



**JOVEM E
CONSUMO
MIDIÁTICO EM
TEMPOS DE
CONVERGENCIA
(2012-2015)**

Todos os direitos reservados

Coordenadora do projeto

Nilda Aparecida Jacks

Vice-coordenadora

Mariangela Toaldo

Vice-coordenadora executiva

Daniela Schmitz

Equipes de pesquisa

1 Rio Branco

Coordenação: Giselle Lucena

2 Macapá

Coordenação: Isabel Regina Augusto e Kelly Tork Pantoja

3 Manaus

Coordenação: Gilson Vieira Monteiro

4 Belém

Coordenação: Maria Ataíde Malcher, Jane Aparecida Marques e Ronaldo de Oliveira Rodrigues

Daniella de Gois Ariston Barion

Edenice Pereira da Silva

Felipe Jailson Souza Oliveira Florêncio

Fernanda Caroline Barros e Barros

Fernanda Chocron Miranda

Jhon Lennon de Oliveira Cunha

Lorena Regina Cardoso Silva

Manoel Maria Soares Laurinho Suelen

Miyuki Alves Guedes

Suzana Cunha Lopes

Weverton Raiol Gomes de Souza

5 Porto Velho

Coordenação: Sandro Adalberto Colferai e Cristiano Borges Rodrigues

6 Boa Vista

Coordenação: Vilso Junior Santi e Anderson Paiva

Cleane da Silva Nascimento

Luis Francisco Munaro

Roni Petterson de M. Pacheco

7 Palmas

Coordenação: Darlene Teixeira Castro e Verônica Dantas Meneses

Irenides Teixeira,

Kyldes Batista Vicente

Marluce Zacariotti

Valdirene Cássia da Silva

8 Maceió

Coordenação: Ronaldo Bispo dos Santos e Manoella Maria Pinto Moreira das Neves

Emerson Amorim

Anderson Braz

Flávio Marcílio Maia

Grazielly Nunes

Enzo Lins

Ísis Mayara Silva

Samara Elsie Nunes

Niara Aureliano

Laís Falcão

9 Salvador

Coordenação: Regina Gomes e André Bomfim dos Santos

Amenar Costa Santos Neto

Elva Fabiane Valle

Larissa Neves Araújo

Letícia Moreira de Oliveira

Valdéria Santos de Souza

10 Fortaleza

Coordenação: Inês Vitorino e Andrea Pinheiro

Ana Cesaltina Marques

Elias Bruno Oliveira

Jessica Carneiro
João Victor Sales
Maria Clara Monteiro
Moema Braga
Thiago Menezes
Raiana Carvalho
Renata Kinjo
Suzana Miranda

11 São Luís

Coordenação: Larissa Leda Fonseca
Rocha e Patrícia Kely Azambuja

Letícia Conceição Martins Cardoso
Márcio Leonardo Monteiro Costa

12 João Pessoa

Coordenação: Raija Almeida e Diogo
Lopes

13 Recife

Coordenação: Marcelo Sabbatini e
Betania Maciel

Irenilda de Souza Lima

14 Teresina

Coordenação: Gustavo Said e Paula Pires
da Silva

George José dos Santos Lima
Lumárya Souza de Sousa
Marisa Oliveira
Roana Wrsula dos Santos

15 Natal

Coordenação: Maria das Graças Pinto
Coelho
João Victor Melo Sales

16 Aracajú

Coordenação: Matheus Pereira Mattos
Felizola e Vitor Braga
Lilian Cristina Monteiro França
Dhione Oliveira
Jorge Leonardo Silva

Luciana Pina
Rafaela Oliveira
Ton Sousa

17 Brasília

Coordenação: Dione Oliveira Moura e
Alzimar Rodrigues Ramalho
Leilane Gama
Luciane Agnez

18 Goiânia

Coordenação: Jullena Santos de Alencar
Normando e Vinícius Moreira Araújo
João Damasio da Silva Neto

19 Cuiabá

Coordenação: Benedito Diélcio Moreira
Deodato Rafael Libanio de Paula
Gracielly Soares Gomes
Sara Espírito Santo de Paula
Matheus Ordakowski
Alexandre Canto Melo

20 Campo Grande

Coordenação: Márcia Gomes
Karoline G. B. Portela
Guilherme Cavalcante
Júlia Verena Pereira da Silva

21 Vitória

Coordenação: Daniela Zanetti e Rodrigo
Scherrer

22 Belo Horizonte

Coordenação: Sandra Pereira Tosta,
Bruno Fuser, Jaqueline Morelo e Claudia
Fonseca

Felipe Viegas
Pedro Henrique da Silva Carvalho
Fabiana Nogueira Neves
Karina Santos Klippel
Fernando Dutra

23 Rio de Janeiro

Coordenação: Anderson Ortiz e Camila
Augusta Pereira

24 São Paulo

Coordenação: Eneus Trindade e Clotilde Perez

Cinira Baader

Lívia Silva de Souza

Maria Cristina Dias Alves

Rosana Mauro

25 Curitiba

Coordenação: Regiane Regina Ribeiro e Celsi Brönstrup Silvestrin

Rosa Maria Cardoso Dalla Costa

Graziela Bianchi

Thaís Mocelin

Gustavo Ferreira

26 Porto Alegre

Coordenação: Nilda Jacks, Mariângela Toaldo e Daniela Schmitz

Andressa Fantoni

Christiana Cirne Lima de Araújo

Dulce Mazer

Erika Oikawa

Fernanda Chocron Miranda

Gabriela Martins Dias

Gisele Noll

Jéssica Zappas Ocaña

Juliana Balhego

Kellen Xavier

Laura Hastenpflug Wottrich

Lucas Mello

Nádia Campos Alibio

Ronei Teodoro da Silva

Roger Sandro Seula

Sarah Moralejo

Vittoria Polastro Ben

27 Florianópolis

Coordenação: Maria José Baldessar e

Giovani de Lorenzi Pires

Valquíria Michela John

Laura Seligman

Isabel Colucci Coelho

Ângelo Luiz Brüggemann

Silvan Menezes dos Santos

Giovani De Lorenzi Pires

SUMÁRIO

1. RESUMO DO TRABALHO DE CAMPO DA PESQUISA	6
2. QUESTIONÁRIO PILOTO	7
2.1 QUESTÕES	7
2.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES FECHADAS.....	26
3. QUESTIONÁRIO ONLINE	27
3.1 QUESTÕES	27
3.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES FECHADAS.....	37
3.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES ABERTAS.....	40
REFERÊNCIAS	42

1. RESUMO DO TRABALHO DE CAMPO DA PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa nacional comparativa desenvolvida por 27 equipes, uma em cada estado, incluindo o Distrito Federal, que reuniu pesquisadores de universidades federais e particulares, de várias áreas e níveis de experiência, compondo a Rede Brasil Conectado.

