

A notícia em comunidades periféricas: apontamentos sobre jornalismo e juventude¹

Marli Paulina VITALI²

Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Florianópolis (SC)

Resumo: Este trabalho tem como objetivo principal realizar um estudo exploratório sobre a temática juventude, observando a demarcação dada pelos pesquisadores em dois pontos: consumo e juventude de periferia. O levantamento foi feito nas bases de dados do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), entre 2010 e 2017. Uma revisão bibliográfica foi realizada e serviu para mapear 86 trabalhos com a temática. Dentro dos dois pontos pesquisados, consumo e juventude de periferia, foram encontrados 14 pesquisas, a destacar que os temas podem ser mais explorados.

Palavras-chave: Juventude; Culturas Juvenis; Comunicação; Consumo midiático; Periferia.

A juventude nos campos da Comunicação

Cada vez mais os pesquisadores da área da Comunicação vêm buscando compreender o consumo midiático da juventude brasileira. Jovem ou jovens? Juventude ou juventudes? A rotulagem que se coloca, especificando a fase de desenvolvimento pessoal entre idades determinadas, é importante para saber de que período se irá falar, mas dificilmente isso serve para que se coloque o jovem em uma caixa específica. São jovens e juventudes. Trazer isso é relevante porque se falará aqui não de qualquer jovem, mas daquele que mora nas periferias, nas comunidades mais afastadas dos centros. E é a partir dele que se busca essa relação com a comunicação, mais especificamente com o Jornalismo, ponto central de estudo.

[...] mesmo nos detendo meramente na acepção cronológica do termo, as concepções sobre a juventude e o jovem ultrapassam a simples padronização e divisão etária, indo ancorar na organização social em que esse segmento está inserido, no momento histórico que está sendo vivenciado e na estrutura das relações que são estabelecidas nas múltiplas frações da vida social (GOBBI, 2012, p. 14).

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPGJOR) da UFSC, e-mail: marli.vitali@gmail.com.

A discussão que envolve o tema demarca um período na vida do jovem, entre 15 e 30 anos, rotulagem que se torna válida para identificar esse grupo, mas que não serve para demarcar uma identidade única se pensarmos na multiplicidade de indivíduos que integram essa fase. Assim, como destaca Baumworcel (2012, p. 45) “(...) não há uniformidade e linearidade em etapas de transição para a vida adulta. As transições são múltiplas, distintas e diferentemente vividas pelos jovens a partir de descontinuidades e rupturas, seja nas vertentes conjugal, profissional, entre outras”.

A proposta é parte de uma pesquisa mais ampla, que contempla a tese que tem como finalidade macro, identificar o que o jovem de comunidade periférica acessa, e, a partir disso, observar que conteúdo jornalístico é esse para propor um tipo de conteúdo e modelo de jornalismo que pode ser desenvolvido para interessar a ele. No presente artigo, o objetivo geral é realizar um estudo sobre a temática juventude, observando a demarcação dada pelos pesquisadores em dois pontos: consumo e juventude de periferia. Para tanto, foram observadas as bases de dados do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), que envolve os principais pesquisadores da área no país. O estudo exploratório, realizado entre 2010 e 2017, objetiva uma revisão bibliográfica para que se possa verificar como o tema juventude permeia as produções da área da Comunicação.

As pesquisas em Comunicação

A temática que envolve a juventude instiga pesquisadores nas mais diferentes áreas. Abrangente como é, a Comunicação traz a discussão em várias situações. Na consulta realizada na base do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), entre 2010 e 2017, a busca se deu pela palavra juventude. Nos Anais dos eventos realizados foram encontrados 86 trabalhos que traziam a temática. Essa varredura incluiu apenas as produções científicas expostas dentro dos Grupos de Pesquisa (GPs), excluindo o Intercom Júnior e Expocom. O ano que reuniu a maior quantidade de publicações foi 2011, com 16 trabalhos identificados. Já o ano com um número reduzido foi 2013, quando apenas seis artigos traziam a temática da juventude.

