dicas de estudo, curso de idiomas, palestras, entre outros conteúdos, incluindo os que elas assistiram dentro de sala de aula na graduação e que reportaram nos diários. Um aspecto interessante foi a percepção das jovens quanto à assistência de conteúdos estrangeiros como fundamental para o aprendizado do inglês, idioma que se configura quase como uma segunda língua para a maioria delas. No Brasil essa prática foi relatada apenas por Alex, que tem pretensões profissionais a partir do domínio do inglês.

No caso do Fluxo 4 (companhia pela manhã), apesar de identificadas algumas situações entre as participantes em Leuven, este não foi tão evidente. Acreditamos que isso se justifica pelo fato das jovens terem rotinas mais rígidas e com agenda de atividades mais intensas que a maioria dos participantes brasileiros. Da mesma forma, por residirem em uma cidade universitária, as jovens estão sempre em contato com outros estudantes, inclusive compartilhando áreas comuns nas residências estudantis, o que dificultaria a seleção de um conteúdo que fizesse companhia a

todos. Poucos casos foram identificados nessa perspectiva – como um jantar na cozinha compartilhada da residência de Anne, em que a TV estava ligada, e a assistência/audição de videoclipes por Marije enquanto estudava –, mas não necessariamente ocorreram pela manhã como no fluxo interacional delineado pelos brasileiros.

Mesmo com bagagens culturais absolutamente diferentes dos jovens brasileiros e com condições de assistência discrepantes, entendemos haver muito mais convergências do que diferenças entre as práticas de consumo de vídeos dos participantes de Cameté e Tavares e de Leuven. Um aspecto marcante nesse sentido foi verificar que nos três municípios o consumo de vídeos continua sendo uma prática privada, apesar dos múltiplos recursos para assistir vídeos em qualquer lugar e a qualquer momento, totalmente disponíveis para as jovens em Leuven e para alguns de Tavares.

Dentre as participantes em Leuven, apenas duas relataram dispor de internet móvel para assistir vídeos. Mesmo tendo condições para tal, não o fazem por preferirem utilizar seus créditos para outras atividades (trocar mensagens, por exemplo), ou mesmo para não estarem sempre conectadas. Para os participantes brasileiros, porém, essa foi a única forma de conexão disponível e, especificamente para alguns participantes de Cameté, nem mesmo foi uma opção já que não há cobertura de sinal de telefonia nas localidades onde moram.

Apesar de, por vezes, limitados por seus contextos microssociais, os jovens que contam com menos condições de assistência não desconhecem e, ao contrário, buscam formas de se inserir em um contexto maior de consumo de vídeos. Ainda que com *repertórios de mídia* mais recentes, estes conhecem as possibilidades, buscam formas de viabilizá-las, chegando mesmo a superar os níveis de uso de mídia de jovens que tem todas as condições à disposição, mas que por preferências individuais não dinamizam suas práticas de consumo para muito além do que já faziam quando assistiam apenas televisão.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Literalmente uma pausa. Assim encaramos o momento de escrita das considerações finais desta tese. Um momento que se parece ao de quando assistimos, de forma imersiva, algo que gostamos muito, sem perder nenhum detalhe. Mas, infelizmente, o capítulo e a temporada da telenovela acabam, e fica a sensação de que a narrativa poderia seguir, mas é necessária uma pausa. Como na situação de assistência, a pausa nos permite assimilar ao que vimos, perceber como a narrativa assistida (e, no caso da tese, relatada) nos demandou atenção e o quão envolvido, estivemos com ela.

Por isso, nesse momento de pausa apresentamos reflexões sobre os resultados e contribuições diretas da tese, e ainda algumas percepções e relatos sobre nosso envolvimento ao longo desse processo de investigação. Essa narrativa foi dividida em cinco tópicos principais: (i) fluxos interacionais: uma proposta teórico-conceitual; (ii) potencialidades da estratégia metodológica; (iii) limitações; (iv) desafios da pesquisa no interior do Brasil; (v) pesquisa-vida.

Fluxos interacionais: uma proposta teórico-conceitual

A partir dos capítulos anteriormente apresentados, acreditamos ter sido possível atender ao objetivo geral desta pesquisa, que era mapear e caracterizar os fluxos interacionais para o consumo de vídeo delineados por jovens (18 a 24 anos) de dois municípios localizados no interior do Brasil, Cametá (PA) e Tavares (RS).

Acreditamos que os sete fluxos apresentados no Capítulo 12 seja uma contribuição da tese. Com a proposta noção de fluxos interacionais estamos reivindicando o reconhecimento de uma diversidade de práticas de consumo de vídeo delineadas por diferentes públicos e evidenciadas em nosso estudo com jovens do interior do Brasil.

A proposta teórico-conceitual dos fluxos interacionais demanda o estudo de processos de consumo que já estão em curso e que exigem arranjos tanto teóricos quanto metodológicos distintos para captura e análise dos regimes de assistências de (FECHINE, 2014; LULL, 1980; LEE & LEE, 1995) de vídeo no geral, para além do *televisivo* (OROZCO GÓMEZ, 2011). Entre as vantagens da perspectiva está a de possibilitar uma visão geral sobre as práticas de consumo de vídeos e o detalhamento de como os sujeitos articulam as diferentes pluridimensões dos fluxos interacionais, baseados em seus contextos, competências midiáticas (SCOLARI, 2018) e *repertórios de mídia* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013).

Como demonstrado na apresentação dos sete fluxos interacionais identificados, as possibilidades de articulação e montagem das situações de assistência são inúmeras e cada uma delas apresenta especificidades e marcas dos contextos individual e microsocial dos sujeitos, ainda que as motivações que fomentem as situações de assistência sejam comuns e inclusive tenham sido inauguradas pela televisão.

Do ponto de vista metodológico, a perspectiva dos fluxos interacionais também se revelou produtiva para mapear e caracterizar as práticas de consumo midiático entre jovens, já que fornece aspectos teóricos de fundo e orienta a montagem de um desenho metodológico híbrido, baseado em instrumentos estruturados e semiestruturados. Apesar de termos trabalhado com instrumentos que orientaram a construção de dados de forma bastante orientada, isso não impediu que a riqueza do fenômeno estudado se evidenciasse e outros aspectos pudessem ser suscitados no preenchimento do diário e durante as entrevistas. Acreditamos que, diante da dispersão das práticas de consumo de vídeos, ter lançado mão de instrumentos estruturados foi decisivo para os resultados apresentados nesta tese.

Ao compreendermos a abrangência do cenário de *convergência midiática*, ficou ainda mais evidente não ser possível estudar as práticas de consumo midiático como processos unidimensionais. Ao contrário, no caso do consumo de vídeos, este se processa a partir de conexões pluridimensionais tecidas pelos sujeitos e que demandam cada vez mais competências (SCOLARI, 2018) e *repertórios de mídia*

(HASEBRINK & HÖLIG, 2013), que vão além dos acumulados a partir das interações com a televisão e seus conteúdos. Ainda que estes elementos componham o repertório cultural de todos os nossos participantes, outras competências são requisitadas e é a partir destas articuladas com seus contextos microssociais, que os participantes constroem distintos níveis de uso de mídia, elemento chave para a compreensão dos fluxos interacionais.

Para estabelecer uma forma de mapear as pluridimensões constitutivas do fenômeno estudado, foi fundamental reconhecer a *tripla articulação* identificada em estudos de televisão (COURTOIS, 2012; COURTOIS *et al.*, 2012), sendo TV compreendida como *tecnologia, texto e contexto*, estas acionadas de forma simultânea em uma mesma interação, mas separadas para fins de análise. Foi a partir desse conceito que conseguimos reconhecer algumas das pluridimensões constitutivas do fluxo interacional e a importância de necessariamente estudá-las de forma integrada para compreensão das práticas de consumo de vídeo. Além disso, foi a partir desse tensionamento/articulação que tivemos a confirmação que a proposta teórico-conceitual dos fluxos interacionais, de fato ia além do contexto já alcançado pelos estudos de televisão, ou por pesquisas que privilegiam plataformas de conteúdo específicas, estas analisadas de modo isolado. Entendemos que as pluridimensões que compõem o fluxo interacional potencializam cada uma das três articulações já reconhecidas e que as práticas de consumo de vídeo parecem não mais se estruturar em apenas três articulações.

A dimensão *fonte de conteúdo/provedor*, por exemplo, parece borrar a fronteira das articulações *texto e tecnologia*. Atualmente são tantas as janelas de conteúdo existentes e acessíveis em diferentes telas que elas implicam competências tanto de uso e gerenciamento, propriamente dito, da tecnologia, quanto de leitura de textos, já que cada janela e conteúdo apresenta materialidades e formas de organização distintas.

O interesse pelo vídeo ou por seu encadeamento em determinada sequência/grade de conteúdo é o que atrai o sujeito e suscita elementos para produção de sentido ao longo da fruição, por vezes fragmentada pela troca do regime de assistência entre telas e/ou multicanais dentro de uma mesma tela. Ao mesmo tempo, é pelo interesse por assistir a múltiplos conteúdos e tecer seus próprios fluxos, que os sujeitos acionam hoje variadas dimensões para viabilizar o momento de assistência.

Como identificamos ao longo da tese, trata-se de uma capacidade que vai além da produção de sentido a partir de vídeos. O consumo atualmente implica capacidades de gerenciamento tácito de recursos tecnológicos disponíveis e que apresentam alguma materialidade por serem produto ou serviço (com destaque para tela e conexão à internet). Isso é seguido pela capacidade de escolha/seleção de *fontes de conteúdo/provedores*, cada um com sua lógica de funcionamento e distribuição dos vídeos, e então montagem de sequências do que se deseja assistir via uma ou mais fontes.

Para compreensão dessa capacidade de gerenciamento de tecnologia para o consumo de vídeos, acionamos o conceito de *modos de comunicação* (HASEBRINK & HÖLIG, 2013), que privilegia os modos como os próprios sujeitos definem e descrevem suas atividades de consumo midiático em uma situação concreta. Mais que uma contribuição do ponto de vista teórico, esse foi aspecto chave para a metodologia do trabalho, especificamente para a postura que estabelecemos na análise dos dados construídos em campo. Ao invés de partir de categorias analíticas prontas, optamos por deixar que essas se evidenciassem no contato com a empiria, assim como ocorreu no caso dos fluxos interacionais.

Esse foi o caso da categorização proposta para gêneros/formatos dos conteúdos assistidos pelos jovens. Ainda que tenhamos partido de estudos anteriores (SOUZA, 2004; FECHINE, 2001; FREIRE FILHO & BORGES, 2011), buscamos inferências nos próprios modos como os jovens se referiram aos conteúdos assistidos.

