

# A EXPERIÊNCIA METODOLÓGICA DO PROJETO “JOVENS EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA” NO PARÁ-AMAZÔNIA-BRASIL

THE METHODOLOGICAL EXPERIMENT OF THE “YOUTH IN CONVERSION TIMES” PROJECT IN THE STATE OF PARÁ-AMAZON REGION-BRAZIL

*LA EXPERIENCIA METODOLÓGICA DEL PROYECTO “JUVENTUD EN TIEMPOS DE CONVERGENCIA”, EN PARÁ-AMAZONAS-BRASIL*

## Maria Ataide Malcher

■ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM-UFPA) e coordenadora do projeto “Jovens em tempo de convergência: pesquisa exploratória de recepção dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos no Pará-Amazônia-Brasil. Líder do Grupo de Pesquisa em Processos de Comunicação (PESPCOM).

■ E-mail: [ataidemalcher@uol.com.br](mailto:ataidemalcher@uol.com.br).

## Ronaldo de Oliveira Rodrigues

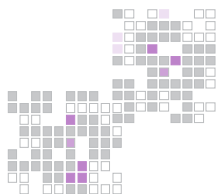
■ Professor no Campus Universitário do Marajó-Breves/UFPA. Doutorando em Ciências Sociais (PPGSA-UFPA). Integrante do Grupo de Pesquisa PESPCOM.

■ E-mail: [ronaldsa84@yahoo.com.br](mailto:ronaldsa84@yahoo.com.br).

## Daniella de Gois Ariston Barion

■ Mestre pelo PPGCOM-UFPA. Integrante do Grupo de Pesquisa PESPCOM.

■ E-mail: [dbarion06@hotmail.com](mailto:dbarion06@hotmail.com).



## RESUMO

Este artigo apresenta uma reflexão a respeito dos caminhos metodológicos, também entendidos como labirintos, que vêm sendo trilhados no projeto “Jovens em tempo de convergência: pesquisa exploratória de recepção dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos no Pará-Amazônia-Brasil”, investigação vinculada à Rede Brasil Conectado. A proposta é registrar os caminhos já delineados em dois anos de trabalho, expondo vantagens e desvantagens observadas no processo. Esse tipo de pesquisa tem sido central para compreender os perfis de consumo midiático dos jovens.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO; METODOLOGIAS; JOVENS; REDE BRASIL CONECTADO.

## ABSTRACT

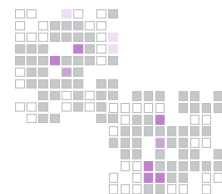
This article presents a reflection on the methodological approaches, also understood as being labyrinths, that have been outlined in the project named “Youth in conversion times: an exploratory research about the uses and appropriations of multimedia resources in the State of Pará-Amazon Region-Brazil”, a study entailed to the *Rede Brasil Conectado*. The proposal is to register the paths already outlined in the course of two years of work, revealing advantages and disadvantages observed in the process. This type of research has been fundamental for an understanding of the mediatic consumption profiles of youngsters.

**KEYWORDS:** COMMUNICATION; METHODOLOGIES; YOUTH; REDE BRASIL CONECTADO.

## RESUMEN

Este artículo se presenta una reflexión acerca de los caminos metodológicos, también entendidos como laberintos, que se vienen transitando por el proyecto “Juventud en tiempo de convergencia: una investigación exploratoria de recepción sobre usos y apropiaciones de recursos multimedia en Pará-Amazonas-Brasil”, el estudio está vinculado a la Red Brasil Conectado. El objetivo es registrar los caminos ya establecidos en dos años del estudio, exponiendo las ventajas y los inconvenientes observados. El trabajo de este tipo es fundamental para entender los perfiles de consumo mediático de los jóvenes.

**PALABRAS CLAVE:** COMUNICACIÓN; METODOLOGÍAS; JUVENTUD; RED BRASIL CONECTADO.



## 1. Introdução

Em meio ao cenário de convergência midiática e intensa disseminação de dispositivos móveis de compartilhamento de mensagens multimídia, muitas são as possibilidades de interação e trocas socioculturais. Não há dúvida de que os usos e apropriações dessas mídias têm repercutido nas diferentes faixas etárias. Observar o público jovem é fundamental, já que estes participam de forma bastante intensa nos diferentes cenários de consumo que vêm se implementando.

Na tentativa de observar os variados e diferentes cenários de consumo midiático que envolvem os jovens moradores do Estado do Pará – região Norte do Brasil –, no ano de 2012, foi submetido e aprovado no Edital Universal do CNPq (nº 015/2012) o projeto de pesquisa “Jovens em tempo de convergência: pesquisa exploratória de recepção dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos no Pará-Amazônia-Brasil”. O projeto tem como objetivo aprofundar o levantamento de dados sobre o consumo midiático desse público no Estado e foi iniciado a partir do envolvimento da equipe na Rede Brasil Conectado<sup>1</sup>, concebida e liderada pela professora Nilda Jacks, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Para isso, o projeto em nível estadual prevê pesquisas de campo em oito municípios do Pará com realidades bastante díspares, apesar de pertencerem ao mesmo estado.