Entre os Grupos de Pesquisa (GPs) que mais promoveram o debate está o de Comunicação e Culturas Urbanas, com 31 trabalhos identificados. Mas a discussão também ocorre no GP Comunicação para a Cidadania, com 16 publicações. Na sequência

vem América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais, com 13 trabalhos. As temáticas sofrem influências que não se pode mensurar, por isso, em determinados anos, há uma concentração maior em algum GP. Em 2017, por exemplo, no da América Latina foram encontrados seis artigos, como veremos a seguir.

Em 2010, a Coordenação do Intercom propôs como temática a pesquisa sobre a juventude. A intenção era motivar os pesquisadores para que se debruçassem sobre o tema, trazendo novas discussões e permitindo ampliar o escopo de dados já realizado até então. O resultado foi o livro “Comunicação, Cultura e Juventude” (BARBOSA; MORAIS, 2010) que traz artigos com abordagens diferenciadas.

Protagonistas porque seu lugar de fala é construído a partir de um mundo no qual a sua própria historicidade se faz a partir dos meios de comunicação, mundo no qual desempenham o papel de atores centrais, mas também o de a-sujeitados aos limites que, muitas vezes, essas práticas colocam em cena. Pensar historicamente os sujeitos sociais é, ao mesmo tempo, visualizar mundos díspares e lugares complexos: se num momento assume-se o centro do processo, num outro instante somos colocados num lugar periférico (BARBOSA; MORAIS, 2010, p. 11).

Mesmo com a temática envolvendo a juventude, em 2010 foram identificados 11 trabalhos nos Grupos de Pesquisa do Intercom. A concentração maior se deu no GP de Comunicação e Culturas Urbanas, que reuniu três trabalhos. Os pesquisadores estudaram a Jovem Guarda e o engajamento do jovem, os sujeitos juvenis e sua prática de consumo e como a juventude fez parte das pesquisas científicas até aquele momento.

Mais quatro GPs também apresentam trabalhos. No de Rádio e Mídia Sonora, as duas publicações trazem um balanço sobre juventude e mídia sonora e os hábitos de consumo do conteúdo radiofônico, fazendo a pesquisa com jovens do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e São Paulo. O GP de Comunicação e Cidadania observa os discursos midiáticos e a diabolização das juventudes, além de trazer a relação da juventude com a inserção da TV nas salas de aula.

Em Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local os jovens rurais são observados em duas frentes. Na primeira, a relação deles com as redes sociais. Na segunda, o protagonismo proporcionado por oficinas de rádio. A rádioscola também pauta as discussões do GP Comunicação e Cidadania, reunindo a produção jovem em um artigo. No outro, é feito um balanço sobre o tema juventude dentro do próprio GP.

Na avaliação de 2011 foram identificados 16 trabalhos que abordam as questões envolvendo a juventude. A concentração maior de publicações está nos GPs Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local e Comunicação e Culturas Urbanas, com quatro e seis trabalhos, respectivamente. Além destes, o tema foi discutido no GP Teoria do Jornalismo, com a abordagem envolvendo o enquadramento do jovem na mídia e a discussão sobre maioridade penal; no GP Rádio e Mídia Sonora, com a avaliação sobre a mediação dos jovens no rádio durante o período eleitoral; GP Comunicação e Esporte, trazendo a análise de filmes brasileiros que abordam a temática do jovem surfista; GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, com as ponderações sobre a crítica do jovem aos problemas ambientais; GP Comunicação e Cidadania, que trabalha a temática da juventude e da rádioescala; e o GP Economia, Política da Informação, Comunicação e Cultura, com a discussão sobre a construção identitária dos jovens congadoiros, observando a questão da cultura popular.

Nos dois grupos de pesquisa que concentram os demais trabalhos, a produção segue a proposta definida pelos coordenadores. No de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, os quatro trabalhos envolvem o jovem e o meio rural, observando questões como a identidade e a relação dele com as redes sociais. No GP Comunicação e Culturas Urbanas, com seis publicações, dois trabalhos avaliam as gerações 1960-1970 na questão da contracultura, e 1980 no consumo. Também observam as tribos, pós-modernidade, religião e músicas que envolvem a juventude.