Também orientadas pela perspectiva dos *modos de comunicação*, consideramos válido todo o conteúdo assistido registrado pelos participantes em seus diários. Para nós essas são evidências de suas percepções a respeito do que é ou não vídeo no contexto vivido. Totalizando os registros de Cametá e Tavares, 50 tipos diferentes de gêneros/formatos foram identificados, que variaram de gifs a programas jornalísticos e vídeo chamadas feitas via *WhatsApp*. Estes são exemplos que reforçam a necessidade de estudos científicos sistemáticos no que tange à categorização dos tipos de conteúdos que circulam nas múltiplas plataformas existentes, que exploram os elementos constitutivos da linguagem audiovisual de formas variadas, e a partir dos quais novos regimes de assistência são estabelecidos, tal como o do “ouvir” e o da “leitura”, identificados e analisados nesta tese.

Isso porque os vídeos identificados nesta não aderem mais a dualismos como bom ou ruim, arte ou entretenimento, profissional ou amador. As fronteiras entre hábitos de produção e consumo se atenuaram. Uma mesma linguagem pode ser

expressa via incontáveis formatos e gêneros, de curtíssima até longa duração, e que suscitam novos regimes de assistência. Produzidos por grandes grupos de mídia com equipamentos profissionais ou gerados por sujeitos comuns de forma amadora, a partir de seus próprios dispositivos móveis, por vezes quase sem recursos de captura e edição de som e imagem.

Acreditamos que a proposta da tese, especialmente a partir da categoria de níveis de uso de mídia, vai ao encontro da discussão dos estudos de consumo (MILLER, 2001, 2007; SLATER & MILLER, 2007; ROCHA, 2005, 2013; GARCÍA-CANCLINI, 1993, 2008a, 2008b; DOUGLAS & ISHERWOOD, 2004), que reivindicam atenção para o consumo com prática social, que vai além da posse ou do uso de um objeto ou uma mídia. O consumo se configura como uma prática social a partir delas atuamos no mundo e nos relacionamos. E essas práticas, como vimos a partir do consumo de vídeos, são resultado da articulação que os próprios sujeitos fazem a partir dos seus contextos imediatos (individual, microsocial e macrosocial).

Potencialidades da estratégia metodológica

Como explicitado na primeira parte desta tese, o desenho metodológico da pesquisa foi se constituindo gradativamente, conforme íamos tendo contato com diferentes pesquisadores e projetos e conforme a noção de fluxo interacionais, oriunda da primeira pesquisa de campo exploratória, ia se solidificando do ponto de vista teórico. A partir do conceito de fluxo interacional e suas dimensões, foi possível operacionalizar o desenvolvimento metodológico deste estudo e elencar o que precisava ser mapeado e verificado entre os jovens pesquisados.

A decisão por trabalhar com o estudo de diários, logo que tivemos a inspiração no projeto *NPO*, foi fundamental e estratégica ao desenvolvimento deste estudo. Como analisamos, o estudo de diários e os registros feitos pelos participantes em cartões, permitiram a visualização de uma espécie de “flagrantes” dos momentos de assistência, estes compostos por distintos arranjos das pluridimensões constitutivas do fluxo interacional. Assim, em cada cartão obtivemos o registro de uma configuração específica de assistência de vídeo. Situações que seriam impossíveis de serem observadas e capturadas se não fosse o próprio jovem o relator de suas práticas.

O diário isolado, porém, não permitiria chegarmos à riqueza de dados empíricos construídos na pesquisa de campo e nem mesmo em Leuven, durante o pré-teste. O potencial parece estar na associação estabelecida entre o estudo de diários – esse

usado para compreensão de práticas correntes e presentes – com entrevistas semiestruturadas e individuais, estas não apenas com foco na complementação do que havia sido registrado nos cartões, mas também voltada ao levantamento de informações sobre o *repertório de mídia* do participante, dados sobre disponibilidade de tecnologia, entre outros aspectos. Essa associação foi estratégica para viabilizar o processo de construção de dados conjuntamente com os participantes.

Um fator decisivo para o envolvimento dos jovens foi a existência de uma materialidade para que eles utilizassem em todos os momentos da pesquisa, do recrutamento até a entrevista. Mais que recursos de sistematização de dados usados pelos jovens para basear seus relatos durante a entrevista. Acreditamos que as materialidades se tornaram um atrativo para os participantes.

Entre os fatores que determinaram a participação dos jovens, elencamos dois principais: (i) o material da pesquisa atraiu a curiosidade e em alguns casos despertou interesse por permitir a auto-observação; (ii) a participação da pesquisa foi uma espécie de distinção para alguns, pois se sentiram reconhecidos e valorizados.

Uma evidência do primeiro fator foi o [vídeo gravado por Alex](#), no qual ele explica com entusiasmo ao seu namorado o funcionamento da pesquisa, mostra o material e relata o grande interesse de participar da pesquisa.



<https://goo.gl/sXqaC2>

Sobre o reconhecimento proporcionado pela pesquisa, este foi evidenciado no relato dos jovens ao final da entrevista, que destacaram o valor de serem ouvidos como jovens que moram no interior e tem uma origem rural. Segundo eles, isso nunca ocorre, nem mesmo dentro de suas famílias, e por isso a pesquisa foi um momento marcante nesse sentido. Vale ressaltar o zelo de vários participantes no preenchimento dos cartões e no trato de modo geral com o material da pesquisa, chegando a haver casos em que a caixinha foi personalizada (Any, de Cametá).

Do ponto de vista analítico, a estratégia metodológica se mostrou propícia à caracterização de uma pluralidade de associações/combinções feitas pelos participantes com os recursos disponíveis em seus contextos de consumo de vídeo. Essa foi facilmente apropriada por diversos perfis de jovens, com diferentes níveis de escolaridade, renda, repertórios culturais, entre outros aspectos.

A partir da análise dos diários foi possível identificar detalhes do momento de assistência relatado, como e qual foi o conteúdo, se este foi assistido por mais de uma pessoa no lugar onde vive, a ponto de reconstruir como as situações de assistência

ocorreram, como se literalmente estivéssemos em *locus* fazendo observação direta, mas sem as implicações da presença do pesquisador para os sujeitos observados.

Entre os fatores que contribuíram para o sucesso da estratégia definida se destaca o pré-teste realizado com jovens universitárias em Leuven. Este foi um piloto tanto da construção dos dados juntos às participantes, quanto para o reconhecimento das demandas de análise do material construído (diário+entrevista). O pré-teste foi um passo decisivo para que firmássemos os pilares de desenvolvimento desta tese, tanto do ponto de vista teórico quanto metodológico.

Limitações

Como em toda investigação, as dificuldades e limitações estiveram presentes, sobretudo no que tange à estratégia metodológica proposta. Acreditamos que ao evidenciarmos as potencialidades, mas também as limitações, facilitamos a adaptação e apropriação do arranjo metodológico em outros estudos sobre práticas de consumo midiático, a serem realizados diferentes locais, públicos e objetos midiáticos.

Apesar de não considerarmos o fato do diário ser impresso como uma limitação, mas sim um ponto que atraiu os participantes, é preciso reconhecer que este formato demandou um tempo maior de sistematização e análise do que no caso de um diário digital, já linkado a uma base de dados online.

Como já mencionado, porém, nossa intenção foi que o diário de uma pesquisa como a nossa, que envolveu jovens rurais, pudesse ser levado pelos participantes para onde quer que eles fossem, e sobretudo, pudesse ser preenchido independentemente da disponibilidade de tecnologia e conexão à internet.

Devido ao formato do diário, também enfrentamos algumas dificuldades em compreender a escrita de alguns dos participantes no momento em que estávamos digitando o conteúdo dos cartões na base de dados. Também conseguimos implementar um nível muito baixo de automação para a análise de dados, o que foi um desafio considerando a quantidade significativa de material construído com base nos diários e gravações das entrevistas.

No que tange ao preenchimento do diário pelos participantes, notamos:

- Baixa acuidade no registro do tempo de início e fim das situações de assistência.
- Presença de erros de grafia identificados nos cartões, especialmente no nome dos conteúdos assistidos, o que dificultou a identificação de alguns exemplos de conteúdo citados nos cartões.

- Dificuldade de classificar os vídeos que assistiram por gênero/formato, aspecto que é próprio do cenário investigado, e que se configurou como um desafio desta tese.

Além disso, do ponto de vista da construção do material do estudo de diários, destacamos as seguintes limitações:

- Ausência de cartões perfis voltados à coleta de dados sobre renda e gênero dos participantes. Essas informações não foram inseridas no pré-teste em Leuven para não gerar constrangimento entre as jovens estrangeiras, mas por um lapso não retomadas quando preparamos o material do estudo de diários para pesquisa de campo no Brasil.
- Ausência nos cartões de uma opção para conteúdos gravados, o que dificultou a classificação de algumas situações de assistência. Isso dificultou os processos de identificação e classificação de alguns exemplos de conteúdo relatados pelos participantes em seus cartões.

Outro ponto crucial sobre a estratégia metodológica proposta, que poderia ser considerada uma limitação, foi que, para alguns dos participantes, o processo de auto-observação foi além dos aspectos do consumo de vídeo. Em alguns casos, promoveu reflexões mais profundas, às vezes difíceis para eles e intimamente relacionadas a problemas pessoais como depressão, algumas situações enfrentadas em seus lares, diretamente relacionadas à maneira como assistem a vídeos, mas também sobre suas carreiras profissionais e planos futuros.

Apesar de algumas dessas situações revelarem o potencial do arranjo metodológico estabelecido, pois permitiu que os jovens refletissem e identificassem características até então desconhecidas sobre suas próprias práticas, para jovens em condições de vulnerabilidade social como alguns dos participantes, é necessário que pesquisas com esse viés de participação e envolvimento sejam conduzidas de forma cuidadosa, para não suscitar experiências negativas entre os sujeitos.

Do mesmo modo, para além de confidenciarem aspectos pessoais que iam além do escopo do estudo, alguns participantes demonstraram esperar um comentário e/ou avaliação de nossa parte quanto ao que tinham desenvolvido e como tinham se saído na pesquisa, aumentando ainda mais a responsabilidade e o envolvimento do pesquisador na situação.

Nesse ponto, reconhecemos ainda as implicações de um estudo de viés qualitativo com número limitado de participantes, se comparado ao alcance de

pesquisas quantitativas. Como defendido ao longo do trabalho, porém, diante de um cenário de múltiplas possibilidades de consumo de vídeos em variadas plataformas, o caminho da pesquisa qualitativa se revelou decisivo para o mapeamento das práticas de forma verticalizada.

Além disso, foi a partir da estratégia metodológica proposta, essencialmente qualitativa, mas com levantamento quantitativo por meio do diário, que foi possível identificar como as práticas de consumo de vídeos efetivamente acontecem. E ainda compreender quais as motivações dessas práticas nos diferentes contextos (individual, microsocial e macrosocial) dos sujeitos.

Embora tenhamos trabalhado com grupos de jovens rurais específicos, estes tinham perfis bastante heterogêneos entre si e suas similaridades do ponto de vista etário, de escolaridade e de renda não foram fatores determinantes para definição dos fluxos interacionais encontrados. Ao contrário, dentre os fluxos identificados no Brasil, estiveram três dos quatro mais recorrentes entre as jovens belgas, que experenciam uma realidade sócio-cultural completamente distinta dos participantes brasileiros.

