

# Juventude e interações com as notícias nas redes: notas a partir da realização de grupos focais



Larissa de Moraes Ribeiro  
Mendes<sup>1</sup>

Maria Cristina Guimarães  
Rosa do Amaral<sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo se propõe a discutir aspectos relativos à interação cotidiana do público jovem com o noticiário jornalístico, nas redes sociais, no atual cenário de ascensão dessas redes como plataforma de consumo midiático. Os dados foram coletados em grupos focais com jovens estudantes de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense (UFF). Nos debates, chamaram a atenção informações sobre como as interações estão incorporadas de modo intrínseco às experiências de consumo de notícias. Os jovens costumam principalmente curtir e compartilhar notícias, mas se mostraram cuidadosos quando se trata de assumir publicamente opiniões políticas, perante os integrantes de suas redes. Propomos que isso se dá porque esses jovens estudantes demandam uma *moratória cultural*, tempo necessário para conseguirem acessar, processar e compreender os fatos (políticos, econômicos e sociais) que os cercam, antes de assumirem opiniões mais assertivas perante suas redes.

**Palavras-chave:** Juventude. Consumo midiático. Jornalismo. Mídia. Cotidiano.

## Juventud e interacciones con las noticias en las redes: notas de la realización de grupos focales

**Resumen:** El artículo propone discutir aspectos relacionados con la interacción diaria del público joven con las noticias periodísticas, en las redes sociales, en el escenario actual del surgimiento de estas redes como plataforma para el consumo de medios. Los datos fueron recolectados en grupos focales con jóvenes estudiantes de periodismo en la Universidad Federal Fluminense (UFF). En los debates, llamó la atención la información sobre cómo se incorporan intrínsecamente las interacciones en las experiencias de consumo de noticias. A la mayoría de los jóvenes les gusta disfrutar y compartir noticias, pero han sido cuidadosos cuando se trata de asumir públicamente opiniones políticas ante los miembros de sus redes. Proponemos que esto se debe a que estos jóvenes estudiantes exigen una moratoria cultural,

<sup>1</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano e da graduação em Jornalismo da Universidade Federal Fluminense, pesquisadora do grupo Mídias, Redes e Jovens, jornalista.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Mídia e Cotidiano pela Universidade Federal Fluminense (UFF), doutoranda na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e pesquisadora do grupo Mídias, Redes e Jovens.

el tiempo necesario para poder acceder, procesar y comprender los hechos (políticos, económicos y sociales) que los rodean, antes de asumir opiniones más asertivas ante sus redes.

**Palabras clave:** Juventud. Consumo de medios. Periodismo. Medios de comunicación. Vida cotidiana

<sup>3</sup> Além das autoras, os integrantes do grupo na pesquisa analisada foram Carla Baiense, Helen Brito, Igor Simões e Patrícia Fernandes.

## **Youth interactions with news on networks: a study of focal groups**

**Abstract:** The article proposes to discuss aspects related to the daily interaction of young audiences with news, in social networks, in the current scenario of the rise of these networks as a platform of media consumption. The data were collected in focus groups with young students of Journalism at the Universidade Federal Fluminense (UFF). In the debates, attention was drawn to how interactions are intrinsically incorporated into news consumption experiences. Young people tend to like and share news, but have been careful when it comes to publicly taking political views in front of the members of their networks. We propose that the reason is that these young students demand a cultural moratorium, the time necessary to access, process and understand the facts (political, economic and social) that surround them, before assuming more assertive opinions before their network

**Keywords:** Youth. Media consumption. Journalism. Media. Everyday life.

### **1 Introdução**

O presente artigo se propõe a discutir a interação cotidiana do público jovem com o noticiário jornalístico, nas redes sociais, no atual cenário de transformações nos processos de consumo midiático, especialmente com a ascensão dessas redes como plataforma para o consumo de notícias. O material empírico a partir do qual se dá a reflexão foi coletado em grupos focais com três grupos de jovens estudantes de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense (UFF) e integra pesquisa realizada pelo grupo Mídias, Redes e Jovens, composto por professoras e alunos da graduação em Jornalismo e da pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade<sup>3</sup>. Além de detectar os tipos preferidos de interações e compreender como estas se dão, nas diferentes plataformas, buscamos entender como esses hábitos interativos são incorporados ao processo de consumo das notícias, influenciando na experiência do acesso e na própria assimilação dos conteúdos.

Com a realização dos grupos, pudemos confirmar tanto essa relação de imbricação entre jovens e mídias, no cotidiano, como a

premissa de que as interações são práticas constitutivas dos processos de consumo midiático para os jovens. Interagir – seja de modo mais padronizado ou processual (PRIMO, 2016) – é um ato natural e corriqueiro para os jovens. Por outro lado, nos surpreendemos com o quanto essas interações podem ser tímidas, nas redes, por exemplo, quando se trata de expor opiniões sobre temas polêmicos, especialmente aqueles relacionados a questões políticas. Mesmo se interessando por política, os jovens ouvidos evitam a todo custo as discussões acaloradas nas redes, que disseram considerar “coisa de adulto ou de idosos”.

A internet é compreendida, como proposto por Hine (2015), como fenômeno “permeado, incorporado e cotidiano”<sup>4</sup>. Embora na obra a autora trate especificamente da pesquisa etnográfica na web, a abordagem se aplica a este trabalho, ainda mais considerando que tratamos de um público para quem aparatos digitais, especialmente os smartphones, se tornaram objetos inseparáveis.

<sup>4</sup> No original “embedded, embodied and everyday”.

## 2 Referencial teórico e conceitos adotados

O principal marco teórico da pesquisa está nos estudos sobre os processos de midiatização. Como lembra Gomes (2016), tais processos vêm sendo estudados mesmo antes de sua conceituação. Até o início dos anos 2000, predominavam nesse campo as abordagens da análise textual, da economia política da produção e dos estudos de recepção ou audiências. A elaboração de um conceito de midiatização veio ao encontro da necessidade de desenvolver uma compreensão de como os meios de comunicação passam a afetar nossa sociedade e as diversas práticas sociais de modo cada vez mais profundo, em especial as gerações mais jovens. Nesse sentido, o termo é usado como “um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural” (GOMES, 2016, p. 1).