O trabalho de campo começou em 2012 e foi realizado em três etapas. A primeira se consistiu de uma **pesquisa sobre cada estado e sua capital**, de cunho bibliográfico/documental, e muitas vezes *in loco*, para o levantamento de dados contextuais: históricos, geográficos, econômicos, demográficos, culturais, midiáticos, etc. Além de prover informações para embasar a análise e a interpretação dos dados, foi uma maneira tanto de proporcionar uma imersão de cada equipe na realidade que seria estudada, como de dá-la a conhecer às demais equipes¹.

A segunda etapa combinou características e objetivos de um **estudo piloto** e de uma **pesquisa exploratória**, consistindo na execução de dois procedimentos: aplicação de um questionário junto a 10 universitários de classes populares, entre 18 e 24 anos, seguido da observação de uma semana do perfil do *Facebook* de outros 10 jovens². O questionário aplicado pelas equipes estaduais mapeou o consumo cultural e midiático de cinco moças e cinco rapazes, focando especialmente as plataformas digitais. A observação do *Facebook* levantou as práticas, rituais, conteúdos disponibilizados e encaminhados, além do consumo midiático e cultural revelado pelos perfis selecionados.

A terceira e última etapa foi executada através de um **questionário online** disponibilizado para jovens de todo o país, cujas questões foram fruto dos resultados obtidos nas etapas anteriores. A única delimitação aos respondentes seria a faixa etária, 18 a 24 anos, critério definido pelo IBGE, embora a pesquisa tenha trabalhado com um conceito mais amplo e complexo de juventude (TOALDO; JACKS, 2014).

Essas estratégias foram montadas para enfrentar o problema que está relacionado com a posse e/ou acesso às tecnologias digitais por parte de jovens das cinco regiões do país, a fim de saber se diferenças condicionadas por acessos distintos, em contextos diversos, podem definir práticas divergentes, ou não, no uso das plataformas midiáticas. O

¹ Parte dos resultados desta etapa foi publicado em JACKS, Nilda; TOALDO, Mariangela M. (Org.). Brasil em números. Dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais. 1ed. Florianópolis: Insular, 2014.

² Sendo no mesmo segmento, Orozco (PPGCOM/UFRGS, Porto Alegre, 17/ 9 de 2009: palestra) defende que não se constitui um problema metodológico, ao contrário, expande o âmbito de análise.

objetivo geral foi conhecer as realidades regionais brasileiras no que diz respeito ao uso e apropriação dos recursos multimidiáticos em processo de convergência, por parte de jovens.

Neste repositório estão disponíveis dados do estudo piloto e do questionário online, instrumentos que são detalhados abaixo.

2. QUESTIONÁRIO PILOTO

O questionário piloto foi aplicado presencialmente pelas 27 equipes a 10 jovens moradores da capital e /ou região metropolitana de cada estado, ao longo de 2013. O instrumento contava com 98 questões fechadas e 10 abertas, mais informações de identificação do respondente. As orientações que as equipes receberam quanto ao perfil dos respondentes foram as seguintes: que estivessem na faixa entre 18 e 24 anos, universitários e de estratos populares³. Solicitou-se ainda que cada equipe observasse a equidade em relação ao sexo, contudo nem todas as equipes conseguiram observar todos estes detalhes. Há casos ainda em que os entrevistadores não atingiram o número de 10 jovens ou não aplicaram todas as questões, o que fica visível pelo número total de respondentes de algumas perguntas.

Na referida pesquisa, análise dos dados foi realizada com a utilização do software SPSS⁴ no qual foram geradas tabelas descritivas com contagem de frequências em três níveis: nacional, regional e estadual que estão disponíveis no banco de dados⁵.

2.1 QUESTÕES

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Idade:

Cidade de nascimento:

Cidade e bairro de moradia:

Onde trabalha (se for o caso):

Curso:

Semestre:

³ A renda familiar média variou de acordo com a condição econômica de cada estado.

⁴ Criado na década de 1960, o *Statistical Package for the Social Sciences* é um dos programas de análise estatística mais utilizados nas Ciências Sociais. Permite produzir tabelas e gráficos; análises preditivas a partir de identificação de repetições; identificação de padrões e tendências nos dados.

⁵ Arquivos JCMTC – Brasil – Dados – Estudo Piloto; JCMTC – Brasil-Estados – Dados – Estudo Piloto; JCMTC – Brasil-Regiões – Dados – Estudo Piloto.

RENDA FAMILIAR

Pessoal

- não possuo renda
 - menos de 776,00
 - entre 776,00 e 1.147,00
 - entre 1.147,00 e 1.858,00
 - entre 1.858,00 e 2.654,00
 - entre 2.654,00 e 5.241,00
 - entre 5.241,00 e 9.263,00
 - mais de 9.263,00
 - recebo bolsa no valor de: _____
- Profissão _____ (caso se aplique)

Pai

- não possui renda
 - menos de 776,00
 - entre 776,00 e 1.147,00
 - entre 1.147,00 e 1.858,00
 - entre 1.858,00 e 2.654,00
 - entre 2.654,00 e 5.241,00
 - entre 5.241,00 e 9.263,00
 - mais de 9.263,00
- Profissão _____ (caso se aplique)

Mãe

- não possui renda
- menos de 776,00
- entre 776,00 e 1.147,00
- entre 1.147,00 e 1.858,00
- entre 1.858,00 e 2.654,00
- entre 2.654,00 e 5.241,00
- entre 5.241,00 e 9.263,00
- mais de 9.263,00

Profissão _____ (caso se aplique)

Qual é aproximadamente a renda familiar?