Do ponto de vista teórico, destacamos a necessidade de melhor explorar a categoria analítica dos níveis de uso de mídia em estudos futuros, dado seu potencial para pesquisas sobre práticas de consumo midiático, estas diretamente relacionadas à compreensão das competências transmidiáticas e repertórios de mídia dos sujeitos.

Outro aspecto levantado por esta tese, que exige mais investimento, é a classificação proposta para gênero/formato de conteúdo nesse cenário multiplataforma. Sabemos que esse ponto não foi suficientemente explorado no trabalho, mas certamente abriu caminho para discussões em futuras publicações.

Especificamente quanto ao uso do diário proposto, deixamos algumas recomendações para estudos futuros:

- Ampliação das instruções contidas no diário.
- Leitura das instruções no momento do recrutamento para esclarecimento de dúvidas do participante antes do início do preenchimento.
- Transferência de uma pergunta extra para o cartão formulário, sendo esta relativa a como o participante começou a assistir o vídeo. Esse dado se mostrou fundamental para a posterior identificação das formas de seleção de conteúdo, variável que associada às condições de assistência permite a classificação dos jovens por níveis de uso de mídia.

Desafios da pesquisa no interior do Brasil

Dada a abrangência do cenário de *convergência midiática* e consequente transformação dos usos dos aparatos midiáticos para assistir vídeos, consideramos decisivo termos estabelecido mais de um ponto de referência para o estudo com jovens.

Adentrar no interior do Brasil revelou a riqueza de práticas que se processam nesses lugares. Ainda que dificultadas e, por vezes, limitadas pelas condições de assistência disponíveis, as práticas relatadas pelos participantes se aproximam e muito das que ocorrem em grandes centros urbanos e de forma global, vide exemplo das participantes de Leuven.

Como revelado nesta pesquisa, todos os fluxos interacionais identificados podem ser observados nos dois municípios brasileiros, e cinco deles também em Leuven. As motivações são comuns e a diferença está em como os jovens combinam as pluridimensões constitutivas dos fluxos interacionais (tela, tipo de audiência, horário, local, conteúdo, fonte de conteúdo, forma de seleção de conteúdo e regime de assistência), a partir de seus contextos microssociais e níveis de uso de mídia.

Diferentemente do que Livingstone (2002) reconheceu ter ocorrido em outros lugares, em que as casas estão *saturadas de mídia*, em Cameté e em Tavares isso não se evidencia, nem mesmo para os jovens com maior disponibilidade de tecnologia. Ainda que tenha um papel importante e venha gradativamente alcançando níveis de penetração mais altos – como vimos no Capítulo 6 –, a tecnologia não tem papel central nas famílias dos jovens participantes, mas sim coexiste com as demais formas de *interação comunicativa* que delineiam as relações entre os moradores da casa. Do mesmo modo, a tese revelou que os participantes da pesquisa se constituem como pertencentes às primeiras gerações de moradores desses municípios que desenvolveram competências e *repertórios de mídia* a partir do uso de tecnologias digitais, não sendo estes necessariamente conhecidos por seus pais, irmãos e/ou parentes mais velhos. Aspectos como esse demonstram as diferentes gradações que a inserção midiática alcança de um lugar para o outro, o que impossibilita generalização de resultados.

Ainda que os jovens desempenhem os mais variados usos das tecnologias e estabeleçam fluxos interacionais comuns a outras partes do mundo, suas práticas de consumo de vídeos tem as marcas da dinâmica de vida nas áreas rurais, estas distantes das grandes cidades. Por isso, mesmo que em muitos casos empreendam esforços para criar as condições de assistência necessárias à participação em um

ecossistema midiático globalizado, estas práticas não necessariamente os des-territorializam ou os “descolam” de seus referenciais socioculturais (GARCÍA-CANCLINI, 2008b; MARTÍN-BARBERO, 2009), e tampouco dissolvem as dinâmicas culturais e de consumo midiático previamente estabelecidas.

Outro aspecto marcante nas realidades estudadas, incluindo Leuven, foi o uso de recursos informais e ilegais para download e assistência online de vídeos, e acesso a canais pagos de TV a cabo. Especialmente no caso dos municípios brasileiros isso nos remete à afirmação de García-Canclini (2008b, p. 82) de que “a modernidade e a democratização, consideradas como capacidade de acesso a bens globalizados, parecem mais viáveis a partir de recursos informais, e até mesmo ilegais, do que como resultado de uma reestruturação mais justa da ordem social”.

Apesar do potencial transformador das tecnologias sobretudo no atual cenário, sabemos que essas sozinhas não são capazes de reverter realidades sociais. Isso porque estas alterações demandam o domínio de novas *literacias* e o desenvolvimento de competências que envolvem uma capacidade de gerenciamento que transcende à produção de sentido a partir de conteúdos. Ao mesmo tempo, os contextos imediatos dos municípios brasileiros demandam investimentos de todas as ordens. Exemplo disso é o que ocorre em Cameté e Tavares: ambos carecem de serviços básicos, ainda ofertados de formas extremamente precárias, com destaque para o baixíssimo nível de saneamento básico existente mesmo nas áreas urbanas.

Por outro lado, é a partir de competências construídas em função da disponibilidade de recursos tecnológicos, que jovens como Gael puderam criar e manter, com investimentos financeiros próprios, soluções para viabilizar o acesso à energia elétrica e à internet em Rio Furtados.

Por estarem distantes dos centros decisórios de seus estados, municípios como Cameté e Tavares, e suas populações, parecem invisíveis nos momentos de planejamento governamental, a ponto de existirem localidades rurais que não constam na cartografia oficial do país. Por outro lado, parecem ser locais propícios para implementação de planos nacionais que beneficiam a todo o país, mas não necessariamente aos que vivem e pertencem ao lugar. É o caso da hidrelétrica de Tucuruí que afetou diretamente o fluxo dos rios em comunidades de pescadores como Rio Furtados, mas que nunca recebeu acesso regular à eletricidade. E ainda do Parque Nacional da Lagoa do Peixe, que mesmo cumprindo um papel decisivo de preservação ambiental no Sul do país, sua implantação custou quase que a extinção da pesca artesanal de camarão, fonte de renda e de saberes de muitos moradores.

Para chegarmos a essas inferências, foi fundamental a montagem do “sistema aberto de informações”, recomendado por Galindo Cáceres (1998), bem como a consulta de dados oriundos da academia, do mercado e de pesquisas governamentais e estatísticas, conforme orientações de Orozco Gómez (2011). Nesses processos, o desafio de trabalhar com os resultados das pesquisas estatísticas governamentais no Brasil fica evidente. Diante do tamanho continental do território os levantamentos de dados sobre acesso à TV e à internet e posse de telefone móvel celular nos domicílios ainda que sejam anuais só são liberados para consulta praticamente um ano e meio depois. Logo ainda que extremamente valioso, esses acabam apresentado certo descompasso em relação ao que de fato encontramos na realidade, sobretudo dos municípios rurais, estes não cobertos em outras pesquisas nacionais.

Por esses motivos, além de pesquisas de dados secundários, para a caracterização das localidades do interior, faz-se necessário o levantamento *in lócus* de dados primários, a partir dos quais foi possível fazer determinadas afirmações nessa pesquisa, incluindo a montagem de mapas das localidades rurais, já que muitos dos locais onde alguns participantes residem nem mesmo constam na cartografia oficial.

Pesquisa-vida

Não poderíamos concluir essa tese sem destacar ainda quatro aspectos que marcaram sua realização e, particularmente a nossa formação acadêmica e de pesquisa-vida, durante o doutorado.

A primeira concerne à experiência de construção conjunta dos dados com os jovens participantes, especialmente a partir do uso do diário baseado em cartões. Apesar de acreditarmos que na pesquisa qualitativa, quando realizada com comprometimento, é pouco provável que a relação pesquisador-pesquisado não se estreite, sendo os sujeitos estudados também autores dos resultados.

Entretanto, na investigação da tese essa noção se ampliou para nós, e, inclusive conceitualmente, a partir de *modos de comunicação* que foram elemento chave para a compreensão do fenômeno estudado. Sem as inferências trazidas pelos próprios participantes em seus cartões, não teria sido possível identificarmos a diversidade de práticas, conteúdos e dimensões que estão implicadas no consumo de vídeos.

Mais do que exemplos de usos e apropriações, os participantes foram informantes especializados quanto aos recursos existentes nas plataformas de vídeo, a como aderir a grades diversas de conteúdo, ao que fazer para otimizar recursos

como tempo, dados móveis, memória de celular, entre outros que eles gerenciam diariamente para viabilizar seus fluxos interacionais. Portanto, foi no diálogo com eles que nos abrimos para uma leitura ainda mais abrangente, complexa e fiel de como se processa o consumo de vídeos na atualidade.

Em segundo lugar, para nós foi muito caro e gratificante realizarmos a pesquisa em municípios localizados em regiões tão distantes entre si, aproximadas por nós por conta do doutorado. Essa aproximação, para além de muito rica e estratégica em um momento de transição tecnológica, nos permitiu fazer inferências que dissolvem – pelo menos para nós – preconceitos, achismos e visões limitadas que insistem em classificar as regiões Norte e Sul, como pior e melhor, respectivamente.

Nesta tese, o Sul foi visto pela perspectiva do Norte. A pesquisadora nortista, oriunda de uma jovem universidade, foi ao Sul vivenciar e estudar suas realidades comunicacionais. Um exercício extremamente desafiador mas recompensado pela contribuição que acreditamos ter dado com os resultados apresentados, que muito devem ao processo de aproximação quase nunca estabelecido entre Norte e Sul. Regiões que mostram convergências, sobretudo nas dificuldades e problemas sociais que atravessam o Brasil de um extremo ao outro.

Essas inferências só foram possíveis a partir de esforços integrados de pesquisa dos quais tivemos a oportunidade de fazer parte. Esta tese é resultado direto de pesquisas desenvolvidas dentro e fora do Brasil financiadas a partir de recursos públicos de nosso país. Mais do que investimentos em ciência e tecnologia, os projetos dos quais participamos tinham/têm metas ainda mais ousadas: a de amenizar e, se possível, combater assimetrias regionais no que tange ao desenvolvimento de ensino, pesquisa e extensão no Brasil. Nós e, conseqüentemente, esta tese, somos resultados de um projeto de país que pela primeira vez incluiu o Norte de forma real e efetiva no cenário de ciência e tecnologia nacional. E que permitiu que jovens como nós, pudéssemos ter para onde voltar após concluirmos nossa formação como doutoras.

Por fim, vale destacar o desafio que foi para nós realizar a pesquisa com jovens, sendo também jovem e, sobretudo, mulher. Mesmo que as discussões de gênero tenham avançado bastante no Brasil nos últimos anos (apesar de estarem em risco junto com nossa jovem democracia), pessoalmente ficamos muito intrigadas com as limitações que nossa condição de existência impuseram à realização deste trabalho.