Neto lembra que “os estudos sobre a midiatização estão em processualidade, assim como o próprio fenômeno” (NETO, 2006, p. 2). É claro, no entanto, que dentre os diversos aspectos componentes do cotidiano na contemporaneidade, um deles se mostra fundamental ao perpassar todos os outros: a presença das tecnologias de comunicação mediando as interações simbólicas e ambientando o cotidiano e as relações sociais. O processo de midiatização não é linear, e passa por momentos críticos, que podem ser entendidos como “ondas de midiatização” (HEPP; HASEBRINK, 2015, p. 83). Ou seja, temos de considerar que existem vários processos de midiatização em tempos diferentes e para grupos diferentes de pessoas.

De uma forma ampla, a midiaticização pretende apreender a relação, em uma perspectiva de longo prazo, entre as mudanças na mídia e as mudanças socioculturais. Um dos objetivos da pesquisa em midiaticização, então, é o de investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança (HEPP, 2014, p. 49).

A importância de mapear as interações dos jovens com as notícias tanto no ambiente jornalístico como na relação com seus amigos, nas redes sociais, se insere dentro de um quadro que vem sendo desenhado há vários anos, em que: “as organizações de mídia e as plataformas sociais estão rapidamente se movendo uma em direção à outra, mutuamente articulando estratégias e atividades neste novo processo de disseminação de notícias”<sup>5</sup> (POELL; VAN DIJCK, 2014, p. 188).

Ao contrário do que muitos pesquisadores atuais sugerem, não são tecnologias neutras que simplesmente habilitam a atividade do usuário. Ao contrário, as plataformas sociais moldam a forma como os usuários compartilham informação, como realizam a curadoria das notícias, e expressam seus pontos de vista, assim como o papel que essas mesmas atividades – através das métricas sociais – começam ter na produção e disseminação das notícias (Ibidem, p. 182, tradução das autoras)<sup>6</sup>.

Ainda segundo os autores (Ibidem), no novo cenário midiático a disseminação de informação, e mais precisamente da informação jornalística, tende a ter uma falsa aura de independência, já que determinada em grande parte pela ação de algoritmos. Os algoritmos impõem uma nova lógica de conhecimento, muito distinta da lógica editorial baseada em escolhas e julgamentos dos jornalistas profissionais. Na prática, o internauta está tendo acesso ao que os algoritmos detectaram que ele deseja ler, e essa dinâmica tem o efeito de reforçar suas próprias crenças e pontos de vista pré-estabelecidos. É o que Eli Pariser (2012) denominou bolha dos filtros, e mais tarde se popularizou como efeito bolha.

Enquanto isso, nossa sociedade tornou-se quase que completamente dependente da infraestrutura criada pelas cinco grandes plataformas da web: Facebook, Amazon, Google, Microsoft e Apple, como apontou a professora José van Dijck, em entrevista recente, veiculada no Youtube. Essas empresas atuam não só no setor privado, mas também em setores públicos, como saúde e educação. Isso fica claro se percebermos a maneira como fazemos todas as nossas transações online, ou como organizamos nossa vida informal, no cotidiano, ou consumimos notícias. Em relação a notícias, por exemplo, ficamos quase que completamente dependentes da distribuição pelo Facebook, Instagram, Twitter (PROFESSOR... 2019). Para a autora,

<sup>5</sup> No original: “News organizations and social platforms are rapidly moving towards each other, mutually articulating each other’s strategies and activities in the news process”.

<sup>6</sup> No original: In contrast to what most current research suggests, they are not neutral technologies that merely enable user activity. Instead, social platforms very much shape how users share information, curate news, and express their points of view, as well as how these activities – in the form of social media metrics – start to play a role in the production and dissemination of news.

o controle dos fluxos de informação e, conseqüentemente, das nossas atividades cotidianas, deriva não só dessa crescente dependência, mas da própria complexidade da tecnologia e do sistema engendrado por ela (VAN DIJCK, 2012).

Outro referencial teórico caro à pesquisa está nos estudos sociológicos sobre juventude. A juventude pode ser analisada sob diferentes óticas (antropológica, sociológica, como construção social, cultural etc.) e perspectivas (cronológica, biológica, como imagem), tal como explicam Felix et al. (2015). A faixa etária é uma referência concreta relevante que, no nosso entender, deve vir amparada por outros critérios, quando se trata de estudar fenômenos sociais complexos, como os relacionados à realidade juvenil.

Consideramos que os modos de vivenciar a juventude sofrem interferência direta de condições de gênero, classe social, moradia e estrutura familiar, por exemplo. Assim sendo, concordamos com Margulis e Urresti (1996) quando defendem que pensar os modos de ser jovem demanda uma reflexão sobre as diferentes condições (sociais, econômicas e culturais) do grupo estudado. Os autores chamam a atenção para o fato de que as formas de vivenciar a juventude não se dão do mesmo modo a todos os integrantes da categoria jovem. Nem todos dispõem, por exemplo, do que Groppo (2009) conceitua como moratória social, que seria uma suspensão de obrigações e responsabilidades no sentido ao assumir compromissos da vida adulta. Mais adiante explicamos por que a juventude nos parece buscar também o que chamaremos de moratória cultural – uma suspensão de tempo, antes de entrarem na vida adulta, para formar as próprias opiniões tanto através da vivência como do consumo cultural (aí incluído o consumo de notícias).

Trabalhamos com a noção de consumo midiático conforme propõem Nilda Jacks e Mariângela Toaldo (2013), para entender a relação dos jovens com os meios de comunicação. Partindo da compreensão esboçada por Néstor Canclini, as autoras tomam o consumo midiático como uma vertente do consumo cultural. Do ponto de vista do autor, esse tipo de consumo envolve os processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca, e envolve desde os bens que possuem maior autonomia, como as artes em museus e salas de concerto, até produtos condicionados pela pressão econômica, tais como os veiculados na televisão, rádio, cinemas etc. (CANCLINI, 2005, apud JACKS; TOALDO, 2013). Entendemos que tal consumo midiático está intrinsecamente ligado ao cotidiano da juventude urbana, em uma sociedade midiaticizada. Por isso procuramos a seguir expandir esses conceitos.