- não possuo renda
- menos de 776,00
- entre 776,00 e 1.147,00
- entre 1.147,00 e 1.858,00
- entre 1.858,00 e 2.654,00
- entre 2.654,00 e 5.241,00

() entre 5.241,00 e 9.263,00

() mais de 9.263,00

Profissão _____ (caso se aplique)

Profissão de outros membros da família:

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Grau de instrução do Chefe da Família		
	Marque X	Pontos
Analfabeto / Fundamental 1 Completo		0
Fundamental 1 Completo / Fundamental 2 Incompleto		1
Fundamental 2 Completo / Médio Incompleto		2
Médio Completo / Superior Incompleto		4
Superior Completo		8

RESIDÊNCIA, QUANTIDADE DE ITENS DE CONFORTO E TECNOLOGIA

Posse de Itens⁶

Assinale com X os itens existentes nas quantidades correspondentes					
ITENS	QUANTIDADE DE ITENS				
	0	1	2	3	4 ou +
Aparelho de som					

⁶ Os dados da primeira tabela não fazem parte do Critério Brasil, foram acrescentados para ampliar as informações e não serão contabilizados na pontuação. Os dados da segunda tabela constituem o sistema de Pontos para posse de itens baseado no Critério Brasil. A quantidade de cada item implica em uma pontuação específica. A posse de 1 geladeira, por exemplo, gera 4 pontos. Marcar a pontuação de acordo com o número de itens. Informações disponíveis em:

<http://www.abep.org/novo/Content.aspx?ContentID=835>.

Assinatura de TV					
Câmera Filmadora					
Câmera Fotográfica					
Celulares na casa					
Computador					
Garagem					
Máquina de Lavar louça					
MP3 Player					
Quartos					
Salas					
Smartphone					
Tablet					
Videogame					

CRITÉRIO BRASIL: posse de itens: assinale os números correspondentes					
	QUANTIDADE DE ITENS E PONTOS				
	0	1	2	3	4 ou +
Automóvel	0	4	7	9	9
Banheiro	0	4	5	6	7
Empregada mensalista	0	3	4	4	4
Freezer (aparelho independente ou parte da geladeira duplex)	0	4	4	4	4
Geladeira	0	4	4	4	4
Máquina de Lavar	0	2	2	2	2
Rádio	0	1	2	3	4
Televisão em cores	0	1	2	3	4
Videocassete e/ou DVD	0	2	2	2	2

TOTAL					
--------------	--	--	--	--	--

DADOS SOBRE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO/INFORMAÇÃO

Locais onde estão instalados os aparelhos de TV (múltipla escolha se for mais de 1) () sala () quartos () quarto dos pais () cozinha () outros: _____.

Locais onde estão instalados os computadores (múltipla escolha se for mais de 1) () não possui computador () sala () quartos () quarto dos pais () escritório () outros: _____.

Sobre os computadores, indique o número:

() 1 para uso pessoal () 1 compartilhado () 2 ou mais individuais () 2 ou mais compartilhados

Locais de acesso à internet (do conjunto das opções de resposta, solicite a(o) jovem escolher as 5 mais usuais, sendo 1 = uso principal e 5 = menor uso).

() casa () faculdade () trabalho () em todos estes locais () lan house () centros comunitários () outros: _____.

Se acessar internet em casa, qual o tipo de acesso:

() discado () banda larga () 3G () cabo () rádio () satélite

Acessa internet por celular ou por dispositivos móveis?

() não () sim Qual: _____

Sobre os telefones celulares:

() não possui () possui Quantidade: _____

Tipo: () Aparelho comum () Aparelho comum com internet () Smartphone

Principal uso

(Numere de 1 a 5, sendo 1 = uso principal e 5 = menor uso).

Falar com amigos Fazer ligações Mensagem/SMS Enviar/ler e-mails Acessar internet e sites de redes sociais Jogos Música/MP3 Ouvir rádio Outro.
Qual? _____

LAZER

Atividades de lazer

(Numere de 1 a 5, sendo 1 = principal e 5 = menos importante).

passear assistir TV navegar na internet sair com amigos ler jornal ler revista ler livros ouvir música ir ao cinema praticar esportes jogar no computador/dispositivo móvel ir a bares jogar videogame (console)
 outros: _____

Local de lazer

(Numere de 1 a 5, sendo 1 = principal e 5 = menos usual).

parques shoppings salas de cinema em casa casa dos amigos casa dos parentes centros culturais Universidade estádios lan house
 outros: _____

Tempo de lazer diário

½ hora até 1h mais de 1h não tem horário diário de lazer / ou o lazer é semanal
 não tenho tempo para o lazer

Período reservado para o lazer, mesmo que não seja diário

manhã tarde noite

Companhia para o lazer (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos usual).

colegas amigos familiares sozinho namorado / companheiro vizinho quem estiver disponível Outros _____

SOBRE ALGUNS USOS MIDIÁTICOS

Assiste TV aberta

diariamente algumas vezes por semana raramente nunca

Programação preferida (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos importante).

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> desenho | <input type="checkbox"/> musical |
| <input type="checkbox"/> documentário | <input type="checkbox"/> noticiário |
| <input type="checkbox"/> esporte | <input type="checkbox"/> telenovela |
| <input type="checkbox"/> entrevista | <input type="checkbox"/> séries de TV/Seriado |
| <input type="checkbox"/> filme | <input type="checkbox"/> programa de variedades |
| <input type="checkbox"/> humorístico | Outros: _____ |
| <input type="checkbox"/> auditório | |

Assiste TV por assinatura/segmentada

- diariamente algumas vezes por semana raramente nunca não possui assinatura

(se for o caso) Quais os canais preferidos (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos importante).

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> MTV | <input type="checkbox"/> Universal |
| <input type="checkbox"/> Multishow | <input type="checkbox"/> Warner |
| <input type="checkbox"/> FOX | <input type="checkbox"/> National Geographic <input type="checkbox"/> GNT |
| <input type="checkbox"/> Cartoon | <input type="checkbox"/> Canais de esporte – inclui ESPN, Fox Sport, Sportv, etc... |
| <input type="checkbox"/> Discovery | <input type="checkbox"/> HBOs |
| <input type="checkbox"/> Globo News | <input type="checkbox"/> Telecines |
| <input type="checkbox"/> People and Arts | <input type="checkbox"/> Outros: _____ |
| <input type="checkbox"/> Sony | |
| <input type="checkbox"/> TNT | |

Hábito de ouvir rádio

- diariamente
- de 2 a 3 vezes por semana
- 1 vez por semana
- fim-de-semana
- raramente
- não ouve rádio

Onde ouve?