No levantamento feito em 2012, foram identificados dez trabalhos. No GP Mídia, Cultura e Tecnologia Digital na América Latina, a proposta traz as identidades midiáticas tecnológicas na América Latina; no de Comunicação e Educação, a cibercultura e as novas tecnologias de informação são avaliadas entre os jovens; já no de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, os estudos envolvem a juventude rural e as redes sociais. Com dois trabalhos em cada GP o de Telejornalismo traz a discussão envolvendo um veículo, coincidentemente: o Jornal Nacional. O principal jornal da Rede Globo é analisado em dois aspectos. O primeiro observando como o jovem avalia a cobertura eleitoral apresentada pelo telejornal. O segundo artigo trata como a juventude é representada no veículo, se como vítima ou delinquente.

As mediações juvenis, a cultura e a música são os temas dos dois artigos encontrados no GP Comunicação e Culturas Urbanas. O Grupo de Pesquisa que reúne a maior quantidade de publicações em 2012 é de Comunicação para a Cidadania, com três

trabalhos. As discussões envolvem a produção audiovisual do jovem e sua relação com a comunidade onde está inserido, o movimento hip-hop e o ciberespaço, a cidadania e o conteúdo produzido por eles na radioescola.

O Intercom realizado em 2013, na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), em Manaus, contou com seis trabalhos envolvendo a temática juventude, um por Grupo de Pesquisa. No GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, a análise envolveu o jovem de 1950 e sua relação com o cinema. Os filmes também aparecem como objeto de estudo no GP Comunicação e Culturas Urbanas, onde é observado como o filme forma a identidade juvenil, e também no GP Comunicação e Esporte, que faz o protagonismo feminino dentro do surfe.

No GP de Comunicação e Educação, o enfoque se dá na relação do jovem com a leitura, fazendo com ele se avalie também enquanto leitor. Já no de Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local é observada como a juventude do meio rural se apropria dos conhecimentos e tecnologias a partir do uso dos telecentros. No Grupo de Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade, a análise se dá sobre a vulnerabilidade do jovem negro abordado pela mídia.

Na varredura realizada em 2014, são 11 os trabalhos que envolvem a temática juventude. Três estão dispostos em Grupos de Pesquisa distintos, os demais estão concentrados em um único grupo. Em Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, há a avaliação do papel da organização social na comunidade. No GP de Comunicação para a Cidadania, observou-se a estigmatização do jovem pobre na mídia. Já no de Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, o estudo buscou entender as relações entre o jovem, a internet e as outras mídias.

A concentração maior de publicações está no GP Comunicação e Culturas Urbanas. Foram observados trabalhos que analisaram os discursos de jovens e velhos, narrativas juvenis e relatos de vida, bem como as vidas transformadas de jovens das metrópoles pelas tecnologias. Questões da cultura feminina, juvenil, cosplayers, danças, como o ‘passinho’, ou o ‘rolezinho’, são representadas e representam os jovens, também pontuaram estudos dos pesquisadores.

Nas produções de 2015, o Intercom reuniu 15 trabalhos. O Grupo de Pesquisa que concentrou o maior número é novamente o de Comunicação e Culturas Urbanas, com cinco artigos. Neles, os autores também pesquisam o feminino jovem e as representações

nas revistas *'teen'*, o protagonismo e o empreendedorismo, o consumo jovem e as relações entre eles e os telefones celulares, especialmente os smartphones.

O GP Comunicação para a Cidadania reúne quatro trabalhos. Eles trazem discussões sobre o protagonismo juvenil, debatendo a questão da qualidade na educação, narrativas de jovens camponeses cantores de rap e jovens integrantes de assentamentos rurais que encontram em rádios comunitárias uma forma de se fazer ouvir. Com três trabalhos dentro da temática da juventude, o GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina concentro modos de ser do jovem, a relação com as tecnologias digitais e consumos de notícias.