Ainda que pareça natural em realidades como a Europa, no Brasil e, especialmente, no interior de seu território, não é normal e tampouco seguro que uma jovem pesquisadora viaje sozinha e/ou conduza atividades individuais, por

exemplo, com participantes do sexo masculino. Mesmo que de forma velada, os comentários, olhares e marcas nos discursos acabaram se evidenciando, inclusive a partir de alguns participantes.

Poucos foram os momentos de constrangimentos enfrentados e em todas as ocasiões tomamos os cuidados necessários para inclusive não demonstrarmos fragilidade nos locais onde estivemos. Entretanto, foi marcante perceber que nossa presença era vista com surpresa e, por vezes, incômodo pelo simples fato de ser tão diferente nas realidades estudadas. Por outro lado, esta condição também favoreceu e motivou o envolvimento de alguns dos participantes, especialmente, as mulheres que como nós nutrem sonhos de trilhar um caminho profissional que amam, sem precisar se preocupar se isto está dentro ou fora dos padrões sociais.

Ao final, acreditamos que essa tese de doutorado sintetiza um processo de investigação, marcado por vários aprendizados. Seus resultados apontam para a necessidade de uma compreensão profunda das práticas de consumo de vídeo que são muito específicas e não palpáveis.

A contribuição da tese está na apresentação e defesa de uma abordagem flexível para mapear e analisar os diversos aspectos do consumo de vídeo no atual cenário de convergência midiática. Acreditamos que, com base nos fluxos interacionais, quando você observa uma situação de assistência, você pode desenhar linhas – visíveis apenas para os pesquisadores – e conectar as oito pluridimensões do fluxo. Isso nos permite entender como as dimensões são combinadas e quais são as motivações que guiaram os sujeitos a assistir a vídeos.

Esta dissertação, portanto, trata de um fluxo que não tem começo nem fim, e as linhas entre suas dimensões só se revelam quando olhamos a partir da 'lente' da proposta teórico-conceitual dos fluxos interacionais, como quando usamos óculos 3D.

- THE END mas em busca de novas narrativas -



REFERÊNCIAS

ABREU, Jorge; NOGUEIRA, João; BECKER, Valdecir; CARDOSO, Bernardo. Survey of Catch-up TV and other time-shift services: a comprehensive analysis and taxonomy of linear and nonlinear television. **Telecommun Syst**, v. 64, 2017, p. 57-74. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11235-016-0157-3>. Acesso em: 10 jun. 2017.

ALASZEWSKI, Andy. **Using Diaries for Social Research**. SAGE Publications, 2006.

ANATEL, **Agência Nacional de Telecomunicações**, 2015. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do>. Acesso em: 10 jun. 2016.

ANG, Ien. **Desperately Seeking the Audience**. Routledge, New York, NY, 1991.

AQUINO, Maria Clara Jobst de. **Convergência entre televisão e web**: proposta de categorização analítica. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/72495>. Disponível em: 8 out. 2018.

BARKHUUS, Louise; BROWN, Barry. Unpacking the television: User practices around a changing technology. **ACM Transactions on Computer-Human Interaction**, v. 16, n. 3, Article 15, set. 2009. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/1592440.1592444>. Acesso em: 25 jan. 2018.

BARKHUUS, Louise. Television on the internet: new practices, new viewers. *In*: **CHI '09 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '09)**. ACM, New York, NY, USA, 2009, p. 2479-2488. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/1520340.1520351>. Acesso em: 25 jan. 2018.

BLANDFORD, Ann; FURNISS, Dominic; MAKRI, Stephann. **Qualitative HCI Research**: going behind the scenes. Morgan & Claypool Publishers, 2016. 116p.

BOLGER, Niall; DAVIS, Angelina; RAFAELI, Eshkol. Diary Methods: Capturing Life as it is Lived. **Annual Review of Psychology**, v. 54, 2003, p. 579-616. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.54.101601.145030>. Acesso em: 17 maio 2018.

BRAGA, Adriana; GASTALDO, Edson. Perspectivas Naturalistas em Comunicação: uma angulação teórico-metodológica. *In*: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata; MARTINO,

Luiz Claudio (org.) **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo, Editora Paulus/COMPÓS (Coleção Comunicação), 2010, p. 87-108.

BURNAY, Catarina Duff; LOPES, Pedro; SOUSA, Marta Neves de. Síntese Comparativa dos países OBITEL em 2017. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROZCO GÓMEZ, Guillermo (org.). **Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de video on demand**. – Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 27-72. Disponível em: http://www.obitel.net/wp-content/uploads/2018/08/15_08-208_Obitel-bilingue_portugues-e-espanhol.pdf. Disponível em: 17 out. 2018.

CARDOSO, Vivianne Lindsay. **A digitalização da televisão pública**: um estudo do caso da multiprogramação na TV Cultura. 2012. 301 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89464>. Acesso em: 17 jul. 2016.

CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. O fim da televisão, diálogos. *In*: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p. 7-10.

CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. *In*: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p. 11-33.

CARTER, Scott; MANKOFF, Jennifer. When Participants Do the Capturing: The Role of Media in Diary Studies. **CHI 2005**, April 2–7, 2005, Portland, Oregon, USA, p. 899-908. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/1054972.1055098>. Acesso em: 17 maio 2018.

CGI.br. **Decreto n. 4.829**, 3 set. 2003. Disponível em: <http://cgi.br/pagina/decretos/108>. Acesso em: 10 jul. 2016.

CGI.br. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil**: TIC Domicílios e TIC Empresas 2006. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2007. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-2006.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2016.

CGI.br. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC domicílios 2014. Coordenação executiva e editorial de Alexandre F. Barbosa. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 10 jul. 2016.

CIMADEVILLA, Gustavo. La cuestión rurbana: apuntes para uma entrada comunicacional. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 73-85, jul./dez., 2010. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/593>. Acesso em: 12 nov. 2018.

COSTA, Sarah Moralejo. **Fanworks de fanworks**: a rede de produção dos fãs. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre: 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/177602>. Acesso em: 18 dez. 2018.

COURTOIS, Cédric; VERDEGEM, Pieter; DE MAREZ, Lieven. The Triple Articulation of Media Technologies in Audiovisual Media Consumption. **Television & New Media**, n. 14, v. 5, 2012, p. 421-439. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1527476412439106>. Acesso em: 17 jun. 2017.

COURTOIS, Cédric. **The triple articulation of audiovisual media technologies in the age of convergence**, 2012.

- D'ANDRÉA, Carlos. Controvérsias midiáticas no Twitter durante transmissões televisivas ao vivo: a rede “exoesqueleto” na abertura da Copa 2014. *In: XXIV ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO*. Universidade de Brasília. **Anais...** Brasília, 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/carlos-textocompleto_2743.pdf. Acesso em: 10 jul. 2016.
- DEMARTINI, Marina. Um breve histórico da briga entre Facebook e Snapchat. **Revista Exame**, 3 ago., 2016. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/um-breve-historico-da-briga-entre-facebook-e-snapchat/>. Acesso em: 13 dez. 2018.
- DIÁRIO. *In: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Lisboa: Priberam Informática, 2018. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/>. Acesso em: 17 dez. 2017.
- DIARY. *In: Cambridge Dictionary*. Inglaterra: Cambridge Press, 2019. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/>. Acesso em: 17 dez. 2017.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 2004.
- DOYLE, Gillian. From Television to Multi-Platform Less from More or More for Less? **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**. London, Los Angeles, New Delhi, Singapore, and Washington DC, v. 16, n. 4, 2010, p. 1-19. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856510375145>. Acesso em: 12 out. 2018.
- ELLIOT, H. The use of diaries in Sociological Research on Health Experience. **Sociological Research Online**, v. 2, n. 2, 1997. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.5153/sro.38>. Acesso em: 17 dez. 2017.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- FECHINE, Yvana; BRONSZTEIN, Karla Patriota. Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 23, n. 1, 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/21335>. Acesso em: 18 jun. 2016.
- FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. **Revista Symposium**, Pernambuco, ano 5, n. 1, jan./jun., 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF>. Acesso em: 2 jan. 2019.
- FECHINE, Yvana. O vídeo como um projeto utópico de televisão. *In: MACHADO, Arlindo (org.). Made in Brasil: três décadas de vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007, p. 85-110.
- FECHINE, Yvana. Televisão transmídia: conceituações em torno de em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV. *In: XXII ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO*. Universidade Federal da Bahia. **Anais...** Salvador, 2013. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2109.pdf. Acesso em: 17 set. 2016.
- FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. *In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. O fim da televisão*. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 114-131.
- FLICK, Uwe. **An introduction to qualitative research**, London, SAGE Publications, 4. ed. 2009. Disponível em: https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/551900/mod_resource/content/0/Uwe_Flick_An_Introduction_to_Qualitative_Research.pdf. Acesso em: 26 out. 2018.

- FLOW. *In: Cambridge Dictionary*. Inglaterra: Cambridge Press, 2019. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/>. Acesso em: 10 out. 2018.
- FLUXO. *In: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Lisboa: Priberam Informática, 2018. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/>. Acesso em: 10 out. 2018.
- FONSECA, Francisco. O acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil em meio às desigualdades históricas. *In: CGI.br. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros* [livro eletrônico]: TIC domicílios 2014. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015, p. 45-49.
- FOX, Jesse; GILL, Michael; TANG, Wai Yen. Player experiences in a massively multiplayer online game: A diary study of performance, motivation, and social interaction. *New Media & Society*, v. 20, n. 11, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444818767102/>. Acesso em: 17 dez. 2017.
- FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. **Curso básico de Teorias da Comunicação**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.
- FRANÇA, Vera Veiga. (org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FRANCÉS, Miquel. La digitalización de los contenidos audiovisuales en el espacio global. Convergencia y desigualdades. *In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; WOLTON, Dominique [et al] (coord.). TVMorfosis 4: audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento*. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll (Colec. Tendencias), 2014, p. 21-34.
- FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (org.). **Estudos de Televisão: diálogos Brasil – Portugal**. Porto Alegre: Sulina, 2011, 407p.
- GALIMBERTI, Silvina Analía; CIMADEVILLA, Gustavo. La máquina de ilusionar. Rurbanidad, intervención sociotécnica y condiciones de vulnerabilidad. *Redes*, v. 22, n. 43, dez. 2016, p. 93-123. Disponível em: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/58e4ec39ad3ce.pdf>. Acesso em: 20 out. 2018.
- GALINDO CÁCERES, Luis Jesús. La mirada en el centro. Vida urbana en movimiento. **Huella. Cuadernos de divulgación científica**. n.19. Guadalajara. ITESO, 1990.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **El consumo cultural en México**. México: Grijalbo, 1993.
- GALINDO CÁCERES, Luis Jesús (ed.). **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. [S.l.]: Pearson Educación, 1998.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 4. ed, 2003.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Trad.: Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 7. ed., 2008a.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008b.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. Prefácio. *In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad.: Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009. p. 23-25.
- GLOBO PLAY, 2016. Disponível em: <http://centraldeajuda.globo.com/ajuda-isp/Produtos/Globo-Play/Duvidas-tecnicas/noticia/2015/10/qual-velocidade-minima-da-internet-para-usar-o-globo-play.html>. Acesso em: 28 jun. 2016.
- GOFFMAN, Erving. A ordem da interação. *In: GOFFMAN, Erving. Os momentos e os seus homens*. Textos escolhidos e apresentados por Yves Winkin. Lisboa: Relógio d'água Editores, 1999.