Por meio dessas ações, a proposta do projeto paraense é elaborar um mapa com o perfil dos jovens com base no monitoramento que está sendo realizado não somente na capital do Estado, Belém, mas em outras sete cidades localizadas no interior, selecionadas a partir de critérios comuns

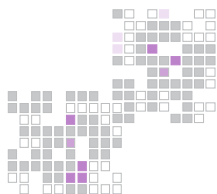
<sup>1</sup> Desde 2012, a Rede tem atuado no sentido de traçar um mapeamento do consumo cultural midiático dos jovens brasileiros, a partir de protocolos metodológicos de recepção construídos de forma colaborativa e utilizados em todos os estados do Brasil para a realização de levantamento de dados quantitativos e qualitativos. <<http://redebrasilconectado.wordpress.com/projeto/>>.

à Rede Brasil Conectado, mas orientada pela proposta de divisão de território do Pará em “três estados” (Carajás, Tapajós e Pará)<sup>2</sup>. De cada um dos que seriam esses “novos estados” foram selecionadas as cidades que assumiriam a função de capitais (respectivamente: Marabá, Santarém e Belém) e mais um município de cada região com a predominância ou presença expressiva de população residente no espaço rural. O universo de pesquisa também é composto por duas cidades pertencentes ao arquipélago do Marajó, por sua importância na configuração do Pará, selecionadas a partir dos mesmos critérios. Os oito municípios escolhidos foram Belém, Cametá, Santarém, Monte Alegre, Marabá, Itupiranga, Breves e Melgaço. O público selecionado para a pesquisa é de jovens na faixa de 18 a 24 anos. Entre os desafios de pesquisa, destacamos o processo de elaboração e execução das estratégias de investigação do ponto de vista teórico-metodológico.

## 2. Orientações teórico-metodológicas e os desafios do trabalho em Rede

O potencial da Comunicação tem origem na pluralidade de seus métodos, teorias, perspectivas e interfaces possíveis. Esse caráter pluri, trans, multi, interdisciplinar existe desde a formação da área (Wallerstein, et al., 1996), mas não se deve perder de vista que na perspectiva do pluralismo teórico-metodológico, ainda nos deparamos com muitas dificuldades no que tange à superação de modelos “prontos” ou do uso instrumental e não inventivo dos procedimen-

<sup>2</sup> Em dezembro de 2011, por deferimento dos Decretos Legislativos nº 136 e 137 (que dispõem, respectivamente, sobre a criação dos estados de Carajás e Tapajós) no Congresso Nacional, foi realizado Plebiscito a respeito da proposta de divisão do território do Estado do Pará em novos estados. A proposta porém não foi aprovada pela população. Caso a divisão fosse aprovada, 59% da atual área do Estado do Pará se tornaria estado do Tapajós, 24% seria Carajás e 17% permaneceria ao novo Pará. No que concerne à população, porém, o novo Pará permaneceria com “a maior concentração populacional por km<sup>2</sup>, 22 pessoas. Carajás teria 5 pessoas por km<sup>2</sup> e o Tapajós 2 pessoas” (IDESP-PA, 2011, p.7).



(...) no projeto “Jovens em tempo de convergência” no Pará, para a definição das estratégias e dos procedimentos metodológicos, várias foram as etapas e decisões tomadas, o que incluiu flexibilidade, criatividade e disciplina.

tos, como recusa Martín-Barbero (2004).

Por isso, no projeto “Jovens em tempo de convergência” no Pará, para a definição das estratégias e dos procedimentos metodológicos, várias foram as etapas e decisões tomadas, o que incluiu flexibilidade, criatividade e disciplina. O enfoque da pesquisa é de base qualitativa com característica exploratória, pelo fato desta investigação tentar compreender o fenômeno, valorizando o processo e não apenas o resultado, pois a ênfase não está em medir as variáveis envolvidas no fenômeno, mas entendê-lo como parte da experiência sociocultural.

Foi fundamental para o projeto da equipe do Pará a opção pela pesquisa exploratória, já que são vários os pontos de desconhecimento a serem vencidos em um estudo envolvendo jovens e consumo midiático no Estado. Primeiro, pelo fato de o projeto nos permitir aprofundar conhecimentos sobre os cenários empíricos do Pará. Diferentemente de outras regiões, o Norte do país carece de informações sobre a presença da mídia, ainda que estejamos nos referindo a meios massivos como rádio e televisão. São poucos os estudos científicos, e mesmo dados oficiais de órgãos como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que apresentam informações sobre a presença e os níveis de acesso a determinadas tecnologias. Diante disso, a etapa de levantamento contextual do *locus* investigado, que pode ser considerada simples em pesquisas desenvolvidas em outras regiões do Brasil, para nós foi extremamente complexa.