No escopo da pesquisa realizada, cotidiano é compreendido nos termos de Michel de Certeau (1994), como o tempo corriqueiro no qual

produtos culturais são apropriados e/ou reapropriados, muitas vezes de modo tático. Está associado, portanto, não a um espaço de alienação, mas de possível subversão. Consideramos que bens culturais como as notícias podem, portanto, ser absorvidos de modo criativo e distinto do imaginado inicialmente pelos produtores.

Em relação às mídias digitais, não nos interessam as tecnologias em si, mas os fenômenos comunicacionais que as envolvem, nos quais elas mesmas são actantes, tal como propõe Primo (2016, p. 8) Redes como o Facebook, o Twitter e o WhatsApp, citadas pelos jovens nos grupos focais, não são tomadas como meros intermediários no processo de consumo noticioso. Ao contrário, interessa-nos perceber o modo como funcionam, integram, modificam ou até condicionam os processos de interação mediada por aparatos tecnológicos como smartphones, computadores e tablets.

### **3 Metodologia**

A escolha pela metodologia dos grupos focais que dá sustentação empírica a este artigo deve ser compreendida no contexto de continuidade uma pesquisa mais abrangente, iniciada em 2015, sobre consumo midiático da juventude, no cenário de convergência. A primeira etapa, de caráter quantitativo e com resultados divulgados (FELIX et al., 2016), consistiu na aplicação de questionários a dois grupos de jovens: o primeiro formado por uma amostra de alunos de um pré-vestibular comunitário ligado à UFF e o outro composto por estudantes de Jornalismo da própria universidade, de maior poder aquisitivo e com mais acesso a bens culturais do que o primeiro grupo. Na ocasião, procuramos estabelecer uma relação entre aspectos socioeconômicos e hábitos de consumo midiático dos dois grupos.

Esse primeiro levantamento nos permitiu traçar um perfil geral dos estudantes de Jornalismo da UFF. Desde 2012, a universidade, localizada no município de Niterói, a 16 km do Rio de Janeiro, reserva metade de suas vagas para ingressantes por meio de diferentes tipos de cotas para estudantes de escolas públicas (raciais, de renda, para portadores de deficiências e os cruzamentos entre essas categorias). A política impactou no perfil do aluno, proporcionando uma maior diversidade étnica e social no seu quadro discente. Ainda assim, observamos no grupo pesquisado a prevalência de jovens de classe média e boa formação educacional, com acesso à internet e a bens culturais. Embora alguns participantes do grupo já fizessem estágios, nenhum trabalhava com a obrigação de sustento da família.

A escolha do grupo focal como metodologia foi feita levando em consideração os objetivos dessa etapa da pesquisa, de buscar

tendências, percepções e comportamentos (GONDIM, 2003), relativos aos modos como a juventude consome notícias nas redes. Para Fíguro (2000), os grupos focais permitem, ainda, a compreensão do processo de comunicação como interação social.

Pela classificação proposta por Morgan (apud GONDIM, 2003), os grupos funcionaram no quadro de uma proposta multimétodos, uma vez que seus resultados ajudam a compor um quadro interpretativo a partir do cruzamento de informações em diferentes etapas de pesquisa. Por outro lado, seriam também autorreferentes à medida que foram formados para “responder indagações de pesquisa, investigar perguntas de natureza cultural e avaliar opiniões, atitudes, experiências anteriores e perspectivas futuras” (MORGAN apud GONDIM, 2003, p. 153). No caso, já havíamos traçado um panorama geral do tema de análise, a partir de pesquisa bibliográfica e dos questionários, mas desejávamos aprofundar o detalhamento de aspectos específicos do consumo midiático relativos a quatro grandes temas: modos de consumo e interação com as notícias nas redes, sua relevância no cotidiano midiático dos jovens, visão crítica sobre a imprensa (envolvendo a questão da credibilidade) e veículos consumidos (tradicionais versus alternativos).

A discussão em grupo estimula o debate entre os participantes, permitindo que os temas sejam mais problematizados do que em uma situação de entrevista individual, uma vez que cada opinião é exposta à apreciação de todos. Efetivamente, durante os debates, os alunos ao mesmo tempo apresentavam e testavam as próprias impressões, em contraponto às dos colegas. Em diversas ocasiões, chegavam a uma opinião-síntese do grupo. Mas mesmo nos casos em que uma opinião não chegou a ser compartilhada por todos, foi referida como uma opinião do grupo, para efeito de interpretação dos resultados, tal como recomenda Gondim (2003, p. 151). Apesar de suas vantagens, e da indicação para o caso, reconhecemos que os resultados obtidos através de grupos focais devem ser entendidos considerando os limites próprios do método, entre eles a possibilidade de alguns integrantes, mais assertivos, se sobreporem a outros ou do próprio grupo reprimir determinadas posturas que sejam dissidentes dos demais participantes.

Os critérios para garantir a eficácia de uma pesquisa com grupos focais podem variar de acordo com o contexto, a natureza e os objetivos de cada pesquisa, e até com determinadas preferências dos pesquisadores. Ao abordar critérios e estratégias para garantir o rigor das pesquisas qualitativas de modo geral, Moreira (2018) ressalta que não existe uma posição única entre os pesquisadores, em relação a quais critérios usar, e sim uma variedade de posições que se distinguem conforme as diferentes perspectivas teórico-metodológicas que adotam. A partir de uma extensa revisão bibliográfica, o autor

defende uma associação entre rigor e flexibilidade, nas análises, e lista um conjunto de 14 critérios metodológicos. Dentre eles, gostaríamos de destacar os que adotamos na pesquisa em questão, e que serão detalhados no relato seguir: triangulação (mais de um pesquisador analisando a mesma informação); reflexibilidade (reflexão crítica na construção do conhecimento, a partir do processo de investigação); transferibilidade (descrição rica e densa do contexto da pesquisa, visando possibilidade de replicá-la, em linhas gerais); e a manutenção de anotações (no nosso caso, também da gravação dos encontros).