GREENBERG, Bradley S.; EASTIN, Matthew S.; SKALSKI, Paul; COOPER, Len; LEVY, Mark; LACHLAN, Ken. Comparing Survey and Diary Measures of Internet and Traditional Media Use. **Communication Reports**, v. 18, n. 1, abr. 2005, p. 1-8. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08934210500084164>. Acesso em: 17 dez. 2017.

HASEBRINK, Uwe; HÖLIG, Sascha. Conceptualizing Audiences in Convergent Media Environments. In: DIEHL, Sandra; KARMASIN, Matthias. (ed.). **Media and Convergence Management**. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2013, p. 189-201. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36163-0>. Acesso em: 20 jul. 2018.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiáticos: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 24 jun. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82930>. Acesso em: 10 jun. 2016.

HOLZBACH, Ariane Diniz. Para pequenos grandes espectadores: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. **E-Compós**, v. 21, n. 2, 2018. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1390>. Acesso em: 10 jan. 2018.

IBGE CIDADES, 2018. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 out. 2018.

IBGE. **Censo demográfico**, 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/resultados>. Acesso em: 9 maio 2012.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores 2014**. IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2015a. Acesso em: 10 jun. 2016.

IBGE. **Projeções e estimativas da população do Brasil e das Unidades da Federação**, 2015b. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html>. Acesso em: 10 jun. 2016.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. IBGE, Coordenação de Geografia. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv100600.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2017.

IBOPE Media. **Conceitos e Critérios da Pesquisa de Mídia para a Imprensa**. Grupo IBOPE: Brasil, 2012.

IGARZA, Roberto. El rescate de la mediaciones a la hora transmedia. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; IGARZA, Roberto *et al.* (coord.). **TVMorfosis 2: convergencia y escenarios para una televisión interactiva**. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll (Colec. Tendencias), 2013, p. 13-25.

JACKS, Nilda Aparecida; CAPARELLI, Sérgio (coord.). **TV, família e identidade: Porto Alegre “Fim de Século”**. (Coleção Comunicação). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

JACKS, Nilda Aparecida; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JACKS, Nilda Aparecida; MALCHER, Maria Ataíde; FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos. **Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência**. Projeto submetido à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, 2013.

JACKS, Nilda Aparecida (coord.). **Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela Machado; SCHMITZ, Daniela; MAZER, Dulce; OIKAWA, Erika; NOLL, Gisele; WOTTRICH, Laura Hastenpflug; SILVA, Ronei Teodoro da; MORALEJO, Sarah. Pequeno relato de um grande esforço: “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”. **Contemporânea. Comunicação e Cultura**, v. 13, n. 1, jan./abr., 2015, p. 10-

26. Disponível em:

<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13134>. Acesso em: 16 out. 2016.

JACKS, Nilda Aparecida; PIEDRAS, Elisa; PIENIZ, Mônica; JOHN, Valquiria (coord.). **Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

JACOBSEN, Wade C.; B.S.; FORSTE, Renata. The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Students. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 14, n. 5, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0135>. Acesso em: 17 dez. 2017.

JENKINS, Henry. Digital renaissance. Convergence? I diverge. **Technology Review**, June, 2001, p. 93.

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

JENSEN, Klaus Bruhn. **Media convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication**. Taylor & Francis e-Library, 2010.

JENSEN, Klaus Bruhn. **The Social Semiotics of Mass Communication**. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 1995.

JENSEN, Klaus Bruhn. What's Social About Social Media? **Social Media + Society**, v. 1, n. 1, abr./jun., 2015, p. 1-2. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115578874>. Acesso em: 13 out. 2018.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **Matrizes**, v. 4, n. 2, jan./jun., 2011, São Paulo, Brasil, p. 93-109. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38294>. Acesso em: 14 out. 2018.

KAZAKOVA; Snezhanka; CAUBERGHE, Verolien. Media Convergence and Media Multitasking. *In: DIEHL, Sandra; KARMASIN, Matthias. (eds.). Media and Convergence Management*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2013, p.177-188. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36163-0>. Acesso em: 20 jul. 2018.

LA PASTINA, Antonio C. Telenovela reception in rural Brazil: gendered readings and sexual mores. **Critical Studies in Media Communication**, v. 21, n. 2, 2004, p. 162-181, Disponível em: <https://www.doi.org/10.1080/07393180410001688056>. Acesso em: 16 dez. 2017.

LADEIRA, João Damasceno Martins. A imagem em movimento: Google, Apple e a televisão por vir. *In: XXV ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO*. Universidade Federal de Goiás. **Anais...** Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-387f0f13-5a7b-4754-8150-25d563e3702b_2868.pdf. Acesso em: 3 jun. 2016.

LAZAR, J.; FENG, J. H.; HOCHHEISER, H. **Research methods in Human-Computer Interaction**. John Wiley and Sons Publication, 2010.

LEAL, Rafael. O Desligamento da TV Analógica no Brasil. **Revista da Set**, 22 fev. 2018. Disponível em: <http://www.set.org.br/news-revista-da-set/revista/o-desligamento-da-tv-analogica-no-brasil/>. Acesso em: 17 out. 2018.

LEE; Barbara; LEE, Robert S. How and why people watch TV: implications for the future of interactive television. **Journal of Advertising Research**, nov./dez., 1995.

LIVINGSTONE, Sonia. **Young people and new media: childhood and the changing media environment**. London: SAGE Publications Ltd., 2002.

LIVINGSTONE, Sonia. On the material and the symbolic: Silverstone's double articulation of research traditions in new media studies. **New Media & Society**, v. 9, n. 1, p. 16-24, 2007.

Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444807075200>. Acesso em: 14 set. 2018.

LOBATO, Elvira. O universo das empresas, a garra do pequeno empreendedor e a força da TV Local. **Pública**, 1 fev. 2016. Disponível em: <https://apublica.org/tvsdaamazonia/o-universo-das-empresas-a-garra-do-pequeno-empreendedor-e-a-forca-da-tv-local/>. Acesso em: 12 out. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; GRECO, Clarice; CASTILHO, Fernanda; LEMOS, Ligia Prezia; NÉIA, Lucas Martins; LIMA, Mariana; PEREIRA, Tissiana; SANTOS, Andreza Almeida; ORTEGA, Daniela. BRASIL: dinâmicas da ficção televisiva na transição multicanal. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; OROZCO GÓMEZ, Guillermo (org.). **Ficção televisiva Ibero-Americana em plataformas de video on demand**. Porto Alegre: Sulina, 2018, p. 103-134. Disponível em: http://www.obitel.net/wp-content/uploads/2018/08/15_08-208_Obitel-bilingue_portugues-e-espanhol.pdf. Acesso em: 14 out. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Edições Loyola, 1990.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**. jan.-jun., 2014. p. 65-80. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82931>. Acesso em: 10 jun. 2016.

LOPES, Yéssica. Festival Brasileiro das Aves Migratórias acontece até domingo em Mostardas. G1 Rio Grande do Sul, 17 nov. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2018/11/17/festival-brasileiro-das-aves-migratorias-acontece-ate-domingo-em-mostardas.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

LULL, James. Family communication patterns and the social uses of television. **Communication Research**, v. 7, n. 3, 1980. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009365028000700303?journalCode=crxa>. Acesso em: 4 dez. 2018.

MACHADO, Arlindo. As linhas de força do vídeo brasileiro. *In*: MACHADO, Arlindo (org.). **Made in Brasil**: três décadas de vídeo brasileiro. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007, p. 15-50.

MALCHER, Maria Ataíde; MIRANDA, Fernanda Chocron. As mediações de uma comunidade na Amazônia brasileira: o exercício de uma pesquisa multimetodológica. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 9, n. 17, 2012. Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/452>. Acesso em: 16 out. 2018.

MALCHER, Maria Ataíde; RODRIGUES, Ronaldo de Oliveira; BARION, Daniella de Gois Ariston. A experiência metodológica do projeto "Jovens em Tempos de Convergência" no Pará-Amazônia-Brasil. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 12, n.2, 2016. Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/638>. Acesso em: 18 out. 2018.

MALCHER, Maria Ataíde; RODRIGUES, Ronaldo de Oliveira; MIRANDA, Marcilene do Carmo Oliveira; MIRANDA, Fernanda Chocron; LOPES, Suzana Cunha. **Jovens em tempo de convergência**: resultados de um estudo exploratório no Pará-Amazônia-Brasil. Belém, Universidade Federal do Pará, 2016a (no prelo).

MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos, RAIOL, Weverton *et al.* **Relato Etnográfico**: pesquisa de campo em Cametá-PA. Universidade Federal do Pará, 2016b (no prelo).

MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; RAIOL; Weverton; FLORÊNCIO, Felipe Jailson Souza Oliveira. Consumo midiático de jovens cametaenses: pesquisa exploratória na cidade de Cametá e na comunidade Rio Furtados. *In*: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2017, Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2990-1.pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.

MALCHER, Maria Ataíde; RAIOL, Weverton; FLORÊNCIO, Felipe Jailson Souza Oliveira. Jovens e consumo midiático em Cametá-Pará-Brasil. *In*: XV CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO, 2017, Lisboa, Portugal. LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; RIBEIRO, Nelson; CASTRO, Gisela G. S.; BURNAY, Catarina Duff (Orgs.). **Anais...** São Paulo: ECA-USP; Lisboa: FCH-UCP, 2018. Disponível em: <http://assibercom.org/ebook-ibercom-2017.pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.

MANNARA, Barbara. Stories no Instagram, Facebook e WhatsApp: tudo sobre as fotos que somem. **Techtudo**, 3 maio 2017. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2017/05/instagram-stories-vs-whatsapp-status-tudo-sobre-as-fotos-que-desaparecem.ghtml>. Acesso em: 13 jan. 2019.

MARQUES, Jane Aparecida; MIRANDA; Fernanda Chocron; SILVA, José Augusto Bezerra; MALCHER, Maria Ataíde; LOPES, Suzana Cunha; SILVA, Edenice Pereira da; ELIASQUEVICI, Marianne Kogut. Convergência midiática na TV aberta brasileira: o caso do programa *SuperStar*. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXVII, 2014, Universidade Federal de Juiz de Fora. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2172-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

MARQUES, Jane Aparecida; TOALDO, Mariângela Machado; JACKS, Nilda Aparecida. Juventude e consumo midiático em tempos de convergência: algumas observações. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 137, abr./jul., 2018. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3011>. Acesso em: 20 out. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo**: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Tradução: Fidelina Gonzáles. Coleção Comunicação Contemporânea 3, São Paulo: Edições Loyola, 2004.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. Contexto, 2014.