A adoção da perspectiva exploratória nos deixou à vontade para tatear e criar caminhos metodológicos para realizar monitoramento e observação dos hábitos dos jovens em ambientes vir-

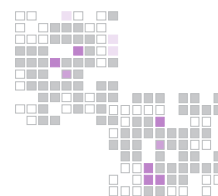
tuais como a rede social Facebook, especialmente considerando as exigências de trabalhar em rede e a partir de instrumentos de coleta comuns.

Considerando que a proposta da Rede foi conduzir um levantamento nacional de informações sobre o uso que os jovens brasileiros de diferentes regiões fazem das mais diversas mídias foi necessário exercitar e alinhar as diferentes perspectivas de pesquisa que compunham o grupo da Rede, bem como definir e padronizar os procedimentos de coletas de dados empregados e os parâmetros para posterior análise. Sem esses elementos seria impossível conduzir uma pesquisa nacional de cunho comparativo.

Ao mesmo tempo a Rede permite aos seus integrantes otimizar esforços, já que o que a atende pode ser incorporado aos projetos locais, como a pesquisa “Jovens em tempos de convergência” no Pará. Neste caso, nós adotamos os instrumentos de coleta de dados secundários da Rede para mapear as oito cidades escolhidas para observação, com exceção de Belém que havia sido mapeada durante o levantamento realizado no âmbito da Rede Brasil Conectado. Também nesse sentido, foi possível aplicar e ampliar o questionário piloto *off-line*, que, como apresentaremos à frente, revelou dados bastante significativos para a compreensão dos hábitos de consumo do público jovem paraense. Sem falar nas vantagens de ter acesso aos resultados da Rede para basear outras análises e da possibilidade de compartilhar leituras e experiências para a realização de um estudo de grande envergadura.

## 2.1 Caminhos e/ou labirintos percorridos

É sempre provocador descrever as decisões tomadas para o desenvolvimento de uma pesquisa.



Definitivamente quando se busca a *práxis* nos estudos em Comunicação consegue-se ter em vista apenas o início do processo, pois os desdobramentos e encaminhamentos finais tornam-se verdadeiros labirintos teórico-metodológicos.

Fazemos aqui uma analogia a Serrano (2011), quando este propõe o termo “Pesquisar no labirinto” ao tratar do percurso da elaboração de uma tese, bem como concordamos com a descrição de Miranda (2013) que diz que labirintos pressupõem inúmeras possibilidades de entrada e de saída. Assim, o estudo avança conforme vão sendo tomadas decisões teórico-metodológicas e a caminhada é sempre não-linear, o que significa dizer que, por vezes, caminhamos e voltamos a pontos já percorridos. E nesse reencontro, novos enfrentamentos ocorrem, gerando assim novas interpretações e decisões. Exatamente o que tem ocorrido no âmbito do projeto estadual, ao optarmos por seguir por caminhos já percorridos pela Rede e que, ao voltarmos, sempre ampliamos ou aprimoramos os procedimentos metodológicos, bem como aferimos novos resultados e interpretações.

Por isso, mais do que caminhos, observamos na experiência do projeto “Jovens em tempos de Convergência” no Pará um percurso feito em labirintos, tanto do ponto de vista das inúmeras idas e vindas teórico-metodológicas quanto dos enfrentamentos com os cenários empíricos encontrados. Para Schmitz (2008) são esses movimentos de busca e construção do repertório teórico e dos parâmetros metodológicos que passam a delinear a feição do objeto de estudo.

### 2.1.1 Etapa 1: Levantamento de dados secundários

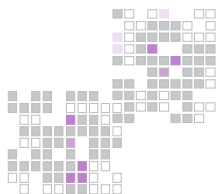
Considerando o esforço já empreendido no âmbito da Rede Brasil Conectado, a decisão da equipe do Pará foi começar o projeto estadual a partir do levantamento de dados secundários para contextualizar o cenário de pesquisa. Para

Richardson (1999), os dados primários são obtidos diretamente em campo. Já os secundários são aqueles obtidos de obras bibliográficas, relatórios de pesquisas anteriores sobre o tema, ou seja, material disponibilizado para consulta pública.

Assim, adotamos os instrumentos de coleta construídos de forma colaborativa na Rede e fomos em busca dos seguintes elementos: (a) Dados demográficos sobre a população, destacando o público jovem; (b) Dados sobre consumo midiático dos jovens; (c) Dados sobre a presença dos meios de comunicação; (d) Dados sobre a estrutura de acesso à Internet e telefonia celular. As principais fontes foram IBGE; Instituto de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental do Pará (IDESP-PA); Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN); Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL); Anuário do Pará; Site “Donos da mídia” e Mídia Dados. Dentro do projeto estadual este levantamento foi realizado para os outros sete municípios que compõem o universo de pesquisa, já que Belém, como mencionado, já havia sido mapeada para atender a uma demanda da Rede.