- no carro pelo celular em casa no trabalho/universidade pela internet
- não ouve rádio

Tipo de programação de rádio preferida (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos importante).

- variedades notícias musical esportes religiosa humorística policial programas de saúde outros

Cite emissoras preferidas: _____

Hábito de leitura de Jornais

- diariamente
- de 2 a 3 vezes por semana
- 1 vez por semana
- fim-de-semana
- raramente
- não lê jornal

Nome dos jornais que lê: _____

Compra/assina jornal

- sim não pede emprestado

Caso seja assinante:

- versão impressa versão digital ambos

Suporte principal de leitura:

impresso computador aplicativo de celular aplicativo tablet.

Local de leitura (prioritariamente):

em casa na biblioteca no trabalho no transporte público

Hábito de leitura de revistas:

diariamente

de 2 a 3 vezes por semana

1 vez por semana

fim-de-semana

raramente

Compra/assina revista

sim não pede emprestado

Caso seja assinante:

versão impressa versão digital ambos

Suporte principal de leitura:

impresso computador aplicativo de celular aplicativo tablet.

Tipo de revista (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos importante).

variedades e interesse geral profissionais customizadas/de empresa ou organizações científicas televisão ou celebridade notícias esporte cultura segmentada, neste caso especificar (Ex: feminina, masculina, adolescente, etc.)

Local de leitura (prioritariamente):

em casa na biblioteca no trabalho no transporte público

Consumo de filmes (Numere de 1 a 5, sendo 1 a principal e 5 a menos importante).

cinema TV aberta TV assinatura locação de DVD compra de DVD “pirata” compra de DVD original faz download assiste “online” não costuma assistir

Leitura de livros (literatura)

- diariamente um pouco
 quando tem tempo
 intensamente até terminar o livro
 fim-de-semana
 raramente
 não tem hábito de leitura

Aquisição de livros

- frequentemente quando tem um lançamento importante pede emprestado em feiras do livro nunca compra

Caso compre:

- versão impressa versão digital ambos

Suporte principal de leitura (múltipla escolha):

- impresso computador aplicativo de celular aplicativo tablet.

Tipos de livros que mais lê:

- romance policial conhecimentos específicos ficção científica biografias autoajuda espiritual religioso não tem preferência
 Outros: _____

Aparelho/Dispositivo mais utilizado para ouvir música:

- aparelho de som em casa aparelho de som no carro celular smartphone notebook/computador Ipod e similares na TV não ouço música

Formato/meio mais consumido (se for o caso):

- MP3 CD Vinil Rádio convencional Rádio online

Estilo de música (múltipla escolha):

- MPB rock pagode pagode universitário pop reggae forró funk
 rap hip hop samba erudita/clássica regionalista: _____

() outros: _____

MÍDIA E PRÁTICAS SIMULTÂNEAS

Você normalmente faz alguma atividade simultaneamente? Marcar no quadro abaixo o que o entrevistado faz ao mesmo tempo (opções na horizontal) enquanto usa os meios (opções na vertical). Podem ser várias alternativas.

	Ouve rádio	Ouve Música (outros suportes)	Lê Jornal	Lê Revista	Lê livros	Estuda	Acessa Redes Sociais	Acessa sites em geral	Acessa e-mail	Usa computador	Telefona	Não faz nada
TV												
Rádio												
Computador												
Aparelho de som												
Telefone												
Revista												
Tablet												
Jornal												

CONSUMO CULTURAL

Marque no quadro as informações sobre frequência às atividades culturais:

	Regularmente	Só quando interessa muito	Raramente	Quando é gratuito	Nunca, pois não gosta	Não tem recurso	Não tem na cidade
Cinema ³							
Teatro							
Galeria de arte/museu, etc.							

Concertos							
Shows							
Eventos esportivos (jogos de futebol, etc.)							

Principais usos da internet (Numere de 1 a 4, sendo 1 a principal e 5 a menos importante)

Plataforma / Práticas	Motivo				Momento				
	Lazer	Informação	Contatos	Trabalho	Manhã	Tarde	Noite	Várias vezes ao dia	Está sempre conectado
E-mail									
Vídeos (Youtube, Vimeo, etc)									
Redes									
Portais/Sites institucionais (empresas, emissoras, de notícias, etc.)									
Jogos									

³ Preferimos colocar neste item e não no anterior por se tratar de uma prática menos cotidiana

Blogs/Tumblr									
Bate-papo e comunicação instantânea (Gtalk, MSN, Skype, etc.)									
Sites para download de conteúdo									

No quadro abaixo serão detalhados a relação com as diferentes plataformas

Plataforma	Frequência de acesso	Horário de acesso	Finalidade do acesso (múltipla escolha)	Com quem se relaciona	Onde moram estas pessoas (múltipla escolha)
Facebook	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer (<input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros:	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros:	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Youtube	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros:	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros:	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Twitter	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade

	<input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> todos anteriores <input type="checkbox"/> outros:	<input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____	<input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
LinkedIN	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros:	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Orkut	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros:	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar

Google +	<input type="checkbox"/> Diariamente	<input type="checkbox"/> manhã	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer	<input type="checkbox"/> amigos	<input type="checkbox"/> na mesma cidade
	<input type="checkbox"/> algumas vezes na semana	<input type="checkbox"/> tarde	<input type="checkbox"/> informação	<input type="checkbox"/> familiares	<input type="checkbox"/> no mesmo país
	<input type="checkbox"/> raramente	<input type="checkbox"/> noite	<input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares	<input type="checkbox"/> namorado/companheiro	<input type="checkbox"/> no mesmo estado
	<input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> várias vezes ao dia	<input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho	<input type="checkbox"/> colegas de trabalho	<input type="checkbox"/> em outra cidade
	<input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho	<input type="checkbox"/> colegas de aula	<input type="checkbox"/> em outro país	<input type="checkbox"/> em outro estado
		<input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades	<input type="checkbox"/> Outros:	<input type="checkbox"/> não sei informar	

			<input type="checkbox"/> outros: _____ _____ _____	_____ _____ _____	
Tumblr	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> todos anteriores <input type="checkbox"/> outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Instagram	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> todos anteriores <input type="checkbox"/> outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Badoo	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros:	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar

			<input type="checkbox"/> todos anteriores <input type="checkbox"/> outros: _____	_____ _____	
Pinterest	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar
Outros	<input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> algumas vezes na semana <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> não acesso	<input type="checkbox"/> manhã <input type="checkbox"/> tarde <input type="checkbox"/> noite <input type="checkbox"/> várias vezes ao dia <input type="checkbox"/> está sempre conectado	<input type="checkbox"/> entretenimento/lazer <input type="checkbox"/> informação <input type="checkbox"/> contato com amigos/familiares <input type="checkbox"/> contatos profissionais/trabalho <input type="checkbox"/> obter novo contatos / fazer novas amizades <input type="checkbox"/> outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> amigos <input type="checkbox"/> familiares <input type="checkbox"/> namorado/companheiro <input type="checkbox"/> colegas de trabalho <input type="checkbox"/> colegas de aula <input type="checkbox"/> Outros: _____ _____	<input type="checkbox"/> na mesma cidade <input type="checkbox"/> no mesmo país <input type="checkbox"/> no mesmo estado <input type="checkbox"/> em outra cidade <input type="checkbox"/> em outro país <input type="checkbox"/> em outro estado <input type="checkbox"/> não sei informar

PERGUNTAS ABERTAS (roteiro)

(Sobre o histórico do uso):

Com que idade começou a participar de redes sociais digitais?

Em que ano foi isto?

Por qual rede começou? Qual o motivo para ter começado por esta?

(Práticas atuais)

Tendo em mente as redes que participa, qual o motivo para participar destas e não de outras?

Já deixou de usar alguma? Por quê?

Qual o período do dia está mais conectado?

(Sobre Redes de usuários)

De que cidade, estado ou país são as pessoas com as quais se relaciona?

Qual o tema/assunto predominante nas “conversas”?

Costumam se encontrar fora das redes virtuais?

(Sobre Fluxos de conteúdo)

Que tipo de assunto costuma postar nas redes?

Está habituado a ler postagens de outras pessoas?

Costuma reencaminhar/compartilhar os “posts”? De que tipo?

2.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES FECHADAS

A análise dos dados das questões fechadas foi realizada com a utilização do software SPSS⁷ no qual foram geradas tabelas descritivas com contagem de frequências em três níveis: nacional, regional e estadual, cujas tabelas geradas pelo SPSS também estão disponíveis no banco. Os dados das questões abertas deste instrumento não estão disponíveis no repositório.

⁷ Criado na década de 1960, o *StatisticalPackage for the Social Sciences* é um dos programas de análise estatística mais utilizados nas Ciências Sociais. Permite produzir tabelas e gráficos; análises preditivas a partir de identificação de repetições; identificação de padrões e tendências nos dados.

3. QUESTIONÁRIO ONLINE

O questionário *online* com 31 questões esteve disponível por sete semanas entre agosto e outubro de 2014, hospedado em um site específico desenvolvido para a pesquisa. A divulgação do instrumento solicitava que fosse respondido por jovens entre 18 e 24 anos, único recorte delimitado para esta etapa da pesquisa. No período, foram obtidos 10.340 mil registros no site do questionário.

Na primeira organização do banco de dados, eliminou-se 684 registros que apresentaram resposta apenas à primeira questão. Também foram cortados os registros de 584 respondentes que não estavam na faixa etária delimitada. Assim, o banco de dados conta com respostas de 9.072 jovens, dos quais 6.471 (71%) concluíram o questionário. O banco completo com respostas por extenso também está disponível no banco de dados.

3.1 QUESTÕES

- 1) Em qual Estado você vive?

- 2) Na maioria das vezes, quando você usa o computador (desktop, notebook, netbook) para qualquer atividade, que outros meios de comunicação você **utiliza ao mesmo tempo?** (Indique até 5 opções)
 Rádio Tablet
 Celular para Fazer ligações Ouvir música Enviar SMS Usar aplicativos de mensagens instantâneas (Whatsapp, Snapchat, etc.) Acessar sites Acessar redes sociais Baixar aplicativos Jogos Outro. Qual?

 Televisão
 TV online (Netflix, Now, Telecine Play)
 Jornal impresso
 Revista impressa
 Livros
 Só uso o computador
 Não uso o computador

- 3) Qual é o **principal** ambiente em que você acessa a internet? (Marque apenas 1)

- Minha casa
- Escola/ faculdade
- Casa de amigos
- Casa de familiares
- Casa de vizinhos
- Trabalho
- Na rua
- Shopping center
- Cafés
- Lan house
- Telecentro
- Outros. Qual: _____
- Não tenho lugar específico
- Não acesso a internet

4) No ambiente que você indicou acima, qual o dispositivo que você **mais usa** para acessar a internet? (Marque apenas 1)

- Computador de mesa (desktop) Notebook/ netbook Smartphone TV com acesso à internet Tablet Celular com acesso à internet Outro. Qual? _____

5) Em poucas palavras, por que o dispositivo acima indicado é o **mais** usado?

6) Você **compartilha com alguém** o dispositivo mais utilizado indicado acima? (Marque quantos achar necessário)

- Não, o uso é individual
- Pais
- Irmãos
- Família
- Namorado(a)/companheiro(a)
- Amigos
- Colegas de faculdade
- Colegas de trabalho
- Outros. Quem? _____

7) O fato de compartilhar o **dispositivo indicado acima** com mais alguém interfere no modo como você o utiliza? Se sim, de que maneira? Você pode dar alguns exemplos.

8) Quais os dispositivos que você possui?

- Celular com acesso à internet
 Smartphone
 Tablet
 Notebook/ Netbook
 Desktop (computador de mesa)
 Nenhum
 Outro. Qual? _____

(QUANDO O JOVEM CLICA NO DISPOSITIVO, POR EXEMPLO, CELULAR, ABRE A SEGUINTE PERGUNTA AO LADO DA OPÇÃO CELULAR): E o que você acessa neste dispositivo?