MASHABLE. **Wikipedia**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Mashable>. Acesso em: 16 out. 2018.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dário. Vídeo sob demanda: uma nova plataforma televisiva. *In*: XXV ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Universidade Federal de Goiás. **Anais...** Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos2016videosobdemanda_3397.pdf. Acesso em: 13 jul. 2016.

MCNALLY, Jennifer; HARRINGTON, Beth. How Millennials and Teens Consume Mobile Video. *In*: **Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video (TVX '17)**. ACM, New York, NY, USA, 2017, p. 31-39. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3077548.3077555>. Acesso em: 10 jun. 2017.

- MILLER, Daniel. The Poverty of Morality. **Journal of Consumer Culture**, London, SAGE Publications, v. 1, n. 2, 2001. Disponível em: <http://joc.sagepub.com/content/1/2/225.abstract>. Acesso em: 5 dez. 2015.
- MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, p.33-63, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a03v1328.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2015.
- MILLER, Toby. O agora e o futuro da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 77-95.
- MINAYO, Maria C.; DESLANDES, Suely F. (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 27. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MIRANDA, Fernanda Chocron; COLFERAI; Sandro Adalberto; MALCHER; Maria Ataíde. Interações em cidades amazônicas sob a perspectiva da cartografia movente. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, v. 130, p.179-197, 2015. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2568/pdf>. Acesso em: 18 out. 2018.
- MIRANDA, Fernanda Chocron; GEERTS, David. Caracterizando práticas de assistência de vídeo entre jovens a partir de Fluxos Interacionais. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** São Paulo, v. 41, n. 2, p. 81-105, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844201825>. Acesso em: 17 jan. 2019.
- MIRANDA, Fernanda Chocron. **Estudo de recepção com crianças: a comunicação em uma comunidade de Óbidos – Pará – Amazônia – Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Pará, 2010.
- MIRANDA, Fernanda Chocron. **Cartografia movente: uma postura de pesquisa em comunicação na Amazônia**. 2013. 189 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/5497>. Acesso em: 16 out. 2018.
- MIRANDA, Fernanda Chocron. Television consumption in the extreme points of Brazil: a macro-social overview of the scenarios under study. In: **Proceedings of the 6th Iberoamerican Conference on Applications and Usability of Interactive TV (JAUTI 2017)**, Universidade de Aveiro, Portugal, out., 2017, p. 104-114. Disponível em: http://jauti2017.web.ua.pt/wp-content/uploads/2017/10/Proceedings_JAUTI2017.pdf. Acesso em: 17 out. 2018.
- MOE, Hallvard. Television, Digitalization and Flow: Questioning the Promises of Viewer Control. In: **Proceedings of the III International Conference on Communication and Reality** (eds. P. Masip & J. Rom), Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Barcelona, 2005, p. 773-784.
- MORLEY, David; SILVERSTONE, Roger. Domestic communication – technologies and meanings. **Media, Culture and Society**. SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, v. 12, 1990, p. 31-55.
- MURDOCK, Graham. La investigación crítica y las audiencias activas. **Estudios sobre las Culturas Contemporaneas**, año/v. IV, n. 010, Universidad de Colima, Colima, México, 1990, p. 187-223.
- NARDI, Henrique Caetano. Comparar. In: FONSECA, Tania Mara Galli; NASCIMENTO, Maria Lívia do; MARASCHIN, Cleci. **Pesquisar na diferença: um abecedário**. – Porto Alegre: Sulina, 2012, p. 57-59.

NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP (NPO); MEANINGFUL INTERACTIONS LAB (KU Leuven – imec). **Contract research**, jun./out., 2017.

NETFLIX, 2016. Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/306>. Acesso em: 28 jun. 2016.

OBRIST, Marianna; BERNHAUPT, Regina; TSCHELIGI, Manfred. Interactive TV for the Home: An Ethnographic Study on Users' Requirements and Experiences. **International Journal of Human-Computer Interaction**. v. 24, n. 2, 2008, p.174-196. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10447310701821541>. Acesso em: 17 dez. 2017.

OBRIST, Marianna; CESAR, Pablo; GEERTS, David; BARTINDALE, Tom; Churchill Elizabeth F. Online Video and Interactive TV Experiences. **Interactions**, v. 22, n. 5, set./out., 2015, p. 32-37. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2799629>. Acesso em: 17 dez. 2017.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Hacia una cultura de participación televisiva de las audiencias. Ideas para su fortalecimiento. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 7, n. 19, p. 13-31, jul. 2010. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/192>. Acesso em: 15 jul. 2016.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. La condición comunicacional contemporânea. Desafios latino-americanos de la investigación de las interacciones en la sociedade red. In: JACKS, Nilda (coord./ed.). **Análisis de recepción em América Latina: um recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito: CIESPAL, 2011, p. 377-408.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisão: causa e efeito em si mesma. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014a, p. 96-113.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisión Everywhere. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; WOLTON, Dominique [et al] (coord.). **TVMorfosis 4: audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento**. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2014b. (Colec. Tendencias), p. 7-12.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Audiencias audiovisuales en movimiento. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; WOLTON, Dominique [et al] (coord.). **TVMorfosis 3: audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento**. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2014c. (Colec. Tendencias), p. 13-18.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Conferência de abertura intitulada “La evolución de las audiencias”. In: XXV ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2016.

OS ÚLTIMOS Pescadores da Lagoa do Peixe. **Zero Hora**, 31 mar. e 1 abr. 2018. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/ambiente/noticia/2018/03/os-ultimos-pescadores-da-lagoa-do-peixe-cjfb9qzrp01wo01ph63yjoopl.html>. Acesso em: 3 out. 2018.

PACHECO, Agenor Sarraf. **À Margem dos “Marajós: cotidiano, memórias e imagens da “Cidade-Floresta”** – Melgaço-PA. Belém: Paka-Tatu, 2006.

PADILLA, Rebeca; REPOLL, Jerónimo; GONZÁLEZ, David; MORENO, Gabriel; GARCÍA, Hugo; FRANCO, Darwin. OROZCO GOMEZ, Guillermo. México: la investigación de la recepción y sus audiencias. Hallazgos recientes y perspectivas. In: JACKS, Nilda (coord./ed.). **Análisis de recepción em América Latina: um recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito: CIESPAL, 2011.p. 227-266.

PARADELLA, Rodrigo. Acesso a serviços urbanos não acompanha avanço de políticas públicas de moradia. **Agência IBGE Notícias**, 21 nov. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23062-acesso-a-servicos-urbanos-nao-acompanha-avanco-de-politicas-publicas-de-moradia>. Acesso em: 26 nov. 2018.

PARQUE Nacional da Lagoa do Peixe, Disponível em:

<http://parnalagoadopeixe.blogspot.com/search/label/conselho>. Acesso em: 21 nov. 2018.

PIENIZ, Mônica. **Tecnicidade como mediação empírica**: a reconfiguração da recepção de telenovela a partir do Twitter. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/76995>. Acesso em: 01 mar. 2016.

PREFEITURA Municipal de Tavares, Disponível em: <http://www.tavares.rs.gov.br/site/>. Acesso em: 22 nov. 2018.

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017.

REGIÃO Metropolitana de Belém. **Wikipedia**, Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Região_Metropolitana_de_Belém. Acesso em: 17 nov. 2018a.

REGIÃO Metropolitana de Porto Alegre. **Wikipedia**, Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Região_Metropolitana_de_Porto_Alegre. Acesso em: 17 nov. 2018b.

REIN, Katharina; VENTURINI, Tommaso. Ploughing digital landscapes: How Facebook influences the evolution of live video streaming. **New Media & Society**. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, v. 20, n. 9, 2018, p. 3359-3380. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444817748954>. Acesso em: 19 out. 2018.

RIGBY, Jacob M.; BRUMBY, Duncan P.; GOULD, Sandy J.J.; COX, Anna L. Media Multitasking at Home: A Video Observation Study of Concurrent TV and Mobile Device Usage. *In*:

Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video (TVX '17). ACM, New York, NY, USA, 2017, p. 2-10. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3077548.3077560>. Acesso em: 10 jan. 2018.

ROBERTS, Donald F.; FOEHR, Ulla G. Trends in Media Use. **The Future of Children**, v. 18, n. 1, 2008, p. 11-37. Disponível em: <http://muse.jhu.edu/article/238859>. Acesso em: 3 out. 2018.

ROCHA, Everardo Pereira Guimarães. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 2, n. 3, p. 123-138, mar. 2005.

Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/29/29>. Acesso em: 14 dez. 2018.

ROCHA, Everardo Pereira Guimarães. Hedonimos e Moralismo: consume na base da pirâmide. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.53, n.2, p. 199-207, mar/abr, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v53n2/v53n2a07.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2018.

RODRIGUES, Ronaldo de Oliveira. **TV aberta no Marajó**: usos e apropriações pelos moradores da comunidade de São Pedro em Breves-Pará-Amazônia. 216f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2012. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/5505>. Acesso em: 16 out. 2016.

RODRIGUEZ, N.M.; RYAVE, A. **Systematic Self-Observation**. Thousand Oaks (Calif.): Sage, CA, USA, 2002.

SANDERS, Elizabeth B. N. Virtuous of the experience domain. **Proceedings of the 2001 IDSA Education Conference**. 2001.

SANDERS, Elizabeth B. N. From User-Centered to Participatory Design Approaches. *In*: FRASCARA, J. (ed.). **Design and the Social Sciences**. Taylor & Swift Books Limited, 2002. Disponível em: http://maketools.com/articles-papers/FromUsercenteredtoParticipatory_Sanders_%2002.pdf. Acesso em: 17 dez. 2017.

SCHWANDT, Thomas A. **The Sage Dictionary of Qualitative Inquiry**. Los Angeles: Sage Publications, 3. ed., 2007. 322p.

SCOLARI, Carlos. A. ¿Adónde van las audiencias que no se quedaron? *In*: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; WOLTON, Dominique *et al.* (coord.). **TVMorfosis 3: audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento**. (Colec. Tendencias), México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2014a, p. 7-12.

SCOLARI, Carlos A. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. *In*: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b. p. 34-53.

SCOLARI, Carlos A. **Literacia transmedia na nova ecologia mediática**, jan. 2018. Disponível em: http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_port.pdf. Acesso em: 2 jan. 2019.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO GRANDE DO SUL – SEBRAE/RS. **Perfil das cidades gaúchas 2018 – Tavares**, 2018. Disponível em: http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Tavares.pdf. Acesso em: 18 nov. 2018.

SHIELDS, Mike. Auto-Play Videos Catching on Beyond Facebook; Study says 88% of videos on top content sites now play automatically. **Wall Street Journal** (Online), New York, N.Y. [New York, N.Y.] 9 nov. 2015: n/a.

SHIH, Gerry; MCBRIDE, Sarah. Facebook to buy WhatsApp for \$19 billion. **Reuters**, 19 fev. 2014. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-whatsapp-facebook/facebook-to-buy-whatsapp-for-19-billion-idUSBREA1I26B20140219?irpc=932>. Acesso em: 13 jan. 2019.