A partir deste levantamento, escrevemos um texto para cada município mapeado, denominado monografia, no qual são apresentados os principais dados coletados, levando em consideração: aspectos históricos e geográficos; dados demográficos; dados culturais e estrutura midiática, enfatizando jornais, revistas, emissoras de rádio e TV; provedores de Internet; operadoras de celular; projetos de inclusão digital e outros.

Nesse processo observamos como uma tarefa de pesquisa que parece simples e corriqueira implicou inúmeros investimentos, já que há lacunas de dados ainda nas fontes oficiais. Como observado por Rodrigues (2012a, 2012b), alguns dados relativos ao cenário midiático do Norte do país não estão disponíveis de forma completa nos relatórios e levantamentos dos órgãos oficiais. De acordo com o autor, no final do ano de 2011 o



IBGE chegou a publicar os dados definitivos do Censo 2010, entretanto, “as informações específicas sobre bens duráveis em cada município marajoara<sup>3</sup> não estão disponíveis, o que indica que, mais uma vez, levarão algum tempo para serem publicadas” (Rodrigues, 2012b, p.66).

### 2.1.2 Etapa 2: Estudo piloto (observação *offline*)

Após o levantamento dos dados secundários, a equipe do Pará avançou ainda com base nos procedimentos adotados na Rede, e mais especificamente desenvolveu a etapa denominada estudo piloto. Com esta estratégia foi possível se aproximar do objeto investigado e testar o protocolo de pesquisa pensado na Rede e incorporado ao projeto estadual. Nesse movimento, verificamos problemas e dificuldades da coleta, bem como identificamos os ajustes necessários para a condução das demais etapas da investigação. Assim, foi possível dar *feedback* à Rede, bem como repensar o planejamento da pesquisa de campo no projeto do Pará.

Para Canhota (2008, p.69-70), o estudo piloto “ajuda a conceber um protocolo de investigação e permite antever o resultado de um protocolo já elaborado, mas ainda não utilizado”. Neste sentido, possibilita avaliar sua adequação para a finalidade que se deseja, bem como para testar a validade e consistência desses instrumentos.

No Pará, nesta etapa foi realizada a “aplicação” de um questionário junto a 10 jovens selecionados, na tentativa de mapear o consumo midiático a partir da própria declaração do respondente. O questionário incluía questões abertas e fechadas para levantamento de dados gerais sobre consumo midiático e práticas virtuais. Vale ressaltar que ainda que se tenha utilizado o questionário concebido no âmbito da Rede, a sua “aplicação” foi flexibilizada tanto pela equipe, no sentido de coletar mais dados do que o solicitado, quanto por solici-

tação dos cenários empíricos encontrados.

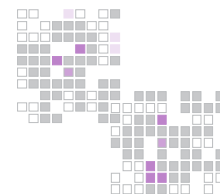
Por exemplo, uma das orientações para selecionar os jovens era a de que os mesmos fossem de “classes populares”<sup>4</sup> e estudantes universitários. Verificamos que o padrão estabelecido pela Rede não seria facilmente aplicável à realidade do estado paraense, pois mesmo com bastante esforço, de 34 famílias, encontramos apenas cinco nas condições indicadas pelo projeto nacional. Todas as demais famílias possuíam renda abaixo de R\$ 1.147 e nenhuma outra acima de R\$ 1.858,00, ou seja, resguardadas todas as consequências conceituais, o padrão adotado na pesquisa nacional não poderia ser o mesmo para o desdobramento da pesquisa nos demais municípios a serem pesquisados pelo projeto no Pará.

Para a pesquisa *offline* foi fundamental a consulta sobre perfil sócio-demográfico dos jovens selecionados. Por ser uma amostra composta de estudantes, fizemos contatos com o órgão responsável em cada universidade ou instituição de ensino, no caso o setor responsável pelo ensino de Graduação. Considerando que foram selecionados jovens apenas da UFPA, foi possível otimizar tal tarefa a partir do prévio conhecimento dos trabalhos realizados pelo Grupo de Estudos em Educação em Direitos Humanos (GEEDH), no Instituto de Ciências da Educação (ICED) da UFPA. Nesse contato, tivemos acesso ao perfil do universitário do Campus de Belém/UFPA, o que nos permitiu compreender também a realidade dos outros *campi* da universidade.

Além da faixa etária, a verificação do estado civil, tendo em vista universitários solteiros e sem filhos também foi uma preocupação na escolha.

4 Renda familiar entre aproximadamente R\$1.147,00 e R\$1.858,00, residentes em bairros periféricos, familiares exercendo profissões como pedreiro, cozinheiro, costureira, manicure, serralheiro, comerciário, etc. Como o “Critério Brasil”, com base em informações referentes ao LSE 2011 – 9RMS – IBOPE Mídia, estabelece a renda familiar das classes como A (9.263,00), B1 (5.241,00), B2 (2.654,00), C1 (1.858,00), C2 (1.147,00) e D (776,00), designamos para fins do estudo piloto a faixa C1/ C2.