- Email Portais de notícia Blogs Tumblrs Facebook
 Orkut Twitter
 Youtube Instagram ou similar Foursquare Mensageiros instantâneos (Gtalk, Whatsapp, Skype, Facebook Messenger e similares) Não acesso nada

(ESSA SEGUNDA PERGUNTA TEM QUE SE REPETIR TODA A VEZ QUE UM DISPOSITIVO É MARCADO)

9) Queremos saber sobre as suas **formas de acesso** à internet. Marque os dispositivos que você possui e os respectivos planos de acesso:

- Celular/ smartphone**
 Pré-pago Pós-pago Só uso WIFI Pré-pago e WIFI Pós-pago e WIFI
 Tablet
 Pré-pago Pós-pago Só uso WIFI Pré-pago e WIFI Pós-pago e WIFI
 Nenhum dos dois

10) Quando você está em alguma situação de espera (filas, consultórios, ônibus, etc.), costuma acessar o dispositivo móvel (smartphone, tablet, etc) para **quais atividades?**

(Marque no máximo 3)

- Acesso a internet (checar e-mail, checar redes sociais, acessar sites/blogs/tumblrs, vídeos, fotos, etc.)
- Vejo arquivos (fotos, vídeos) salvos no dispositivo (offline)
- Envio SMS
- Uso aplicativos de mensagem instantânea (Whatsapp, Snapchat)
- Ouço música (MP3, rádio)
- Ouço música na internet (Spotify, Superplayer, Pandora, etc.)
- Leio (pdf, epub, etc, desde que não precise de acesso à internet)
- Leio conteúdos na internet (notícias, artigos,etc)
- Uso jogos que não necessitam conexão com a internet
- Uso Jogo que necessitam conexão com a internet
- Outra atividade. Qual? _____
- Não uso dispositivo móvel

11) Além dos seus perfis nas redes sociais, você possui outras plataformas **para se expressar**, ou seja, para colocar seus conteúdos na internet? (Marque quantas opções achar necessário)

- Blog pessoal
- Blog coletivo
- Tumblr pessoal
- Tumblr coletivo
- Página do facebook (fanpage)
- Site pessoal
- Inserir vídeos no canal do Youtube
- Tenho (qualquer umas das opções), mas não atualizo mais
- Não tenho nenhuma das opções acima
- Não tenho perfil em redes sociais
- Outro. Qual? _____

12) Em quais das situações abaixo você já divulgou, comentou, postou e/ou compartilhou na internet no **exato momento em que estava acontecendo?** (Marque quantas opções achar necessário)

- Ao assistir programas de TV (novela, filme, noticiário, reality show, seriado, jogos, campeonatos, premiações).

- Uso para compartilhar arquivos pessoais (fotos, vídeos, música, etc)
- Uso para organizar meus contatos em grupos e eventos
- Gosto muito e todos os meus amigos estão lá
- Gosto muito porque concentra várias utilidades
- Atualizo com frequência minhas informações de perfil
- Substituíu o meu uso do email
- Substituíu o meu uso do celular (SMS e ligações)
- Uso porque tenho mais privacidade
- Não gosto muito, mas todo mundo usa e eu também
- Tira a minha atenção do estudo/trabalho
- Gasto tempo demais nele
- Faz com que eu encontre meus amigos menos vezes pessoalmente
- É um vício
- Não utilizo o Whatsapp

15) Complete a frase: Eu uso **email para** (Marque as 3 opções principais)

- Bate papo
- Conteúdos profissionais
- Enviar arquivos
- Comunicação com amigos
- Comunicação com familiares
- Comunicação com namorado(a)
- Trabalhos de escola/ faculdade
- Compras
- Cadastro para serviços e compras
- Não uso
- Outros. Qual? _____

16) Você utiliza o **Youtube para** (Marque até 5 opções):

- Postar vídeos
- Assistir vídeos de música/bandas
- Assistir vídeos divertidos
- Assistir vídeos de animais
- Assistir tutoriais
- Assistir programas de TV
- Assistir conteúdos relacionados a programas de TV (trilhas sonoras e promos/trailers de séries de TV e filmes, bastidores, conteúdo de intervalos/after show, informações complementares, etc)
- Encontrar/ postar material de estudo
- Encontrar/ postar material de trabalho
- Seguir/me inscrever em canais
- Criar playlists
- Assistir filmes

Não uso

17) Quando assiste TV, tem algum outro meio de comunicação que você **usa ao mesmo tempo?** (Marque todos que você usa juntos, ou seja, ao mesmo tempo)

Rádio

Celular para Fazer ligações Ouvir música Enviar SMS Usar aplicativos de mensagens instantâneas (Whatsapp, Snapchat, etc.) Acessar sites Acessar redes sociais Baixar aplicativos Jogos Outro. Qual?

Computador (atividades online: redes sociais, email, sites, etc)

Computador (atividades fora da internet)

Tablet (atividades online: redes sociais, email, sites, etc)

Tablet (atividades fora da internet)

Jornal impresso

Revista impressa

Livros

Outro. Qual? _____

Não, só assisto TV

Não assisto TV

18) Marque quantas frases quiser sobre as situações que são **verdadeiras pra você**, no caso de assistir TV ao mesmo tempo em que acessa redes sociais:

Costumo postar comentários sobre o programa que estou assistindo

Gosto de ler o que os outros comentam, mas não costumo comentar

Uso *hashtags* dos programas nos comentários

Converso com pessoas que eu conheço sobre os programas

Converso com pessoas que eu **NÃO** conheço sobre os programas

Faço comentários sobre os programas com atores, autores e emissoras

Não costumo comentar sobre os programas que estou assistindo

Não acesso redes sociais ao mesmo tempo em que assisto TV

19) De todos os meios abaixo listados, marque aos que você dedica **atenção exclusiva**, ou seja, você só presta atenção em um deles por vez: (Marque até 3 opções)

Rádio

TV

Computador

Em quais dessas atividades você só presta atenção no computador?

- Atividades fora da internet (estudo, trabalho) Ouvir música Acessar sites
 Acessar redes sociais Baixar aplicativos Jogos Outros. Qual?
 Em todas as atividades citadas
 Celular

Em quais dessas atividades você só presta atenção no celular?

- Fazer ligações Ouvir música Para enviar SMS Usar aplicativos de mensagens instantânea (Whatsapp, Snapchat, etc.) Acessar sites
 Acessar redes sociais Baixar aplicativos Jogos Outros.

Qual?

- Em todas as atividades citadas

Tablet Em quais dessas atividades você só presta atenção no tablet?

- Atividades fora da internet (estudo, trabalho) Ouvir música Acessar sites
 Acessar redes sociais Baixar aplicativos Jogos Outros.