Mais três trabalhos foram identificados em três GPs distintos. No de Jornalismo Impresso a violência com o jovem é avaliada no discurso da mídia. Em Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão também é observado como o jovem é retratado na mídia impressa goiana. Já no de Comunicação, Música e Entretenimento, o que norteia é a produção musical católica, fazendo um comparativo com a cultura pop.

Os dados encontrados em 2016 mostram que a relação do jovem com as tecnologias digitais instiga os pesquisadores a investigar. Três, dos nove trabalhos, procuram fazer essa relação. A discussão está presente no GP de Comunicação e Educação, onde as tecnologias são utilizadas para atividades educativas. Ou ainda no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, que investiga o consumo de notícias entre os jovens com a inserção de novas tecnologias. No GP Comunicação e Culturas Urbanas, são investigadas as narrativas do jovem dentro do ciberjornalismo. Além deste, o grupo ainda concentra outros dois trabalhos, que envolvem os processos de exclusão do jovem negro e a construção de identidade do jovem na mídia.

O estilo de vida destacado durante a Jovem Guarda e o consumo de uma geração, são observados no artigo do GP Comunicação, Música e Entretenimento. Dois trabalhos, com temáticas semelhantes, pautam as discussões no GP Comunicação para a Cidadania. Ambos falam da relação dos jovens de assentamentos rurais com a implantação de rádios comunitárias, promovendo cidadania e emancipação. Os assentamentos são em locais distintos, Crato, no Ceará, e Corumbiara, em Rondônia.

No ano em que completou 40 anos de atividades, em 2017, o Intercom trouxe 14 trabalhos com a temática pesquisada. O Grupo de Pesquisa que mais concentrou produções foi América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais (anteriormente o nome do GP era Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina), com seis

artigos. Eles tratam do consumo midiático entre os jovens em meio a um cenário de convergência digital observando casos pontuais, seja no Rio Grande do Sul, Pará ou Sergipe. Verificam ainda o ciberativismo e a cultura digital juvenil.

Com três trabalhos identificados, o GP Comunicação para a Cidadania investiga o ativismo digita, destacando um aplicativo que traz índices de violência contra jovens, observa a relação do morador de periferias com o Facebook e também faz análise de conteúdo da mesma plataforma durante a transmissão da Rádio Vaticano na Jornada Mundial da Juventude em 2016.

A relação do corpo com o funk ostentação e o protagonismo juvenil são temas dos dois artigos apresentados no GP Comunicação e Culturas Urbanas envolvendo o jovem. Outros três grupos trazem um artigo cada sobre a temática. O de Rádio e Mídia Sonora investiga o posicionamento do jovem frente aos programas religiosos no rádio. Em Comunicação e Educação é feita a relação das tecnologias com as demandas escolares. Já no GP de Comunicação, Música e Entretenimento é observado o mito do ator James Dean.

Retomando os dois pontos deste artigo, buscando trabalhos que abordem o consumo e o jovem das periferias, observou-se que há ainda espaço para novas discussões. As temáticas envolvendo o consumo aparecem mais vezes do que a questão periférica. Dez artigos têm no consumo um de seus eixos principais, enquanto que quatro abordam o outro tema. Demonstrando que ainda é possível tratar dessas relações e buscar novas abordagens.

Quatro trabalhos aprofundam a temática juventude de periferia. Maia (2012) trata da organização de jovens da cultura hip hop que se unem e instalam um espaço de acesso à internet. Uma abordagem crítica sobre o ‘rolezinho’ e outras ações coletivas é o que se propõe a discutir Corrêa (2014). No mesmo Intercom, Maia; Azevedo; Pereira (2014) apresentam como o ‘passinho’, estilo que reúne passos de outras danças, alcançou repercussão midiática em programas de TV, peças de teatro e documentários. Já no último Intercom, Souza (2017) investiga como os jovens das cidades de Coroatá e Imperatriz, no interior do Maranhão, se apropriam do Facebook e fazem da plataforma um espaço de construção de uma cidadania comunicativa.