3 O que tem origem no Arquipélago do Marajó.



Devemos ressaltar que esta foi uma das tarefas mais difíceis para realização em Breves, pois é comum que nos municípios do interior paraense, as pessoas se casem mais jovens, embora aos poucos, esse perfil venha se alterando. De toda forma, a amostra foi selecionada obedecendo ao perfil previamente estabelecido e no caso do Pará, a preferência foi por diversificar a área de formação dos jovens.

Definitivamente quando se busca a práxis nos estudos em Comunicação consegue-se ter em vista apenas o início do processo, pois os desdobramentos e encaminhamentos finais tornam-se verdadeiros labirintos teórico-metodológicos.

A escolha dos jovens no estado paraense ocorreu por meio de duas estratégias. A primeira por ocasião de uma assembleia de alunos que envolvia quatro cursos de licenciatura no campus de Breves/UFPA (Pedagogia, Letras, Matemática e Ciências Naturais), organizada pelo então Diretório Acadêmico do Campus, e na qual estavam presentes 59 alunos; explicamos a proposta e distribuimos os questionários da Rede, sendo que 34 alunos nos deram retorno, constituindo a referência das famílias que mencionamos anteriormente. Destes, selecionamos cinco jovens, baseados no preenchimento do questionário, ou seja, aqueles que deram as informações mais completas aliadas aos critérios: estar na faixa de 18-24 anos, solteiro, sem filhos e baixa renda, bem como estar disposto a contribuir em momentos posteriores da pesquisa, inclusive, recebendo nossa visita em sua residência.

Como resultado da entrevista em profundidade foi gerado um documento sistematizado denominado “Protocolo de análise do questioná-

rio”, no qual constam todas as informações coletadas em relação aos 10 jovens da pesquisa piloto.

Os outros cinco jovens, de Belém, selecionamos com base no estudo do GEEDH enviando nossos formulários para alunos dos cursos de Pedagogia, Letras, História e Matemática por meio de outros estudantes que a equipe do projeto já conhecia. Enviamos 25 e-mails e tivemos um retorno de oito, para os quais utilizamos os mesmos critérios anteriores para selecionar os cinco jovens.

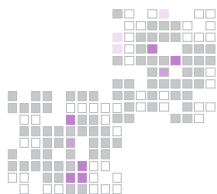
Em Breves ainda tivemos a oportunidade de visitar a casa dos jovens, já que membros de nossa equipe se deslocaram à casa dos universitários com o intuito de observar o local e também de conversar com familiares dos jovens, além é claro de estar com eles em seu ambiente familiar. Como já mencionamos, a proposta neste momento da pesquisa foi aproveitar o investimento de coleta de dados para a Rede para obter o máximo de pistas para o desenvolvimento do estudo no Pará. Assim, foram incluídas visitas às casas dos jovens moradores de Breves e realizadas seções piloto de observação direta e não-participante.

### 2.1.3 Etapa 3: Estudo piloto (observação online)

A etapa seguinte à observação *offline*, foi a observação *online*, consistindo na observação do perfil de 10 jovens no Facebook. Os objetivos foram: (a) observar dinâmicas, práticas e circulação de temas/conteúdos estabelecidas por jovens universitários; (b) explorar detalhes das práticas de jovens universitários nas plataformas digitais.

A observação e o monitoramento demandaram certa sistematização na frequência de acesso e a realização de *prints* dos conteúdos publicados/compartilhados/curtidos pelos jovens, tendo em vista a realização de um levantamento qualitativo de suas práticas nas plataformas digitais.

Para isso, primeiramente criamos um perfil especialmente para a equipe pesquisadora. A partir disso, a primeira estratégia foi selecionar páginas/grupos com clara vinculação com o es-



Considerando o esforço já empreendido no âmbito da Rede Brasil Conectado, a decisão da equipe do Pará foi começar o projeto estadual a partir do levantamento de dados secundários para contextualizar o cenário de pesquisa.

tado do Pará. Os critérios para seleção estavam relacionados à possibilidade de identificação dos usuários como oriundos do estado (mesmo os que viviam fora) e que fossem páginas/grupos populares, com número significativo de membros e de interações.

A preocupação foi elaborar uma listagem de páginas e grupos que explicitamente são identificados com o estado a partir do nome do grupo, porém, não se resumindo a um único conteúdo apenas, como sobre telenovela, futebol, moda etc. O mais interessante seria que os próprios títulos já indicassem o pertencimento aos estados, demonstrando este “critério identitário”. Por exemplo: “Orgulho de ser paraense”; “Eu sou paraense e não desisto nunca”.