Foram realizadas três sessões de grupos focais, com um total de 22 participantes, com idades entre 18 e 23 anos. Os jovens pertenciam a uma mesma turma, majoritariamente formada por alunos do quarto período do curso de Jornalismo da UFF, o que garantiu um perfil homogêneo no que diz respeito à idade e ao nível educacional. A composição do conjunto de participantes se deu através da ação voluntária após convite feito por uma das pesquisadoras, que era também professora dos alunos na disciplina Introdução ao Radiojornalismo. A pesquisadora foi mediadora em um dos grupos. Nos outros dois grupos, as mediadoras foram outras pesquisadoras também professoras da UFF. A maior parte dos componentes já tinham sido alunos de cada uma das pesquisadoras. Além do mediador, em cada sessão estavam presentes um observador e um documentador, não necessariamente conhecidos dos alunos, e que foram apresentados na ocasião.

As mediadoras alinharam previamente a abordagem adotada nos encontros: seguiram o mesmo roteiro, agiram de modo a estimular a participação de todos em uma discussão produtiva e entrevistaram o mínimo possível nos debates. O fato de terem sido professoras dos participantes dos grupos deve ser levado em consideração tanto ao se analisar a preparação do experimento quanto a sua execução e análise, assim como as especificidades de um grupo formado por estudantes de Jornalismo. O conhecimento prévio contribuiu enormemente para o clima de descontração das sessões. No entanto, é fundamental entender e levar em conta possíveis distorções, por exemplo, uma eventual relutância de um aluno em admitir que não lê ou conhece determinado veículo de comunicação ou tema proposto.

Os grupos foram formados pelos próprios jovens, por afinidade, com o limite de participantes imposto pelas pesquisadoras. No primeiro, de oito participantes, dois eram homens e seis mulheres. No segundo, também com oito integrantes, três eram mulheres e cinco homens. O terceiro foi composto por seis integrantes, todas do gênero feminino, que são a maioria na turma.

Os encontros foram realizados no período da tarde, no estúdio de tevê no Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS) da UFF.

O local foi escolhido por se tratar de um espaço suficientemente amplo, tranquilo e acolhedor. Também facilitou a gravação dos debates em vídeo para posterior análise. A formação em semicírculo permitiu a interação e o bom contato visual entre os participantes e a moderadora, assim como um bom campo de visão para o observador e documentador. Apenas a mediadora permaneceu no semicírculo. Observador e documentador ficavam no mesmo ambiente, porém um pouco distantes. Durante o registro do grupo focal, asseguramos o anonimato dos jovens (os estudantes eram identificados apenas por um número afixado no peito, de forma a ficar visível aos observadores e à câmera de filmagem). É natural que, por fazerem parte de uma mesma turma de faculdade, algumas vezes eles fizessem referência uns aos outros pelo nome, mas essas informações não foram utilizadas. Todos os participantes assinaram um termo de consentimento do uso das imagens apenas para fins de pesquisa, que não incluía exposição do conteúdo nem mesmo para uso acadêmico, em seminários ou congressos por exemplo.

As sessões duraram pouco mais de uma hora, em média, e todas aconteceram entre setembro e outubro de 2017. Ao final de cada sessão foi servido um pequeno lanche, do lado de fora da sala utilizada para o grupo focal, em que alunos e pesquisadores viveram um momento de confraternização. O fato de os jovens já se conhecerem foi uma vantagem e garantiu um ambiente descontraído, extremamente propício para a interação entre os participantes e o bom resultado do método de pesquisa. De acordo com Carlini-Cotrim (1996, p. 3), as pessoas em geral precisam ouvir as opiniões dos outros antes de formar as suas próprias, e frequentemente mudam de posição ou fundamentam melhor suas posições iniciais uma vez expostas a discussões de grupo. É justamente esse processo que o grupo focal tenta captar. Ao cabo das três sessões entendemos que não seria preciso marcar novos encontros, pois as opiniões e os posicionamentos dos jovens já haviam sido expostos e reforçados o suficiente por integrantes dos diferentes grupos.

Nos grupos focais, utilizamos um roteiro previamente estabelecido, com a apresentação de questões mais abertas e impessoais sobre o consumo de mídia e notícias nas redes pela juventude em geral, de modo que os participantes pudessem falar de si indiretamente. Aos poucos, apresentamos perguntas mais específicas sobre hábitos e práticas pessoais.

Cada encontro deu origem a dois documentos: as anotações do documentador (revistas e complementadas pelo mediador) e um arquivo audiovisual com a íntegra da sessão. Um observador atuou também como câmera dos encontros. Os documentos ficaram disponíveis em um diretório do Google Drive para todos os integrantes

do grupo de pesquisa. Como em cada sessão estavam presentes três pesquisadores, nem todos foram a todos os grupos. Dessa forma, foi feita uma triangulação interna, com mais de um pesquisador analisando as fitas e os relatos de cada sessão para a discussão posterior de toda a equipe.

Ao final de uma primeira leitura (individual) dos documentos relativos às três sessões, foram escolhidos coletivamente, num encontro presencial, quatro motes para desenvolvimento de artigos, de acordo com os temas centrais de argumentação dos participantes – que é uma das possibilidades de desenvolvimento sugeridas por Godim (2018). Esses temas foram 1) juventude e midiatização; 2) credibilidade da mídia para a juventude; 3) juventude e bolhas informativas; e 4) interações da juventude com as notícias. Entendemos que outros recortes seriam possíveis. Ainda assim, consideramos que o conjunto das opiniões dos jovens seria muito próximo do que reunimos, caso a pesquisa fosse replicada, nas mesmas condições.

A divisão entre os pesquisadores se deu conforme as linhas de pesquisa dos integrantes da equipe, mas considerando também o nível da formação acadêmica de cada um. A escolha se deu dentro da lógica de uma pesquisa colaborativa, que pressupõe uma construção coletiva entre os parceiros envolvidos. Definimos que cada grupo teria ao menos um integrante doutor ou doutorando, em associação a um ou mais colegas mestres, mestrandos ou graduandos.