Ao avaliar o papel da mídia no tratamento aos jovens das periferias, Silva (2008) pontua a mensagem negativa que é repassada, apresentando esse morador como gerador de conflitos. “Aqui a mídia tem papel determinante, ela produz e reforça estereótipos,

contribuindo para que os jovens moradores da periferia sejam vistos como violentos, como infratores” (SILVA, 2008, p. 6).

Sobre o consumo, trabalha-se aqui com a proposta de Toaldo; Jacks (2013, p. 7), ao avaliar o tema como “o que os indivíduos consomem da mídia – meios e produtos/conteúdos –, a maneira com que se apropriam dela (do que consomem – como a utilizam) e o contexto em que se envolvem com ela (lugares, maneiras, rotinas...)”. A discussão que envolve o consumo juvenil pauta o trabalho de Nunes (2014), que traz reflexões sobre o consumo material e midiático na cena cosplay. No ano seguinte, o tema consumo está presente nos trabalhos de Pereira e Tondo (2015) e de Baiense; et. al. (2015) que observam essa relação do jovem com as notícias.

Rocha e Pereira (2016) avaliam as concepções de consumo presentes nas narrativas de jovens ativistas que moram em São Paulo. Já Garson (2016) observa o musical Jovem Guarda e como isso impactou os jovens da década de 1960 e a construção de uma noção de vida ‘bem sucedida’. Já Baiense; et. al (2016) destaca quais as notícias consumidas por acadêmicos de Jornalismo.

O consumo midiático e o uso de plataformas digitais pauta o trabalho dos pesquisadores em 2017. Jacks; et. al (2017) traz a prática de consumo midiático dos jovens em zonas urbana, rural e litorânea de uma cidade gaúcha. As novas tecnologias se configuram como ferramenta no processo de configuração do jovem e estão presentes também nas discussões de Alves; et. al (2017), Felizola e Braga (2017), e Malcher; et. al (2017). Souza (2017), que já discutiu a questão do jovem das periferias, também o faz analisando as práticas de consumo desse público no Facebook.

Entender a relação do jovem das periferias com o jornalismo trará benefícios aos profissionais da Comunicação, mas, sobretudo ao próprio jovem, que acaba se tornando pouco representado nas questões da mídia.

Que juventude é essa que falamos?

Seria pretensão dizer que uma pesquisa conseguirá entender o jovem em toda sua multiplicidade. A rotulagem que se coloca, especificando a fase de desenvolvimento pessoal entre idades determinadas, é importante para saber de que período se irá falar, mas dificilmente isso serve para que se coloque o jovem em um local específico. Para

quem pretende entrar nesse universo é necessário, antes de tudo, abertura para compreender que nada é simples e definitivo.

Assim, para conhecer é imprescindível participar, ouvir, dialogar, encarar, possibilitar, rever, conhecer expectativas, compreender cenários, desejos, necessidades, etc. Para distinguir a juventude é mister que se entenda mais além das transformações biológicas e psicológicas que definem essa etapa da vida (GOBBI, 2012, p. 17).

Envolver o jovem nas discussões e garantir direitos mínimos a ele são questões recentes. Tanto que o Brasil ganhou apenas em 2013 o Estatuto da Juventude (Lei nº 12.852/2013) que serve para aprofundar direitos já previstos em lei, mas que venham a atender as prioridades do jovem, como direito à desconto de meia-entrada em eventos culturais e esportivos, além de acesso à educação básica, saúde, cultura e liberdade de expressão. O Estatuto considera jovem a pessoa que possui entre 15 e 29 anos de idade³, diferente do IBGE, que define a juventude entre 15 e 24 anos⁴.

Entender essa relação do jovem com seu tempo tem relevância para perceber quem é ele, quais suas perspectivas, sonhos e dificuldades. Ou, como trata Abramo (2014, p. 13), tudo dependerá do contexto e do meio em que o jovem está inserido, já que a “condição juvenil refere-se ao modo como uma sociedade constitui e atribui significado a esse momento do ciclo de vida”.

Em tempos de acessibilidade digital, com disponibilidade de conexão gratuita em vários pontos das cidades, entender se essa facilidade também chega às periferias é uma forma de observar se esse jovem também está conectado com o mundo virtual.