É importante esclarecer que não necessariamente os jovens da observação *online* deveriam ser os mesmos para a observação *online*. No Pará, a escolha para observação dos perfis no Facebook deu-se da seguinte forma: dos 24 alunos restantes do preenchimento *offline*, escolhemos cinco (de Breves) que aceitaram ser observados e que declararam acessar frequentemente o Facebook; os outros cinco (de Belém) foram selecionados a partir da observação/contato com base nos grupos e páginas identificados com o estado, que confirmaram sua participação a partir do retorno à mensagem a eles enviada *inbox* na rede social. Após a confirmação dos nossos colaboradores iniciamos o registro dos dados seguindo o roteiro de observação.

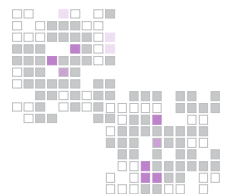
Ao selecionar os jovens verificamos que apenas seis (sendo cinco de Belém) faziam circular regularmente conteúdos na rede social, o que levou

a redefinirmos/substituírmos quatro jovens por aqueles da pesquisa *offline*, já que haviam afirmado estar conectados e publicar conteúdo ao menos duas vezes por semana no seu perfil no Facebook. Nesta etapa o interessante foi acompanhar jovens que de fato fizessem circular ou produzissem conteúdo na rede. Do processo inicial e observação dos 10 primeiros jovens, passando pela escolha dos outros quatro, levamos cerca de três meses.

No roteiro de observação priorizamos as postagens publicadas na *timeline*. As mesmas foram copiadas e coladas em um arquivo individual do Word, atribuindo um nome fictício a cada jovem colaborador. Procuramos destacar em cada *post* (texto completo), o número de curtidas; comentários (máximo de 10 comentários, caso existissem muitos) e compartilhamentos. O período de observação foi de três meses sendo que o acesso se dava em dias alternados e com pelo menos uma hora de conexão no Facebook.

Considerando os percursos labirínticos que temos sido convidados a percorrer, destacamos como exemplo o retorno que a equipe Pará está fazendo aos dados do monitoramento do perfil de 10 jovens no Facebook. Ainda que este material já tenha sido submetido à Rede, neste momento a equipe do projeto estadual mergulhou novamente e planeja ampliar o monitoramento de jovens moradores das outras seis cidades que compõem o universo da pesquisa, considerando que Belém e Breves foram contempladas.

Para isso, porém, foi realizada uma nova etapa de exploração em busca de elementos que deliniam o comportamento dos jovens no Facebook





## Após o levantamento dos dados secundários, a equipe do Pará avançou ainda com base nos procedimentos adotados na Rede, e mais especificamente desenvolveu a etapa denominada estudo piloto.

e para teste de diferentes tipos de abordagem de seleção de amostra neste tipo de ambiente virtual. Como metodologicamente é possível estudar a circulação e interação desses jovens no Facebook? Até agora já foi testado o envio de mensagens coletivas em grupos de assuntos de interesse dos moradores dos municípios, bem como convites/solicitações aleatórias de amizade. A proposta é elaborar um protocolo de observação no Facebook, que nos permita coletar e comparar os dados a partir do contato com jovens moradores dos oito municípios selecionados.

### 2.1.4 Etapa 4: Preenchimento de questionário online

Esta etapa, relacionada ao preenchimento de um questionário *online* e padronizado para todos os integrantes da Rede, só foi possível pelo levantamento de dados realizados nas etapas anteriores, o que possibilitou uma riqueza de dados contextuais sobre as realidades estudadas, bem como aproximação feita com os jovens no estudo piloto, possibilitando um mapeamento mesmo que inicial sobre os hábitos desse público e pistas para quais possíveis abordagens que poderiam ser adotadas para o contato com eles.

O lançamento do questionário *online* no site da Rede ocorreu no dia 12/08/14 e ficou no ar até o dia 30/09/14. Ao todo, o instrumento foi composto por 40 questões e dividido em duas partes. A primeira parte, com 30 questões, foi comum a todos os estados brasileiros, o que permitiu dados comparativos pela própria Rede. A segunda parte, com 10 questões, foi pensada propriamente pela equipe paraense para atender aos questionamentos sobre o consumo mais local.

Os jovens paraenses que preencheram o ques-

tionário totalizaram 572. Destes, 319 preencheram também as questões locais. A partir disso, o próximo passo é explorar os resultados obtidos de acordo com o que afirmaram os jovens que colaboraram com a pesquisa.

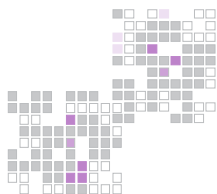
Ainda que não buscasse uma amostra representativa, várias foram as estratégias de divulgação do questionário: carta convite nominal; carta convite da instituição; release do projeto; mensagem aos jovens; mensagem para todos os públicos; capa para Facebook; vídeos e *memes* para compartilhamento viral nas redes sociais, banners digitais e cartaz impresso.