Qual?

- Em todas as atividades citadas

Jornal impresso

Revista impressa

Livros

Sempre uso mais de um meio ao mesmo tempo

20) Por que você dedica atenção exclusiva a esse(s) meio(s) quando o(s) utiliza?

21) Se quiser saber o que está acontecendo (no país, seu estado ou sua cidade), onde você busca **informações?** (Marque os três principais).

- Sites e portais de notícias
 Twitter
 Facebook
 Whatsapp

- Instagram
- Blogs de columnistas/ jornalistas conhecidos
- Tumblrs
- Youtube
- Jornais Online
- Jornal impresso
- Procuo no Google
- TV
- Rádio
- Revista impressa
- Revista online
- Outro. Qual? _____

22) Quais meios de comunicação **NÃO fazem falta** pra você hoje? (Marque até 3).

- Rádio
- TV
- Internet
- Jornal impresso
- Jornal online
- Revista impressa
- Revista online
- Livros
- Celular
- Smartphone
- Tablet
- Nenhum, sinto que preciso de todos

23) Por que os meios **marcados acima** não fazem falta pra você?

Agora, algumas informações sobre você:

24) Idade: 18 19 20 21 22 () 23 24

25) Sexo:

Feminino Masculino

26) Qual o seu nível de instrução?

Ensino fundamental Ensino médio Graduação Pós-graduação

27) Qual o seu curso de graduação? _____

28) Trabalha? Sim Não

29) Qual sua ocupação? _____

30) Com quem você mora?

- Com os pais/ familiares em imóvel próprio
- Com os pais/ familiares em imóvel alugado
- Com os pais/ familiares em imóvel emprestado
- Sozinho em imóvel próprio
- Sozinho em imóvel alugado
- Sozinho em imóvel emprestado
- Com a namorada/ companheira em imóvel próprio
- Com a namorada/ companheira em imóvel alugado
- Com a namorada/ companheira em imóvel emprestado
- Com amigos em imóvel próprio
- Com amigos em imóvel alugado
- Com amigos em imóvel emprestado
- Em uma república estudantil
- Outro. Especificar: _____

31) Qual é aproximadamente sua **renda familiar**?

- Menos de 776,00
- Entre 777,00 e 1.147,00
- Entre 1.148,00 e 1.858,00
- Entre 1.859,00 e 2.654,00
- Entre 2.655,00 e 5.241,00
- Entre 5.242,00 e 9.263,00
- Mais de 9.264,00
- Recebo bolsa no valor de: _____

3.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES FECHADAS

A análise dos dados das questões fechadas foi realizada com a utilização do software SPSS⁸ no qual foram geradas tabelas descritivas com contagem de frequências em três níveis: nacional, regional e estadual, cujas tabelas geradas pelo SPSS também estão disponíveis no banco.

O número total de respondentes variou em cada um destes níveis. No caso das tabelas com resultados nacionais, utilizou-se apenas os questionários respondidos até o final, ou seja, há um total de 6.471 jovens. A tabela a seguir indica a distribuição, por região e estado, dos questionários completos obtidos.

TABELA 1. Questionários respondidos até o final, por estado

Região	Estado	Respondentes
Norte	Acre	15
	Amapá	41
	Amazonas	35
	Pará	351
	Rondônia	63
	Roraima	193
	Tocantins	487
Nordeste	Alagoas	139
	Bahia	182
	Ceará	397
	Maranhão	74
	Paraíba	111
	Pernambuco	143
	Piauí	56
	Sergipe	503
	Rio Grande do Norte	120
Centro-Oeste	DF	405
	Goiás	187
	Mato Grosso	381
	Mato Grosso do Sul	350
Sudeste	Espírito Santo	309
	Minas Gerais	175

⁸ Criado na década de 1960, o *Statistical Package for the Social Sciences* é um dos programas de análise estatística mais utilizados nas Ciências Sociais. Permite produzir tabelas e gráficos; análises preditivas a partir de identificação de repetições; identificação de padrões e tendências nos dados.

	Rio de Janeiro	263
	São Paulo	373
Sul	Paraná	229
	Santa Catarina	341
	Rio Grande do Sul	548

TOTAL: 6471

Fonte: dados da pesquisa, 2014.

No caso das tabelas com dados sobre as regiões e os estados, utilizou-se todas as respostas coletadas, independente se os jovens haviam ou não completado o instrumento, o que faz com que cada pergunta tenha um número total de respondentes.

TABELA 2. Questionários respondidos por estado

Região	Estado	Entrevistados
Norte	Acre	26
	Amapá	67
	Amazonas	51
	Pará	511
	Rondônia	93
	Roraima	262
	Tocantins	720
Nordeste	Alagoas	192
	Bahia	252
	Ceará	591
	Maranhão	114
	Paraíba	158
	Pernambuco	208
	Piauí	80
	Sergipe	632
	Rio Grande do Norte	161
Centro-Oeste	DF	549
	Goiás	286
	Mato Grosso	520
	Mato Grosso do Sul	479
Sudeste	Espírito Santo	434
	Minas Gerais	244
	Rio de Janeiro	365
	São Paulo	550
Sul	Paraná	316
	Santa Catarina	471
	Rio Grande do Sul	740

Como o número total de respondentes é muito díspar em cada estado (por exemplo, o Acre obteve 15 questionários completos, enquanto o Rio Grande do Sul 548), e o mesmo ocorre em relação à população jovem de cada unidade federativa, optou-se em ponderar estes dados nas tabelas relativas ao Brasil e regiões. Já o material referente a cada estado não foi ponderado. Portanto, o número total de respondentes por estado, varia de acordo com o nível de agregação. A base utilizada para tal ponderação é a tabela PNAD 2011 (IBGE)⁹ com dados sobre o acesso à internet da população entre 18 e 24 anos (Tabela 3).