Ou seja, no atual momento histórico, a juventude, com sua diversidade, não pode ser vista apenas como momento de passagem. Em diferentes ritmos e intensidades, tais fenômenos aproximam jovens das economias centrais e periféricas. Pode-se dizer que nunca houve tanta conexão globalizada e, ao mesmo tempo, nunca foram tão agudos e profundos os sentimentos de desconexão (ABRAMO, 2014, p. 20).

³ Estatuto da Juventude. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/12852.htm. Acesso em: 6 jun. 2018.

⁴ Conforme o IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/genero/9292-populacao-jovem-no-brasil.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 4 jun. 2018.

Estar ou não inserido? Fazer parte do grupo, se conectar... mesmo em tempos de dinâmica digital, observa-se que o jovem está inserido em ilhas próprias. Algumas criadas por ele, por afinidades, outras impostas pela dinâmica social contemporânea. O fato de morar na periferia o isola de lugares e conquistas. Ele vive sua comunidade e nem sempre interage com outros pontos da cidade. “As distâncias se encurtaram, não só porque a cidade deixou de crescer, mas porque as pessoas já não se deslocam por ela, de ponta a ponta” (SARLO, 2000, p. 14).

Mas há quebras de submissão, tentativas de superar essas regras, nem sempre visíveis e determinantes. Ou, como define Singer (2008, p. 29), o jovem procura construir um mundo novo, onde “eles serão capazes de fazê-lo melhor, mais justo e mais livre do que o mundo em que vieram à luz”.

Um ser singular e ao mesmo tempo universal, com suas peculiaridades bem definidas. Limitar a juventude a pontos específicos é observá-la de maneira reduzida, ou, como define Gobbi (2012, p. 18), “[...] é fundamental acabar com a imagem de juventude preestabelecida e entender o sujeito social que se enquadra nesse período de tempo”.

Esse ser social que se articula e é articulado pelas interferências externas. Os meios de comunicação que interagem com ele e contribuem para esse papel de formação e construção de conteúdo. Mas, embora as novas tecnologias tenham avançado consideravelmente nos últimos anos, o brasileiro ainda aperta um botão quando quer se informar. Conforme dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016⁵, 63% dos entrevistados buscam na televisão as notícias. Em segundo lugar vem a internet, com 26%. Já o percentual que assiste TV todos os dias é de 77%, uma demonstração de força do meio nos lares brasileiros. A mesma pesquisa também perguntou a um universo de 15.050 pessoas, nos 27 estados da federação, quantos dias da semana acessava a internet e 50% apontou que faz isso todos os dias.

Em meio aos jovens, até mesmo aqueles que residem nas comunidades afastadas da área central, o celular ganha mais força. O telefone móvel deixou de ser apenas um aparelho para realizar e receber chamadas para se tornar um equipamento de comunicação. Em 2016, conforme dados do IBGE⁶, ele estava presente em 92,6% das

⁵ Dados disponíveis em: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>. Acesso em 20 jan. 2018.

⁶ Pesquisa PNAD Contínua 2016, realizada pelo IBGE no último trimestre de 2016, apurou dados em 69,3 milhões de residências. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>. Acesso em: 21 mar. 2018.

residências brasileiras – a televisão está presente em 97,2% -, de um universo de 69,3 milhões de domicílios pesquisados. Neste total, 48,1 milhões tinham acesso à internet em casa e era por meio do celular que faziam uso dela. O que buscavam, conforme dados da pesquisa, era trocar mensagens de texto, voz, assistir ou imagens por aplicativos (94,2%). Já 76,4% assistiam vídeos, programas, séries ou filmes por meio do aparelho.

O uso da internet é fato identificado nas pesquisas do IBGE. Dados da Pesquisa Nacional de Domicílios (PNAD Contínua TIC 2016⁷) revelam que o uso máximo ocorre entre pessoas de 18 a 24 anos, depois há um declínio. Nessa faixa de idade os índices chegam a 85%. Entre os mais jovens, com 14 a 17 anos, o índice foi de 82,5%.