SHOKRPOUR, Auriana; DARNELL, Michael J. How People Multitask While Watching TV. **Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video (TVX '17)**. ACM, Nova York, Estados Unidos, 2017, p. 11-19. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/3077548.3077558>. Acesso em: 10 jan. 2018.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. O Diálogo Entre a Complexidade Narrativa e a Social TV no Projeto Xfrewatch da Série The X-Files. *In*: XXV ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Universidade Federal de Goiás. **Anais...** Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/odi%C3%81logoentreacomplexidadenarrativaeeasocialtvnoprojetoxfrewatchdas%C3%89riethex-files_3392.pdf. Acesso em: 16 out. 2018.

SILVA, Edenice Pereira da. **Processos comunicacionais em Cajazeirinha**: estudo Exploratório em Ilhas do Lago da Usina Hidrelétrica de Tucuruí. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/5511>. Acesso em: 16 out. 2016.

SILVA, Nathália dos Santos; PIEDRAS, Elisa. Representações no fluxo televisivo: a naturalização das “novas tecnologias” no telejornal, na telenovela e na publicidade. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação – LUMINA**. Juiz de Fora, PPGCOM – UFJF, v. 11, n. 3, p. 173-192, set./dez. 2017. Disponível em: <https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/615>. Acesso em: 16 out. 2018.

SILVA, Nathália dos Santos. **Representações sobre “novas tecnologias” no fluxo publicitário televisivo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/142317>. Acesso em: 16 out. 2016.

SILVERSTONE, Roger. **Television and Everyday Life**. Routledge, New York, NY, 1994.

- SLATER, Don; MILLER, Daniel. Moments and Movements in the Study of Consumer Culture. A discussion between Daniel Miller and Don Slater. **Journal of Consumer Culture**, London, SAGE Publications, v. 7, n. 1, 2007. Disponível em: <http://joc.sagepub.com/content/7/1/5.extract>. Acesso em: 18 out. 2015.
- SLEESWIJK VISSER, F; STAPPERS, P. J.; LUGT, R. M.; SANDERS, E. B. N. Contextmapping: experiences from practice. **CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts**, v. 1 n. 2, Taylor and Francis, 2005, p. 119-149.
- SLOANE, Garrett. Facebook Hopes Marketers Press Play. **Adweek**, fev. 9, 2015, v. 56, n. 5, p. 18.
- SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- SUNLEY, Richard. The Influencer's View. **Successful Meetings**, January 2017, p. 12.
- TERLUTTER, Ralf; MOICK, Martina. Convergence and Consumer Behavior. In: DIEHL, Sandra; KARMASIN, Matthias. (eds.). **Media and Convergence Management**. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2013, p.163-176. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36163-0>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Universidade Federal da Bahia. **Anais...** Salvador, 2013. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2115.pdf. Acesso em: 16 maio 2016.
- TUFTE, Thomas; JACKS, Nilda. Local lives, global media, multiple identities: gaúcho lives between chimarrão and cable television. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**. São Bernardo do Campo-SP, Ano II, n. 2, p. 47-67, 1998.
- TUFTE, Thomas. Issues to study in media ethnographies - mediation and cultural hybridisation in everyday life. **Anais do XIX Congresso Brasileiro de Comunicação**. Londrina-PR, 1996.
- TUFTE, Thomas. Televisão, Modernidade e Vida Quotidiana: discussão sobre o trabalho de Roger Silverstone face a diferentes contextos culturais. **Intexto**. Porto Alegre-RS, n. 2, p. 39-63, 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3366>. Acesso em: 2 fev. 2019.
- VAN ROY, Rob; DETERDINGB, Sebastian; ZAMAN, Bieke. Collecting Pokémon or receiving rewards? How people functionalise badges in gamified online learning environments in the wild. **International Journal of Human-Computer Studies**, 2018 (no prelo). Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2018.09.003>. Acesso em: 14 jul. 2018.
- VANATTENHOVEN, Jeroen; GEERTS, David. Broadcast, Video-on-Demand, and Other Ways to Watch Television Content: a Household Perspective. In: **Proceedings of the ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video (TVX '15)**. ACM, New York, NY, USA, 2015, p. 73-82. DOI: <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2745197.2745208>. Acesso em: 10 jan. 2018.
- VEBLEN, Thorstein. Consumo conspícuo. In: **Teoria da Classe Ociosa**. São Paulo, Abril, 1980, p. 48-64.
- WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Tradução: Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1. ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUC Minas, 2016.
- WOLTON, Dominique. **Elogio ao grande público: uma teoria crítica da televisão**. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. (Coleção Comunicação), São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. Aprender a comunicar es el reto del siglo XXI. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo; WOLTON, Dominique [et al] (coord.). **TVMorfosis 3: audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento**. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2014. (Colec. Tendencias), p. 19-30.

WOTTRICH, Laura Hastenpflug. **“Não podemos deixar passar”**: práticas de contestação da publicidade no início do século XXI. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/159339>. Acesso em: 14 jun. 2018.

ZIMMERMAN, Don H.; WIEDER, D. Lawrence. The Diary-Interview Method. **Urban Life**, v. 5, n. 4, January 1977, p. 479-498. DOI: <https://doi.org/10.1177/089124167700500406>. Acesso em: 17 dez. 2017.

Entrevistas e mensagens eletrônicas

ALEX. Entrevista durante pesquisa de campo em Tavares. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Tavares, ago. 2018.

ALICE. **Conversa de WhatsApp**. Destinatário: Fernanda Chocron Miranda, ago. 2018. mensagem eletrônica.

AVÓS DE ANY. Entrevista durante pesquisa de campo exploratória. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda; Netília Silva dos Anjos Seixas. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Cametá, set. 2016.

CAROL. **Conversa de WhatsApp**. Destinatário: Fernanda Chocron Miranda, ago. 2018. mensagem eletrônica.

CAROL. Entrevista durante pesquisa de campo em Tavares. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Tavares, ago. 2018.

GAEL. Entrevista durante pesquisa de campo exploratória. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda; Lorena Emanuele da Silva Santos; Julia Marina Quemel Matta. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Cametá, set. 2016.

LEANDRO. Entrevista durante pesquisa de campo em Tavares. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Tavares, ago. 2018.

LÍDER COMUNITÁRIO. Entrevista durante pesquisa de campo exploratória. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda; Netília Silva dos Anjos Seixas. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Cametá, set. 2016.

LISE. Entrevista durante pré-teste de metodologia. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Leuven, nov. 2017.

LORE. Entrevista durante pré-teste de metodologia. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Leuven, nov. 2017.

MARCOS. **Conversa de WhatsApp**. Destinatário: Fernanda Chocron Miranda, ago. 2018. mensagem eletrônica.

MARCOS. Entrevista durante pesquisa de campo em Tavares. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Tavares, ago. 2018.

MATYA. Entrevista durante pré-teste de metodologia. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Leuven, nov. 2017.

PROFESSORA DA EEEM EDGARDO PEREIRA VELHO. Entrevista durante pesquisa de campo exploratória. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Tavares, set. 2016.

RAGNA. Entrevista durante pré-teste de metodologia. [Entrevista cedida a] Fernanda Chocron Miranda. **Pesquisa de tese de doutorado “Consumo de vídeo entre jovens”...**, Leuven, nov. 2017.

STELA. **Conversa de WhatsApp**. Destinatário: Fernanda Chocron Miranda, ago. 2018. mensagem eletrônica.

APÊNDICES

Apêndice 1

Roteiro elaborado para as entrevistas semi-estruturadas e individuais

Duração	Eixos	Instruções	Perguntas	Material e lista do que fazer!
2 minutos	<i>Boas vindas e instruções</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mostrar aonde a entrevista vai acontecer, oferecer alguma coisa para comer/beber. - informar que a entrevista será gravada em áudio e vídeo. 	*	<ul style="list-style-type: none"> - Material para atividades organizado na mesa (caneta, post-its, adesivos, outros). - Roteiro para entrevista e caneta. - Bebidas e petiscos. - Gravando em vídeo e áudio(!)
30 minutos	Parte 1 – Cartões e Fluxos: práticas atuais.	<p>Calendário:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pedir ao participante para separar os cartões por dia e período do dia, usando o calendário. - Enquanto isso, colocarei em ordem os cartões de perfil, para utilizar na 2ª parte da entrevista. - Se necessário, ajudar o participante distribuir e aglomerar os cartões. - Verificar se todos os cartões foram preenchidos. 	<p>Sobre o método de estudo de diários</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como foi a experiência usando o diário? Você teve alguma dificuldade? Foi muito divertido ou muito trabalhoso? - Como você administrou o preenchimento dos cartões? Você carregou a caixa para todos os lugares para preencher os cartões enquanto assistia? Ou você usou o diário apenas em momentos específicos do dia? - Enquanto isso, alguma coisa chamou sua atenção sobre suas próprias práticas? Você percebeu alguma novidade sobre o que você está acostumado? <p>Baseado nos cartões:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Checar o dia com a maior quantidade de cartões e o dia com menos ou sem cartões. Perguntar ao participante sobre esses dias (Como foi? Porque tantos vídeos ou a falta de cartões? Você estava sozinho? O que ocorreu nesse dia?) - Checar se há algum conteúdo que o participante assiste diariamente ou regularmente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Calendário para distribuir e agrupar os cartões.
		<p>Agrupamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pedir ao participante para separar os cartões por provedor (usando papéis com telas) e se ocorreu online/offline (usando adesivos). - Identificar o provedor menos usado e o mais usado. - Observar o grupo de situações diretamente envolvem TV. 	<p>Baseado nos cartões:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como você escolheu esse provedor o que está indo assistir? Você segue recomendações? Ou apenas escolhe alguma coisa aleatoriamente? - Que tipo de conteúdo você normalmente assiste em _____? - Qual o seu provedor favorito ou mais assistido? - Você acha que sua experiência de assistência é uma combinação de diferentes provedores/plataformas, ou não? - Você tem alguma ideia de quanto tempo você passa assistindo vídeos? - Você controla as telas? Há alguma tela específica ou conteúdos específicos ou isso não importa? - Há algo que você só assista em uma tela específica? O que e por que? - Há algum caso aqui entre os cartões em que você integrou telas? Que telas e quando? - Olhando para os seus cartões, como podemos resumir suas motivações para assistir um conteúdo de vídeo? É pra se divertir, entreter, estudar, relaxar ou tudo isso? - Você se considera um fã de vídeos? 	<ul style="list-style-type: none"> - Papéis com telas. - Post-it e caneta para fonte de conteúdo/provedor. - Adesivos para situações de assistência sozinhas ou online.