Quanto à análise dos resultados, optamos por uma abordagem que concilia descrição das falas dos jovens e esforço de interpretação a partir de observação atenta de cada dado, à luz da pesquisa bibliográfica que o grupo vem realizando desde o início de suas atividades. O fato de a maior parte dos comportamentos, hábitos e opiniões mencionados terem se repetido nos diferentes grupos contribuiu para uma compreensão mais aprofundada do conjunto de informações, graças a explicações que ora se sobrepuseram, ora se complementaram.

## **4 Análise das discussões**

Iniciamos os debates sobre interações, nos grupos focais, com uma pergunta aberta, não referida particularmente aos jovens que estavam ali presentes: “os jovens em geral costumam interagir com as notícias?”. Respostas recorrentes, como “sim”, e “sim, o tempo todo” confirmaram a suposição de que as interações são práticas cotidianas entre os jovens, no consumo de notícias, e abriram caminho para tentarmos entender de que modo essas práticas atravessam os processos de consumo midiático do grupo investigado. No primeiro grupo realizado, uma jovem enfatizou:

#1 – “Se a gente pensar de uma maneira mais macro, a gente está interessada na questão da interatividade [...] Eu acho muito maneiro quando, independentemente da notícia mesmo, eu tenho certeza que o de lá vai me ouvir.”

As interações preferidas com as notícias, citadas livremente, foram marcar<sup>7</sup>, curtir e compartilhar conteúdos. Por outro lado, jovens dos diferentes grupos relataram que evitam compartilhar e, principalmente, comentar determinadas notícias, principalmente sobre temas políticos, porque não gostam de “bater boca” na internet, nem se sentem aptos a discutir de modo aprofundado esses assuntos. Vemos exemplos disso no grupo 3:

# 6 – “Eu não compartilho questões de política porque eu acho que sempre vai vir um tio ou alguém para comentar, e se comentar contra eu não vou ter paciência de ficar discutindo no Facebook. Por isso que eu não compartilho, eu tenho preguiça de discutir aquilo ali.”

#5 – “Eu vou nos comentários só para ler. Participar da treta tem que ser um assunto que me deixa muito, muito mal.”

É importante assinalar que o contexto desses comentários é um momento de turbulências na política brasileira e disseminação de notícias falsas e discursos de ódio na internet que já provocava frequentes conflitos no ambiente das redes, principalmente desde as eleições presidenciais de 2014 (BRUGNAGO e CHAIA, 2014-2015). Os grupos focais foram realizados em setembro/outubro de 2017, menos de seis meses após a deposição da presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), num grande acordo político para dar lugar ao seu vice, Michel Temer, do partido Movimento Democrático do Brasil (MDB). A polarização política que já era percebida pelos jovens, como demonstram várias falas, cresceu muito durante a campanha presidencial de 2018, que terminou com a eleição do presidente de extrema-direita Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL).

Em fuga do ambiente pesado das discussões políticas, nesse cenário de polarização, os jovens demonstraram ampla preferência por interagir no próprio círculo de amizades, nas suas redes, em vez de participar de debates em redes abertas. Perguntados se eles interagiam no portal que publicou a notícia, por exemplo, apenas uma participante, no grupo 2, respondeu positivamente. Outras reações foram negativas:

#1 – “Lá no portal, interagindo, não vejo muito [jovem] não...”

#7 – “A exceção é se a pessoa tem uma causa, pela qual ela luta [cita uma amiga]. Aí sai qualquer notícia e ela vai comentar sobre aquilo. Ela interage muito mais.”

<sup>7</sup> Marcar alguém no Facebook é colocar o nome dessa pessoa em determinado conteúdo, de modo que ela possa visualizá-lo quando acessar a rede. Curtir é acionar um símbolo de aprovação a um conteúdo; compartilhar é disseminar um conteúdo para a rede de amigos.

Nos três grupos a percepção foi de que comentário no portal e bate-boca nas redes é “coisa de adulto”. Um dos jovens do grupo 2 completou:

#1 – “Quem comenta notícia nos portais é só adulto ou idoso.”

Uma explicação para esse comportamento de recusa à exposição pode estar na aplicação da teoria da face, de Erving Goffman, à realidade das redes, em análise proposta por Recuero (2016). A autora observa que interagir apresenta risco para a face, ou seja, uma ameaça à construção de uma imagem positiva nas redes (RECUERO, 2016, p. 59). Ela observa ainda que, nas conversações em rede, a ameaça é amplificada, em relação à presente em conversações off-line. Isso ocorre pelas próprias características dessas conversas, conceituadas como “conversações que ou são públicas ou têm o potencial de serem”, porque permanecem nos sites de redes sociais e são visíveis e replicáveis por outros atores, além de buscáveis por meio de ferramentas digitais (RECUERO, 2016, p. 56).

Nos parece que os jovens reconhecem e compreendem esses processos sutis de convivência implícitos nas redes sociais mais claramente do que atores de outras faixas etárias. Além disso, ainda estão em fase de formação, não só de personalidade, como de repertório cultural. É como se, além da *moratória vital* (MARGULIS; URRESTI, 1996), marcada pela energia corporal que distingue os jovens, e de uma *moratória social* (GROPPO, 2009), fase de suspensão de obrigações e responsabilidades da vida adulta, o grupo em questão demandasse uma *moratória cultural*, que compreendemos como uma suspensão de tempo para a formação de opinião e repertório. Eles ainda não se sentem na obrigação de conhecer profundamente os fatos que os cercam, nem de ter opinião formada sobre eles, nas arenas política, econômica e social. Estão em fase de adquirir essas informações e consomem o noticiário jornalístico e as opiniões disponíveis nas redes como um dos instrumentos de formação, além de suas próprias vivências. Um dos jovens, do grupo 2, foi explícito quanto a isso:

# 5 – “Tem vezes que eu compartilho pedindo opinião ‘gente, não sei o que pensar sobre isso, alguém tem opinião sobre isso?’”