Com disponibilidade de conexão gratuita em vários pontos das cidades, a juventude encontra meios para se conectar, falar com os amigos e buscar conteúdos que sejam do seu real interesse. Para Melucci (2007) é fato que a juventude, nesta sociedade contemporânea, não se caracteriza apenas como uma condição biológica.

Incerteza, mobilidade, transitoriedade, abertura para mudança, todos os atributos tradicionais da adolescência como fase de transição, parecem ter se deslocado bem além dos limites biológicos para se tornarem conotações culturais de amplo significado que os indivíduos assumem como parte de sua personalidade em muitos estágios da vida (MELUCCI, 2007, p. 36)

Se fazer representar, buscar novos caminhos e ampliar as relações, são pontos em que o jovem tenta se firmar para seguir em frente. Ou, como aponta Melucci (2007), ter a capacidade para abrir e fechar canais de comunicação, se permitindo novas experiências e contatos. “Para lidar com tantas flutuações e metamorfoses, os adolescentes sentem que a identidade deve estar enraizada no presente (MELUCCI, 2007, p. 38).

O Brasil vive um momento de paralisação de avanços sociais e educacionais. A confusão política⁸ e a estagnação econômica afetam diretamente as classes menos favorecidas. O jovem brasileiro também é afetado por esse período de incertezas. Estudar

⁷ Dados disponíveis em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>. Acesso em: 5 jun. 2018.

⁸ A presidente Dilma Rousseff (PT) foi afastada do cargo em 31 de agosto de 2016, após processo de impeachment votado por deputados federais e senadores. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/por-61-votos-20-dilma-afastada-definitivamente-da-presidencia-20025502>. Acesso em 03 jun. 2018.

ou seguir trabalhando? Uma dúvida que é questão de sobrevivência para muitos jovens brasileiros. Dados do IBGE⁹ revelam que em 2017 o percentual de pessoas entre 15 e 29 anos que não trabalhavam ou estudavam subiu de 21,9% (2016) para 23% no ano seguinte. Em 2017, das 48,5 milhões de pessoas entre 15 e 29 anos, 11,1 milhões não estavam trabalhando e nem matriculadas em alguma forma de ensino, fosse escola, faculdade, curso de qualificação ou técnico. É esse universo amplo e instigador que envolve o jovem e que desperta o interesse em novas pesquisas.

Considerações

Saber mais do jovem e desse universo que o cerca são tarefas que os pesquisadores na área da Comunicação têm se esmerado em compreender. O estudo exploratório na base de dados do Intercom contribuiu para trazer um pouco mais de embasamento à uma pesquisa que está em processo de construção. As informações juntadas aqui vão contribuir para que o entendimento do processo que envolve o jovem seja avaliado de maneira mais completa.

Além disso, ao direcionar o olhar sobre dois assuntos, consumo e juventude de periferia, obtêm-se mais condições para aprofundar ainda mais a pesquisa sobre a própria tese. Afinal, os levantamentos mostram que essas são áreas que podem ser mais exploradas, principalmente observando-se esse jovem que mora nas periferias e as relações que ele estabelece com a grande área da Comunicação.

Nada é definitivo. São apontamentos que contribuem para que entenda mais sobre o que está sendo estudado, os possíveis caminhos que podem ser adotados a partir de agora. São contribuições que vão sendo inseridas ao longo do processo de formação de uma tese e que fazem com que ela se torne um produto ainda mais rico e complexo.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena. **Estação juventude**: conceitos fundamentais – ponto de partida para uma reflexão sobre políticas públicas de juventude. Brasília: SNJ, 2014.

⁹ Pesquisa PNAD Contínua 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21253-pnad-continua-2017-numero-de-jovens-que-nao-estudam-nem-trabalham-ou-se-qualificam-cresce-5-9-em-um-ano.html>. Acesso em: 06 jul. 2018.

ALVES, Maria Cristina Dias; et. al. **Questões de consumo midiático: do que gostam e o que postam alguns jovens paulistanos no Facebook?** Intercom – 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0710-1.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2018.