Duração	Eixos	Instruções	Perguntas	Material e lista do que fazer!
10 minutos	Parte 2 – Cartões de perfil	Cartões de perfil: - Mostrar como organizamos os cartões e fazer algumas perguntas baseadas neles.	<p>Cartão 1: Educação</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que você estuda? - Em qual período do curso você está? - Se trabalha, o que você faz? <p>Cartão 2: Configuração Família/Casa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Você vive com outras pessoas. Quem são eles (pais, irmãos, amigos)? <p>Cartão 3: TV e propriedade de dispositivos móveis/serviços?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Há algum desses dispositivos que é utilizado apenas para o seu uso pessoal? - Você compartilha os outros? Como você divide o compartilha e com quem? - Há algum dispositivo que você usa muito mais? - Você lembra quantos anos você tinha quando você teve seu primeiro celular? - Há algum dispositivo que você tinha no passado ou que ainda tem mas não usa mais? Qual e por que? - Há alguém na sua casa que assiste TV/vídeos mais que você? Quem? <p>Cartão 4: conexão com a Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Você tem Wi-Fi em casa? Você se importa em dizer quem paga por isso? - Você possui dados móveis? Você se importa em dizer quem paga por isso? - Você possui número pré-pago? De que companhia telefônica ou serviço você tem internet em casa e nos dados móveis? <p>Cartão 5: Lugar de maior situação de assistência</p> <ul style="list-style-type: none"> - Onde é este lugar? - Você pode explicar porque é esse o lugar onde você assiste mais? É esse seu favorito? Ou aonde você pode relaxar, estar sozinho, ou lá é o lugar que tem a maior tela ou melhor conexão a internet? <p>Cartão 6: Serviços de vídeo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Você é inscrito em qual desses serviços de vídeo? Quem paga por isso? - Você lembra desde quando você o possui? Se você o compartilha, com quem? <p>Cartão 7: Segunda tela</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sobre o uso de uma segunda tela, você pode dar um exemplo de quando isso acontece? - Esse tipo de uso é um complemento para o que você está usando? - Nesses casos, a que tela você acha que deu mais atenção? Isso é variável? Você pode me dar um exemplo? <p>Cartão 8:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qual desses você usa mais? (listar os três mais importantes) - O que faz você comentar enquanto assiste? - Alguma dessas plataformas são uma fonte de conteúdo para assistir? - Você acha possível saber o que uma pessoa está assistindo apenas seguindo seu perfil? É esse seu caso? - Há algum tipo de conteúdo que nunca faz você comentar? <p>Cartão 9: Conteúdo geral do usuário</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quando ocorre, que tipo de conteúdo é esse? - Há algo relacionado com o que você está assistindo? Você pode me dar um exemplo? <p>Outras perguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conteúdo nacional x estrangeiro: o que você assiste mais? - Como você fica informado sobre o lugar onde você mora? 	<ul style="list-style-type: none"> - Cartões de perfil em ordem. - Checar a gravação e ficar de olho no relógio.
8 minutos	Parte 3 – Práticas de longo prazo envolvendo TV e outros dispositivos.	- Verificar se há tempo disponível.	<ul style="list-style-type: none"> - Baseado no que nós vimos nos cartões, eu gostaria de saber se a sua prática de assistência de vídeos sempre foi assim. - Você vê alguma diferença da sua experiência hoje e como foi no passado ou pela experiência de seus pais? Se sim, qual a diferença? - Esta mudança é relacionada com alguns dos seus hábitos ou são apenas novas preferências? - Quando você começou a mudar? Você lembra? Você pode destacar as razões? - Você que tem as mesmas práticas/hábitos? - Você está interessado no mesmo conteúdo? 	- Checar a gravação e ficar de olho no relógio.
2 minutos	<i>Entregar os vouchers e agradecimentos.</i>	- Pedir para que eles assinem a lista de participação.	Agradecimentos.	- Voucher e um presente do Brasil.

Apêndice 2

Perfil dos jovens entrevistados em Cametá durante pesquisa de campo exploratória

Participante	Sexo	Idade	Onde nasceu?	Onde cresceu?	Onde mora?	Mora com?	Tem filhos?	Escolaridade	Área de estudos	Ocupação
Andrea ²³⁴	F ²³⁵	20	Pacuí	Pacuí	Pacuí	Com o avô	Não	EM incompleto	*	Estudante
Dani	F	23	Rio Furtados	Rio Furtados	Cametá	Com os pais	Não	EM completo	*	Funcionária pública concursada da Prefeitura de Cametá
Wesley	M ²³⁶	16	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Não	EM incompleto	*	Estudante
Lucas	M	17	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Não	EM incompleto	*	Estudante e artesão (auxiliar do pai que é pintor de barcos)
Roger	M	24	Rio Furtados	Rio Furtados	Cametá/ Rio Furtados	Com a irmã/ Com os pais	Não	ES ²³⁷ incompleto	Educação Física	Estudante e funcionário público concursado da Prefeitura Cametá
Angelo	M	19	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Não	EM completo	*	Pescador e artesão (auxiliar do pai que é pintor de barcos)
Gael	M	21	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Não	ES incompleto	Pedagogia	Estudante e microempresário (dono de uma mini-gráfica/lan-house)
Celina	F	20	Mendaruçu	Mendaruçu	Rio Furtados	Com o companheiro	Sim (1 filha)	EM incompleto	*	Interrompeu os estudos por conta da gravidez
Any	F	22	Rio Furtados	Rio Furtados	Cametá/ Rio Furtados	Com o irmão/ Com os pais	Não	EM completo; Curso Técnico	Enfermagem	Assistente administrativo na Colônia de Pescadores
Marina	F	19	Rio Furtados	Rio Furtados	Rio Furtados	Com os pais	Sim (1 filho)	EM incompleto	*	Interrompeu os estudos por conta da gravidez

Fonte: Criada pela autora.

²³⁴ Nós atribuímos um nome fictício a todos os entrevistados. Para isso, selecionamos nomes começando sempre com as primeiras duas letra dos nomes originais.

²³⁵ Abreviação nossa para sexo feminino.

²³⁶ Abreviação nossa para sexo masculino.

²³⁷ Abreviação nossa para Ensino Superior.

Apêndice 3

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (Brazil)
Katholieke Universiteit Leuven - KU Leuven (Belgium)



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a) participante, você foi convidado(a) a contribuir com a pesquisa “Consumo de vídeo entre jovens: um estudo qualitativo em dois municípios do Norte e Sul do Brasil”, que está sendo desenvolvida no âmbito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), localizada em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, e da KU Leuven, localizada na cidade de Leuven, na Bélgica. Essa pesquisa é parte do doutorado cotutela de Fernanda Chocron Miranda, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), via bolsa do Programa Geral de Cooperação Internacional (PGCI).

Esta pesquisa de doutorado tem como objetivo mapear e caracterizar as práticas de consumo de TV delimitadas por jovens (entre 18 e 24 anos), baseado em um estudo qualitativo sob a orientação da Profa. Dra. Nilda Aparecida Jacks (orientadora da UFRGS), da Profa. Dra. Bieke Zaman (orientadora da KU Leuven) e do Prof. Dr. David Geerts (co-orientador da KU Leuven).

Sua participação é voluntária, isto é, não é obrigatória. A qualquer momento da pesquisa, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Nesse caso, seus dados serão integralmente eliminados da pesquisa. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com a pesquisadora responsável ou com as universidades envolvidas. Caso concorde em participar, por favor, assine ao final do documento.

Estas informações serão obtidas por meio de um estudo de diário baseado em um conjunto de cartões que serão preenchidos individualmente pelo participante durante 10 (dez) dias. Na sequência, cada participante será entrevistado em uma seção individual, com duração máxima de 90 minutos, na qual serão utilizados os cartões preenchidos. A entrevista será gravada em áudio e vídeo e ocorrerá em local a ser previamente acordado com o participante no momento da entrega do diário.

Todos os dados serão de uso apenas para a pesquisa e não serão divulgadas informações pessoais com sua identificação, sem que seja requerida sua autorização expressa. Se houver fornecimento de qualquer dado do estudo que seja confidencial, este será apresentado de modo que assegure total sigilo a sua identificação.

Por fim, registra-se que você receberá uma cópia deste termo no qual consta o telefone e endereço da pesquisadora responsável pelo estudo, podendo tirar dúvidas sobre o desenvolvimento do mesmo e sobre sua participação.

Fernanda Chocron Miranda
Pesquisadora responsável

Eu, _____, brasileiro(a), inscrito(a) sob o número de CPF _____, concordo em participar voluntariamente da pesquisa acima referida. Eu declaro que sou maior de 18 anos, que li as informações contidas neste documento e fui devidamente informado(a) pela responsável pela pesquisa sobre os objetivos, sobre os procedimentos que serão utilizados e sobre a confidencialidade do estudo. Foi-me garantido que posso retirar o consentimento a qualquer momento, sem qualquer penalidade. Declaro, ainda, que recebi uma cópia deste Termo de Consentimento. Os resultados obtidos durante este estudo serão mantidos em sigilo, mas concordo que sejam divulgados em apresentações e publicações científicas, bem como na tese de doutorado a ser defendida, desde que meus dados pessoais não sejam mencionados sem meu consentimento expresso.

Município/Estado/País, dia/mês/ano.

ASSINATURA: _____

Pesquisadora responsável: Fernanda Chocron Miranda

Números de Telefones: +32 478 12 10 33 (Bélgica) | +55 91 991 33 78 09 (Brasil)

E-mail: nandachocron@gmail.com

Apêndice 4

Perfil dos jovens entrevistados em Tavares durante pesquisa de campo exploratória

Participante	Sexo	Idade	Onde nasceu?	Onde cresceu?	Onde mora?	Mora com?	Tem filhos?	Escolaridade	Área de estudos	Ocupação
Cristovam	M	23	Tavares	Tavares	Tavares	Com os pais	Não	ES incompleto	Serviço Social	Estudante e microempresário (dono de mini-gráfica); Eleito vereador no ano da pesquisa.
Alice	F	18	Mostardas	Capororocas	Capororocas	Com os pais	Não	EM completo	*	Pequena agricultora (auxilia o pai com o plantio de cebola).
Jaime	M	20	Praia do Farol	Praia do Farol	Praia do Farol	Com os pais	Não	EM completo	*	Pescador (auxilia o pai na pesca artesanal de camarão).
Saulo	M	20	Mostardas	Butiás	Tavares	Com a mãe	Não	ES incompleto	Educação Física	Estudante e funcionário temporário da Prefeitura de Tavares.
Jonas	M	18	Tavares	Tavares	Tavares	Com os pais	Não	ES incompleto	Educação Física	Estudante e funcionário temporário da Prefeitura de Tavares.
Joana	F	19	Mostardas	Osório	Tavares	Com os pais	Não	EM completo	*	Auxiliar administrativo em um hotel de Tavares.
Vinicius	M	19	Mostardas	Praia da Barra	Tavares	Com os pais	Não	EM completo	*	Funcionário de uma empresa de madeira de reflorestamento.
Josuel	M	23	Tavares	Praia do Farol	Tavares	Com os pais e a companheira	Sim (1 filho)	EM incompleto	*	Pescador (auxilia o pai na pesca artesanal de camarão). Interrompeu os estudos para trabalhar logo que o filho nasceu.

Fonte: Criada pela autora.