Ficou claro que, na maior parte das situações, os jovens evitam publicizar em suas redes opiniões mais assertivas e que possam gerar conflito com amigos, conhecidos ou familiares. Apesar de não irem aos portais postar comentários, alguns concordaram que gostam de ler os comentários que outros postam. Ainda no grupo 2, os jovens disseram:

#3 – “Eu gosto de ler os comentários [risos e concordância]. Amo. [...] Dá para você rir, porque tem muita coisa louca que as pessoas comentam,

mas também o que elas estão pensando.”

#4 – “É o momento em que você vai sair da sua bolha, tipo: caramba, existe gente que realmente apoia esse tipo de gente?!”

No grupo 1, um participante disse considerar que, para um estudante de Jornalismo, saber o que acontece é mais importante do que para jovens “de outras bolhas”. “A gente tem que saber o que todo mundo sabe”, opinou. Essas bolhas tendem a isolar os atores dentro de onde apenas alguns tipos de informação circulam, criando uma percepção falsa de esfera pública na qual “todos” falam e de opinião pública em que a “maioria” concorda. Ao mesmo tempo, pesquisas têm demonstrado que a mídia social é hoje um dos principais canais informativos do grande público. Com isso, o silenciamento do contraditório pode ter efeitos no posicionamento político e nas próprias instituições democráticas. Esses elementos são particularmente importantes em contextos políticos de crise, como o do Brasil atualmente (RECUERO; ZAGO; SOARES, 2017, p. 2).

A dinâmica do grupo focal apontou algumas especificidades nas circunstâncias adequadas para usar as ações de marcar ou compartilhar. Em dois dos três grupos, jovens disseram que muitas vezes “marcam” colegas em determinadas notícias, dependendo do tema em questão, mesmo sem ter lido o conteúdo indicado, caso acredite que aquele tema interesse a algum integrante da sua rede. No entanto, a opinião não foi unânime. Alguns demonstraram achar errado distribuir uma notícia sem ter conhecimento de seu teor.

Ficou clara a diferença de redes sociais como Twitter e Instagram e Facebook para os jovens. As duas primeiras são consideradas mais privadas, enquanto a última envolve muita gente: conhecidos, desconhecidos, pessoas de quem gostam ou não tanto e, principalmente, família. Uma jovem do primeiro dia de encontros falou, e parte dos demais concordou, que no Facebook tem mais o hábito de marcar colegas nas notícias do que de compartilhar conteúdos, mas que no Twitter faz o contrário.

#6 – “Eu marco muito mais gente do que compartilho, no Facebook. No Instagram e no Twitter a gente tem um grupo, e no Twitter e no Instagram tem essa possibilidade, eu marco e chega a notícia direto para a pessoa.”

#7 – “No Twitter eu sigo pessoas que me interessam, e pessoas me seguem que têm interesse no que eu falo.”

#6 – “Dou RT<sup>8</sup> em tudo que acho interessante.”

O comentário é o tipo de interação menos utilizado, quando o assunto em questão é uma notícia. Uma participante do primeiro

<sup>8</sup> RT é a abreviação de *retweet*, o instrumento de retransmissão de uma mensagem para os integrantes da rede de alguém no Twitter.

grupo explicou que os jovens reúnem muitos grupos sociais diferentes no Facebook: família, amigos de diferentes áreas (faculdade, escola, cursos), professores. Por esse motivo, costumam ser mais cuidadosos com o que compartilham, “para não se expor”, nas palavras da jovem. Preocupada em não se prejudicar por opiniões ou atitudes divulgadas em suas redes, uma jovem do mesmo grupo disse que não preencheu seus endereços nas redes sociais na ficha do trabalho. Pelo mesmo motivo, outro integrante disse que no Twitter é bastante restritivo em relação aos seus seguidores.

#7 – “O meu Twitter é o oposto do meu Facebook. [...] eu compartilho tudo da minha vida lá, porque é trancado. Eu não aceito ninguém que pode pegar um *print* e me fazer ser demitida.”

A análise de Maria Elisa Máximo, em relação à construção de autoimagem em blogs, pode se aplicar, a nosso ver, à exposição nos sites de redes sociais. A autora observa nesses espaços um “cotidiano encenado” e não “da vida como ela é” (MÁXIMO, 2007 apud OIKAWA, 2016, p. 95). Nesse palco, qualquer passo em falso pode interferir na construção do capital social – conceito que Recuero (2009) transpõe para o ambiente das redes digitais como um conjunto de valores que envolvem visibilidade, popularidade e autoridade. O jovem identifica riscos (de se expor excessivamente, se desgastar em uma discussão ou até perder o emprego) e procura se afastar deles.

Já o WhatsApp, muito usado pelos jovens para a comunicação interpessoal, é pouco utilizado entre os integrantes dos grupos para a leitura e o compartilhamento de notícias. Nesta rede, as notícias chegam mais frequentemente via grupos de família. No entanto, as chances de leitura são consideradas maiores se o envio é individualizado, especialmente se vem com link para acesso à notícia original. As falas a seguir foram registradas no grupo 2:

#4 – “Whatsapp, não [é utilizado para o consumo de notícias]. É mais privado.”

#2 – “Você vai dar atenção dependendo de quem está mandando, se é um grupo, se é individual.”

#4 – “Eu vou ler mais quando é mandado individual. Aí comento com aquela pessoa. Dentro de grupo nem leio.”

Segundo jovens do grupo 3, a atenção aos poucos links que recebem depende do assunto manchete. Um jovem do grupo 2 contou que um colega tentou criar um grupo no WhatsApp para distribuição e debate das notícias importantes do dia, na turma, mas que não houve adesão e a iniciativa terminou posta de lado.

Essas contribuições dos interagentes compõem o que Marcos Palácios (2003) chama de potencialização da notícia: os leitores podem comentar uns com os outros os assuntos, e suas opiniões ficam disponíveis em um espaço público mediado, podendo suscitar conversações ou consultas. Ficou claro, no grupo pesquisado, que as consultas são úteis no processo de formação de opinião dos jovens. Já as conversações, para os jovens, são um recurso para ocasiões especiais.