BAIENSE, Carla; et. al. **Juventude, Produção e Consumo de Notícias: Novas Dinâmicas, Usos e Apropriações.** Intercom – 38º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ. 2015. http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT7-MC.htm. Acesso em: 4 jun. 2018.

BAIENSE, Carla; et. al. **O futuro do jornalismo: como os estudantes da UFF consomem notícias.** Intercom – 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo – SP. 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0630-1.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2018.

BAUMWORCEL, Ana. **O campo acadêmico de juventude e mídia sonora no Brasil.** Rádio Leituras. Ano III, nº 01, Jan/Jul, 2012. Disponível em: <https://radioleituras.wordpress.com/>. Acesso em: 7 jun. 2018.

BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando J. de (orgs.). **Comunicação, cultura e juventude.** São Paulo: INTERCOM, 2010.

CORRÊA, Érica de Castro. **A construção da identidade e do reconhecimento nos “rolezinhos”.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu (PR), 2014. Acesso em: 4 jun. 2018.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; BRAGA, Vitor. **Consumo Midiático em um Brasil profundo: uma incursão no interior sergipano.** Intercom – 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0288-1.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2018.

GARSON, Marcelo. **Trabalhar e consumir: Jovem Guarda e “vida bem-sucedida”.** Intercom – 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP. 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2079-2.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2018.

GOBBI, Maria Cristina. **Na trilha juvenil da mídia: dos suplementos *teen* para as tecnologias digitais.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

JACKS, Nilda; et. al. **Juventude e Consumo Midiático: explorações etnográficas em tempos de convergência.** Intercom – 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba – PR. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0875-1.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2018.

MAIA, Iano Flávio de Souza. **Espaços e ciberespaços dos jovens da periferia**. XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2012. Fortaleza, CE.

MAIA, Aline; AZEVEDO, Marcella; e PEREIRA, Cláudia. **Celebridades do Passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia**. Intercom. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR. 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1255-1.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2018.

MALCHER, Maria Ataíde; et. al. **Consumo midiático de jovens cametaenses: pesquisa exploratória na cidade de Cameté e na comunidade Rio Furtados**. Intercom – 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2990-1.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2018.

MELUCCI, Alberto. Juventude, tempo e movimentos sociais. P. 29-45. In: FÁVERO, Osmar; SPOSITO, Marília Pontes; CARRANO, Paulo; NOVAES, Regina Reys. **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEd, 2007.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **Circulação de Artefatos entre Cosplayers de Beagá e Vitória**. Intercom. 37º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR. 2014. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2254-1.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2018.

PEREIRA, Camila Rodrigues; TONDO, Romulo. **“Meu celular, meu mundo”**: notas sobre consumo e juventude nas páginas de Zero Hora. Intercom. 38º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ. 2015. http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT6-CU.htm. Acesso em: 4 jun. 2018.

ROCHA, Rose de Melo; PEREIRA, Simone Luci. **Identidades políticas e consumos não-consumistas: concepções de jovens ativistas da cidade de São Paulo**. Intercom - 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo – SP. 2016. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2920-1.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2018.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SINGER, Paul. A juventude como coorte: uma geração em tempos de crise social. P. 27-35. In: ABRAMO, Helena; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (org.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

SILVA, Fernanda Coelho da. **A Juventude na Mídia Brasileira: estereótipos e exclusão**. Revista Anagrama – Revista Interdisciplinar da Graduação. Ano 1 - Edição 4

– Junho/Agosto de 2008. Universidade de São Paulo (USP). Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35327>. Acesso em: 10 nov. 2016.

SOUZA, Leila. **Consumo jovem e Facebook:** uma análise das práticas de jovens das periferias do interior do Maranhão. Intercom. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba PR. 2017.

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0745-1.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2018.

TOALDO, Mariângela M.; JACKS, Nilda. **Consumo midiático:** Uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: Encontro da Compós, 22, 2013. Anais... Salvador: COMPÓS, 2013.