

JOVEM E CONSUMO MIDIÁTICO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA

Lucas Mello¹, Nilda Jacks²

1 Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, UFRGS.

2 Professora do PPGCOM/Fabico, UFRGS.



XXV SIC
Salão Iniciação Científica

CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

INTRODUÇÃO

A **Rede Brasil Conectado** é formada por pesquisadores de **Universidades Federais e Privadas de todos os Estados do País** com o objetivo de desenvolver pesquisas nacionais e comparativas.

Atualmente, a rede desenvolve a pesquisa **“Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”**, a fim de conhecer as realidades regionais brasileiras no que diz respeito aos usos e apropriações dos recursos multimidiáticos em processo de convergência, por parte dos jovens nas diferentes regiões do país.

A rede é coordenada pela professora **Nilda Jacks**, com a vice coordenação de **Mariângela Toaldo**, ambas da UFRGS.



OBJETIVOS

A pesquisa objetiva entender as **práticas dos jovens brasileiros na internet**. A intenção é descobrir se diferenças condicionadas por **acessos diferenciados**, em **contextos distintos**, podem definir práticas diferenciadas no uso das plataformas midiáticas pelos jovens.

Trata-se de um **estudo comparativo** entre todos os estados do país, envolvendo todas as capitais brasileiras e algumas cidades pequenas e médias do interior dos estados, a fim de compor um **panorama nacional** a respeito do tema.

METODOLOGIA

- Análise quantitativa e comparativa dos dados secundários de cada estado e suas respectivas capitais;
- Questionários para levantamento quantitativo do consumo cultural e práticas nos espaços virtuais;
- Entrevistas individuais e em profundidade sobre as práticas culturais e virtuais a partir dos dados gerais levantados na etapa quantitativa;
- Observação etnográfica para registrar os modos de atuação junto às tecnologias digitais (internet e celular) em espaço e tempo “reais” e observação netnográfica para registrar a circulação de conteúdos e construção de fluxos de apropriação e consumo cultural em tempo/espaço virtuais.

RESULTADOS PARCIAIS

O que se pode perceber, em âmbito nacional, é que:

- A maior parte dos entrevistados raramente lê revista. Os poucos que leem preferem a versão impressa;
- TV e internet foram os meios que mais possibilitaram atividades convergentes, provavelmente por serem os mais utilizados pelos jovens pesquisados;
- O acesso à internet é feito, em primeiro lugar, em casa. Logo depois vem a faculdade e, em terceiro lugar, o trabalho.
- A maioria dos entrevistados citou o período da noite como momento reservado para o lazer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Fase de conclusão do Estudo Piloto;
- Preparação para análise dos dados no Nvivo;
- Discussão para as próximas etapas do projeto.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. S. Paulo: Paulus, 2006.
- CANCLINI, Néstor García. **Libros, pantallas y audiencias: ¿qué está cambiando?** Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación. N. 30, vol. XV.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. **Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais**. Animus (Santa Maria), Santa Maria - RS, v. II, n. 1, p. 69-79, 2003.
- HERRÁN, Claudia. **Un salto no dado: de las mediaciones al sentido**. IN OROZCO, Guillermo. Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva (coordinador). Cuadernos de comunicación y practicas sociales nº6. México. PROICOM, UIA, 1994.
- JACKS, N.A.; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía**. México, Gustavo Gilli, 1987.
- SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.



MODALIDADE
DE BOLSA

PIBIC