O uso constante e preferencial do Twitter para acesso de notícias – e consequente interação – no dia a dia foi um dos pontos de relevância na pesquisa. O site é considerado por Zago (2016, p. 213), como “um híbrido entre uma ferramenta de informação e uma ferramenta de interação social”. Quando perguntados sobre que horas os jovens acessam notícias, a preferência foi citada e confirmada por acenos de cabeça e comentários gerais nos três grupos pesquisados, com comentários como esses do grupo 1:

# 6 – “Eu fico o dia inteiro no Twitter.”

# 1 – “E tem essa questão de compartilhamento: por mais que a gente não esteja vendo jornal, vai compartilhar tanto, tanto, que vai chegar na gente em algum momento.”

A busca pela notícia e interação no Twitter trouxe à tona um outro tipo de interação, que revela um desejo de desintermediação da notícia: o pertencimento às redes dos jornalistas. Os jovens disseram que, em contato com quem está imerso no mundo das notícias, têm a oportunidade de conhecer opiniões qualificadas, que os ajudam a formar a própria opinião sobre os mais diversos assuntos. Para simplesmente acessar notícias, preferem seguir veículos, mas para conhecer bastidores e pontos de vista que interessam selecionam para seguir uma rede de jornalistas que admiram.

O movimento encontra reciprocidade na outra ponta. De fato, a interação de jornalistas com seu público através de redes sociais, no papel de fornecedor de informações, já começa a ser considerada um valor profissional, dada à nova arquitetura comunicacional midiaticizada. Documento publicado em 2012, pelo Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School, que analisa o novo cenário do jornalismo e propõe diretrizes para instituições e profissionais, explicita que

Embora todo jornalista já deva estar acompanhando o desdobramento de fatos e tomando parte em discussões públicas em redes sociais ou seções de comentários, sua capacidade de agregar valor para usuários com essas técnicas será, cada vez mais, parte de seu valor como profissional. [...]

Antigamente, ter uma persona pública era prerrogativa de colunistas festejados. Hoje, é parte do trabalho de todo jornalista. (ANDERSON et al., 2013, p. 48).

O estudo cita ainda o vazamento de um documento The AOL Way, uma diretriz estratégica do portal, cuja tese explícita era a de que jornalistas com redes maiores, ou maior número de seguidores, valiam mais (Ibid., p. 48).

## Considerações finais

Neste trabalho, procuramos investigar práticas relativas à interação cotidiana do público jovem com o noticiário jornalístico, nas redes sociais, a partir de dados coletados em grupos focais com jovens estudantes de Jornalismo da UFF. Além de mapear as interações mais utilizadas, buscamos entender como elas se dão, nas diferentes plataformas, e como interferem na experiência de consumo de notícias, no cotidiano juvenil altamente midiaticado de hoje.

Ficou claro que, tal como preconizado na teoria da midiaticação (HEPP, 2014), especialmente para os jovens, as tecnologias de comunicação ambientam o cotidiano e as relações sociais, e mediam as interações simbólicas, inclusive com as notícias. Em busca de uma compreensão mais abrangente quanto à transformação sociocultural embutida nesse processo, sistematizamos algumas conclusões, que funcionam também como questões a serem aprofundadas em etapas posteriores da pesquisa em curso.

O conteúdo jornalístico quase sempre chega e é consumido via smartphone, por meio de diferentes redes e aplicativos, que são também os canais de expressão de formas de interação distintas, tais como mandar um texto para um amigo via WhatsApp, selecionar um meme que expresse algum sentimento ou impressão em relação a uma situação noticiada ou deixar um comentário num site de notícias (algo muito pouco comum entre os jovens) ou numa rede social (prática um pouco mais utilizada).

É perceptível que a tecnologia interfere em cada etapa do processo, seja por meio da exibição de conteúdos que combinam com o perfil de cada usuário, por intermédio da ação de algoritmos (é assim tanto no Facebook, como no mecanismo de busca do Google), seja oferecendo opções predeterminadas de reações em relações aos conteúdos, inclusive noticiosos. Na teoria, a reação a um conteúdo pode ser mais ativa, com tantas opções disponíveis; na prática, percebemos que, para o jovem, é difícil – e nem sempre desejável – romper com a passividade. Se por um lado os participantes dos grupos focais reconheceram a necessidade de “conhecer outras bolhas”, por

outro, ao evitarem temas polêmicos, demonstraram receio quanto ao que isso possa resultar.

Interagir tornou-se um ato natural e cotidiano para a geração que já cresceu em contato com as redes na web. Percebemos que, em determinadas situações, eles interagem sem se dar conta de que o que fazem é interagir. Num dos grupos focais realizados, quando a mediadora perguntou se os participantes costumavam interagir com as notícias, nas redes, um deles disse: “como assim?” Só quando foram mencionados exemplos como curtir, mandar o conteúdo para outra pessoa ou comentar, este e outros integrantes acenaram com a cabeça, num gesto de compreensão quanto ao que se queria saber.

Se por um lado interagir é corriqueiro, por outro nos surpreendemos com o quanto essas interações podem ser tímidas, em relação a questões políticas da atualidade. Observamos que as interações reativas a um estímulo (PRIMO, 2000), como curtir uma notícia, são mais utilizadas do que aquelas caracterizadas por uma participação mais complexa, envolvendo processos de negociação<sup>9</sup>, como debater uma notícia. Como relatado, alguns jovens admitiram que, quando acham que um tema pode suscitar discussão, deixam até de compartilhar conteúdos para evitar embates nas áreas de comentários. Têm particular desinteresse em discutir com desconhecidos, representados na fala dos jovens ouvidos pela figura do “tio de alguém”. Embora somente um estudo comparativo nos desse a certeza de que esse tipo de comportamento está relacionado a um fator geracional, a pesquisa realizada nos permite afirmar que esta e outras práticas mencionadas são recorrentes no grupo em questão.