TABELA 3. Pessoas de **18 a 24 anos** de idade, por utilização da Internet, no período de referência dos últimos três meses (por 1000)

Brasil, UF	Total	Utilizaram	Não utilizaram
Brasil	22.786	15.496	7.289
Acre	95	54	41
Alagoas	388	214	174
Amapá	93	58	35
Amazonas	460	234	226
Bahia	1.661	964	696
Ceará	1.045	588	456
Distrito Federal	329	283	45
Espírito Santo	429	307	121
Goiás	748	538	210
Maranhão	861	297	564
Mato Grosso	381	275	106
Mato Grosso do Sul	298	223	75
Minas Gerais	2.347	1.619	728
Pará	1.012	456	555
Paraíba	443	267	176
Paraná	1.248	933	315
Pernambuco	1.070	619	451
Piauí	351	147	203
Rio de Janeiro	1.687	1.319	367
Rio Grande do Norte	396	237	158
Rio Grande do Sul	1.181	856	324

⁹ Um estatístico foi contratado para tal trabalho.

Rondônia	199	123	75
Roraima	63	42	20
Santa Catarina	756	562	193
São Paulo	4.785	4.002	783
Sergipe	271	159	112
Tocantins	176	108	68

Fonte: IBGE. Microdados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2011.

3.2 TRATAMENTO DAS QUESTÕES ABERTAS

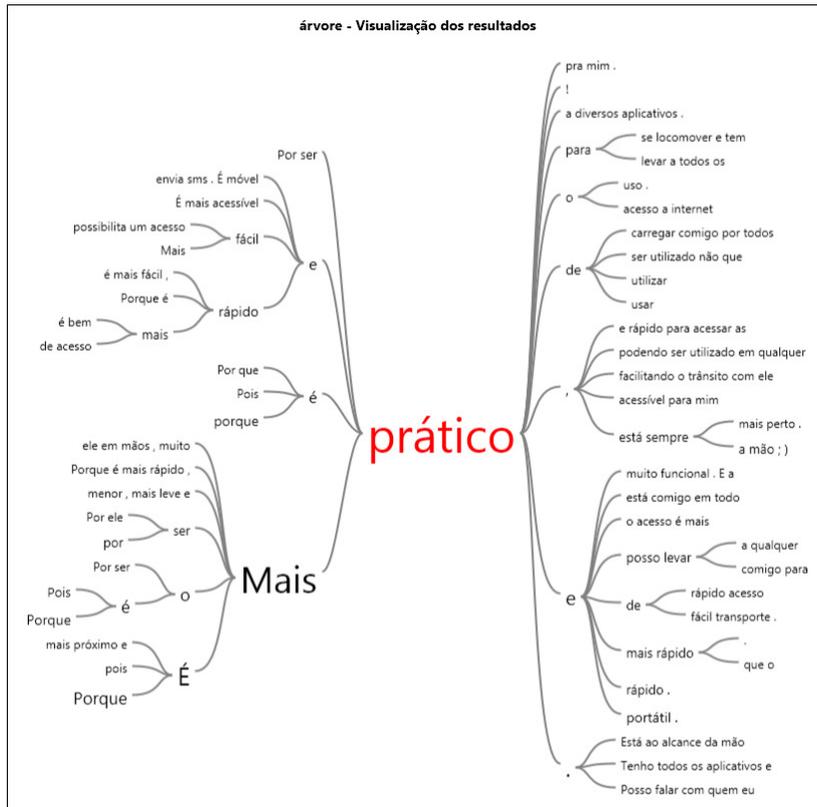
As abertas foram trabalhadas no *NVivo*, software *CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software)* que permitiu organizar, explorar e interpretar a extensa base de dados qualitativa construída com o discurso juvenil sobre suas práticas de consumo midiático, além de relacioná-lo com as questões precedentes, de caráter fechado.

Para o tratamento das questões abertas, inicialmente, a metade das respostas dos jovens de todas as regiões foi lida de forma exploratória¹⁰ a fim de criar categorias indutivas que contribuíssem para a interpretação de tais questões. Definidas as categorias, parte deste material foi categorizado manualmente no *NVivo* (cerca de 100 respostas para cada categoria) para então empregar o recurso de codificação automática (com uso de Inteligência Artificial) das cerca de 9000 respostas restantes com base nos padrões das respostas manualmente codificadas. Uma amostra de, aproximadamente, 30% deste material foi auditado, exercício no qual foi possível perceber que a codificação automática com base em inteligência artificial atingiu um índice de confiabilidade de cerca de 92% do total de respostas¹¹.

Na sequência, foi realizado o cruzamento das respostas fechadas com as respostas abertas, partindo das categorias indutivas identificadas. Tal cruzamento foi possível porque, ao quantificar os dados das perguntas abertas com base nas categorias que emergiram da leitura exploratória, os dois grupos de dados eram de natureza quantitativa. Além disto, com o uso do software *Nvivo* foi possível cruzar dados de uma pergunta fechada com outra aberta derivada desta primeira questão, agrupando assim as respostas dos jovens a partir de um questionamento de natureza quantitativa. Para explorar este material, foram geradas *nuvens de*

¹⁰ O conjunto de repostas abertas de cada questão foi explorado da seguinte forma: a cada 100 respostas, as primeiras 50 eram lidas; e assim sucessivamente até a leitura de 50% do material.

¹¹ A categorização de algumas questões abertas teve que ser refeita com base na auditoria realizada.



A leitura e análise conjugada destes materiais – nuvem de palavras e árvore de significados - auxiliaram na interpretação das questões abertas sem que fosse necessário ler a totalidade das respostas, potencializando assim o uso do *software* na compreensão das práticas de consumo midiático juvenil.

REFERÊNCIAS

RAMOS, M. P. 2013. Métodos quantitativos e pesquisa em ciências sociais: lógica e utilidade do uso da quantificação nas explicações dos fenômenos sociais. *Mediações*, **18** (1): 55-65.

_____. 2014. *Pesquisa Social: Abordagem Quantitativa Com Uso do SPSS*. Porto Alegre, Escritos, 164 p.

SANTOS, J. 2001. As possibilidades das Metodologias Informacionais nas práticas sociológicas: por um novo padrão de trabalho para os sociólogos do Século XXI. *Sociologias*, **dossiê** (5): 116-148.

TEIXEIRA, A.N.; BECKER, F. 2001. Novas possibilidades da pesquisa qualitativa via sistemas CAQDAS. *Sociologias*, **3** (5): 94-114.

TOALDO, Mariângela M. Toaldo; JACKS, Nilda. "Juventude? De que juventudes estamos falando?" In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; LIMA, Fernanda Deborah Barbosa (orgs.). *Juventude: consumo, mídia e novas tecnologias*. Rio de Janeiro: Gramma, 2014.