Especificamente em Breves, a nossa primeira estratégia de divulgação do questionário foi a de enviar informes para rádios e TVs locais divulgando o objetivo da pesquisa, bem como datas e o endereço do site para preenchimento.

Foi feita também a divulgação do cartaz do projeto, com informações sobre o questionário, por todo o campus da UFPA em Breves, nas escolas de Ensino Médio e nas que ofertam cursinho pré-vestibular. Além de afixar os cartazes em locais estratégicos, alunos voluntários que se dispuseram a trabalhar conosco foram *in loco* fazer a explicação e divulgação da proposta, nas salas de aula tanto das escolas como da universidade.

Também perguntamos aos jovens das turmas universitárias quais participavam de grupos/movimentos em que havia a participação de outros jovens. Aos que afirmaram ter esta participação, e que se dispuseram a colaborar conosco, entregamos algumas cópias do cartaz do projeto para que fizessem a divulgação no seu grupo, fosse religioso, sindical ou outro.

Mesmo com estas estratégias, obtivemos um baixo número de preenchimentos dos questio-



nários e por isso, implementamos uma ação alternativa: realizar o preenchimento do questionário impresso na presença do próprio jovem para que posteriormente os integrantes de nossa equipe fizessem o preenchimento online. Mesmo sabendo dos riscos dessa escolha, foi uma alternativa encontrada diante das dificuldades de acesso a internet que muitos jovens tiveram para o preenchimento.

Além do investimento feito em Breves, foram realizadas ações de divulgação do questionário online nos municípios de Belém, Santarém e Ananindeua. Foi feita divulgação intensa nos campi da UFPA e faculdades particulares daqueles municípios, foram feitos contatos com empresas de mídia, escolas de Ensino Fundamental e Médio. Para além disso, cada membro da equipe também fez circular as informações sobre o questionário com seu grupo de amigos pessoais tanto no Facebook quanto no WhatsApp.

No que se refere ao uso de plataformas *online* para a divulgação do questionário, primeiramente atualizamos a relação de grupos no Facebook a partir de três orientações: (1) Os que tinham por nome “Jovens ou juventude”, mais alguma denominação que identificasse o local de origem/pertencimento do mesmo. Por exemplo “Setor Juventude (Diocese de Castanhal)”; “Jovens Católicos PSCJ (Marabá)”; (2) Os que tivessem o nome de alguma cidade paraense, especialmente a que tivesse o maior número de membros<sup>5</sup>. Exemplos: “Belém do Pará”; “Galera de Breves”; (3) Os que tivessem alguma afirmação reiterando a identidade do membro usuário com o seu local de nascimento/moradia. Exemplo: “Orgulho de ser do Pará”; “Eu amo Melgaço”.

A partir da atualização dessas informações nos tornamos, de imediato, membros destes grupos ou nos casos em que se devia ter autorização

do(a) administrador(a), solicitamos que pudessem ser adicionados como amigo(a). Depois disso partimos para a divulgação no Facebook postando o banner do projeto no mural ou perfil de cada grupo/conta adicionada à dos integrantes de nosso grupo.

Com a conclusão do período de preenchimento, neste momento a equipe Pará tem trabalhado de forma integrada com as demais equipes da Rede para o tratamento dos dados obtidos em nível nacional, e especialmente, local.

Em paralelo a esse trabalho, a equipe do pro-

Como base nos primeiros resultados da Rede Brasil Conectado e no trabalho que vem sendo feito pela equipe Pará, acreditamos que o panorama e os perfis dos jovens que começam a ser desenhados precisam ser aprofundados (...)

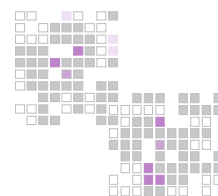
yecto do Pará agora está avaliando a possibilidade de adotar o instrumento de análise dos dados proposto pela coordenação da Rede para sistematizar os dados coletados nas diferentes etapas da pesquisa para posterior comparação entre os resultados obtidos sobre o consumo midiático de jovens de todo o cenário nacional.

### 3. Considerações finais

Não se pode tentar compreender um *locus* de pesquisa sem remeter ao seu contexto. Da mesma forma, é impraticável buscar a compreensão de qualquer pesquisa sem entender minimamente os caminhos percorridos. Foi na perspectiva de refletir sobre o percurso metodológico seguido no projeto “Jovens em tempo de convergência: pesquisa exploratória de recepção dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos no Pará-Amazônia-Brasil”, que este texto foi elaborado.

Concordamos com Jacks e outros (2014), ao se referir aos primeiros resultados da pesquisa nacional e chamar atenção para a relevância de cada

<sup>5</sup> Algumas vezes encontramos no *Facebook* grupos com nomes muito semelhantes e com teor/conteúdo também muito similar, então resolvemos priorizar os grupos com maior quantidade de usuários.



estratégia metodológica que de alguma forma foi incorporada e ampliada no projeto estadual. Contudo, é oportuno destacar que este tipo de articulação entre os objetivos e necessidades nacionais e local, e vice-versa, não ocorreu somente no Pará. Acreditamos que em cada estado houve necessidades de adequações, flexibilização em várias estratégias e na forma de conduzir a pesquisa prevista na Rede e seus desdobramentos.