Os resultados da pesquisa, em cruzamento, com outros dados disponíveis, remetem a um quadro complexo. Como indica a última Pesquisa Brasileira de Mídia (SECRETARIA..., 2016), os jovens não leem jornais impressos, mas usam a internet e as redes sociais com grande frequência para o consumo de notícias. Nossa pesquisa confirma que eles interagem o tempo todo com o conteúdo noticioso que acessam, mas na maior parte das vezes não utilizam todo o potencial dos processos interativos que têm ao seu dispor. Os jovens valorizam a tecnologia e suas redes de relacionamento, na web, mas desconfiam das relações que estabelecem ali: temem que suas opiniões sejam usadas contra eles, seja no ambiente online (onde se esforçam pela construção de imagem positiva) ou off-line (citaram, por exemplo, o ambiente de trabalho).

Para além do estudo específico que realizamos, sustentamos que, num contexto em que a liberdade de expressão é potencializada pelas mídias digitais, a juventude nos parece demandar o que estamos chamando de uma moratória cultural – um tempo demandado para conseguirem constituir e solidificar seus conhecimentos e suas

9 Essas interações são nomeadas mútuas (PRIMO, 2000) ou processuais (PRIMO, 2016).

opiniões sobre um mundo que se transforma num ritmo frenético. Essa construção de opinião se dá, em grande medida, por meio das próprias redes sociais, tanto no consumo de notícias e opiniões, como das práticas interativas envolvidas nesse processo. Como já exposto, este trabalho com grupos focais faz parte de uma pesquisa maior, com várias etapas, sobre jovens e mídia. Esperamos, com a divulgação destes e de outros resultados, contribuir para os debates propostos por outros pesquisadores do mesmo campo e de áreas correlatas.

## Referências bibliográficas

ANDERSON, C.W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente. *In: Revista de Jornalismo ESPM*, São Paulo, Ano 2, n. 5, p. 30-89, abr./mai./jun., 2013.

BRUGNAGO, Fabrício; CHAIA, Vera. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. *In: Aurora: revista de arte, mídia e política*. São Paulo, v. 7, n. 21, p. 99-129, out.2014-jan., 2015.

CAMPANELLA, Bruno. Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios. *In: Matrizes*, v. 9, n. 2, p. 167-173, 2015.

CARLINI-COTRIM, Beatriz. Potencialidades da técnica qualitativa grupo focal em investigações sobre abuso de substâncias. *In: Revista de Saúde Pública* [online], v. 30, p. 285-293, 1996.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FELIX, Carla Baiense; MENDES, Larissa; FONTES, Helen. Juventude e consumo de notícias: comportamento geracional e hábitos culturais. *In: Novos Olhares*, v. 7, n. 1, p. 22-32, 2018.

FELIX, Carla Baiense et al. O futuro do jornalismo: como os estudantes da UFF consomem notícias. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 39., 2016, Rio de Janeiro, RJ. **Anais** [...] São Paulo: Intercom, 2016.

FELIX, Carla Baiense et al. Juventude, produção e consumo de notícias: novas dinâmicas, usos e apropriações. *In: Intercom*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

FÍGARO, Roseli. Estudos de recepção para a crítica da comunicação. **Revista Educação e Comunicação**, São Paulo, n. 17, p. 37-42, jan.-abr., 2000.

GOMES, Pedro Gilberto. Miatização: um conceito, múltiplas vozes. *In: Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, v. 23, n. 2, 2016.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. *In: Paidéia*, Ribeirão Preto, v. 12, n. 24, p. 149-161, 2003.

GROPPO, Luís Antonio. O funcionalismo e a tese da moratória social na análise das rebeldias juvenis. *In: Estudos de Sociologia*, Araraquara, v. 14, n. 26, p. 37-50, 2009.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos miatizados: pesquisa da miatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HEPP, Andreas; HASEBRINK, Uwe. Interação Humana e Configurações Comunicativas: transformações culturais e sociedades miatizadas. *In: Parágrafo*, v. 2, n. 3, jul./dez., 2015.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Huntingdon: Bloomsbury Publishing, 2015.

JACKS, Nilda Aparecida; TOALDO, Mariângela Machado. Juventude? De que juventudes estamos falando? *In: Seminário Internacional Brasil e Portugal: Jovens, Subjetividades e Novos Horizontes 2013*, Rio de Janeiro, RJ. **Anais [...]** Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. *In: Margulis, Mario (Org.). La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos, 1996.

MOREIRA, Herivelto. Critérios e estratégias para garantir o rigor na pesquisa qualitativa. *In: Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, v. 11, n. 1, 2018.

NETO, Antônio Fausto. Miatização, prática social-prática de sentido. *In: Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido*, v. 1, p. 15, 2006.

OIKAWA, Erika. Dinâmicas Relacionais Contemporâneas:

visibilidade, performance e interações nas redes sociais na internet. *In: Primo, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 91-109.*

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. *In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.*

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2012.

POELL, Thomas; VAN DIJK, José. Social media and journalistic independence. *In: Media Independence: Working with Freedom or Working for Free? London: Routledge, 2014, p.182-201.*

PRIMO, Alex. Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. *In: **Revista Famecos**. v. 7., n. 12, p. 81-92, jun., 2000.*

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. *In: Alex Primo. (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2016, p. 13-32.*

PROFESSOR José van Dijck on today's 'platform society'. Realização de Diggitt Magazine. [s.i]: Diggitt Magazine, 2019. YouTube (15 min.), son., P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g2rVuDQeAeg>. Acesso em: 5 jul. 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça à Face e à Conversação em Redes Sociais na Internet. *In: Primo, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 51-69.*

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela da Silva; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). **Anais [...]** São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016.

VAN DIJCK, José. Facebook as a tool for producing sociality and connectivity. **Television & New Media**, v. 13, n. 2, p. 160-176, 2012.

Gabriela. Da Circulação à Recirculação Jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. *In*: Primo, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 211-231.

### **Grupos focais**

Grupo 1. [set. 2017]. Mediadora: Carla Baiense Felix. Niterói, Rio de Janeiro, 2017. 1

Grupo 2. [out. 2017]. Mediadora: Larissa de Moraes Ribeiro Mendes. Niterói, Rio de Janeiro, 2017. 1

Grupo 3. [out. 2017]. Mediadora: Helen Pinto de Britto Fontes. Niterói, Rio de Janeiro, 2018. 1