Além disso, ao longo desse processo de compartilhamento de protocolos, e de articulação de análises ora locais ora nacionais, vislumbramos as diversidades existentes mesmo dentro de cada município da pesquisa paraense, e o quanto cada parte do Estado implicará distintas formas de atuação e condução na investigação, do contrário, se correrá o risco de perder interessantes elementos para compor o complexo caleidoscópico que compõe a dinâmica dos processos comunicacionais entre os jovens que residem no Estado. Nesse movimento, entendemos o quanto as realidades comunicacionais latino-americanas (e especialmente amazônicas) são ainda desconhecidas e o quanto esse mergulho em cenários empíricos é essencial para reconfiguração da dinâmica socio-cultural de nossa região.

Como base nos primeiros resultados da Rede

Brasil Conectado e no trabalho que vem sendo feito pela equipe Pará, acreditamos que o panorama e os perfis dos jovens que começam a ser desenhados precisam ser aprofundados, pois é urgente pensar realidades regionais que integram o mesmo país, mas são contundentemente diferentes, como pode ser percebido na dificuldade de “enquadrar” a categoria popular no perfil nacional adotado para pesquisa no Brasil. São essas as diversidades de um país formado por “estados-continentes”. Diversidade que esconde questões cruciais de distribuições de renda, o que implica diretamente no acesso à informação e aos aparatos tecnológicos e, conseqüentemente, ocasionando diversificados processos interacionais.

Por isso, acreditamos que só a partir do compartilhamento de experiências de projetos integrados de pesquisa e do trabalho em rede seja possível visibilizar parâmetros comparativos entre os cenários de consumo midiático que vêm sendo observados nas diferentes regiões do Brasil e prospectar e visibilizar indicadores e tendências de consumo nos cenários estudados, a partir do levantamento e tratamento de dados qualificados, que poderão subsidiar decisões estratégicas como políticas públicas voltadas ao público jovem brasileiro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANHOTA, C. Qual a importância do estudo piloto? In: SILVA, E. E. (Org.). *Investigação passo a passo: perguntas e respostas para investigação clínica*. Lisboa: APMCG, 2008. p.69-72.

IDESP-PA. *Retrato da divisão do Estado*. Belém: 2011. Disponível em <<http://www.idesp.pa.gov.br/pdf/retratoDivisaoEstado.pdf>>. Acesso em 26 jun. 2012.

JACKS, N. et al. Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós, Belém, Universidade Federal do Pará. 27 a 30 de maio, 2014.

MARTÍN-BARBERO, J. *Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Trad.: Fidelina Gonzáles. Coleção Comunicação Contemporânea 3. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MIRANDA, Fernanda Chocron. *Cartografia movente: uma postura de pesquisa em Comunicação na Amazônia*. 2013. 191 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia), Universidade Federal do Pará, Belém, 2013. Disponível em: <[http://www.ppgcomu-fpa.com.br/biblioteca/dissertacao\\_FERNANDA\\_CHOCHRON.pdf](http://www.ppgcomu-fpa.com.br/biblioteca/dissertacao_FERNANDA_CHOCHRON.pdf)>.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, R. O.; MALCHER, M. A. Mirada sobre o cenário midiático amazônico. In: MALCHER, M. A.; MARQUES, J. A.; PAULA, L. R. de. *História, comunicação e biodiversidade na Amazônia*. São Paulo: Acquerello, 2012a. p.139-171.

RODRIGUES, R. O. *TV aberta no Marajó: usos e apropriações pelos moradores da comunidade São Pedro em Breves-Pará-Amazônia*. 2012. 216 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia), Universidade Federal do Pará, Belém, 2012b. Disponível em: <[http://www.ppgcom-ufpa.com.br/biblioteca/dissertacao\\_RO-NALDO.pdf](http://www.ppgcom-ufpa.com.br/biblioteca/dissertacao_RO-NALDO.pdf)>.

SERRANO, F. P. *Pesquisar no labirinto: a tese, um desafio possível*. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

SCHMITZ, D. M. A construção de estratégias multimetodológica para pesquisar a recepção de moda em revista. In: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. M. do (Orgs). *Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa*. João Pessoa: Editora universitária da UFPB, 2008. p.83-102.

WALLERSTEIN, I.; PRIGOGINE, I.; LECOURT, D., et al. *A construção histórica das ciências sociais, do século XVIII até 1945: os grandes debates no interior das ciências sociais, de 1945 até o presente*. In: I. Wallerstein, et al. *Para abrir as ciências sociais*. São Paulo: Cortez, 1996.

