

# JOVEM E CONSUMO MIDIÁTICO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA

Christiana Cirne Lima<sup>1</sup>, Nilda Jacks<sup>2</sup>

1 – Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, UFRGS

2 – Professora do PPGCOM/FABICO, UFRGS

## INTRODUÇÃO

A Rede Brasil Conectado é formada por pesquisadores de Universidades Federais e Privadas de todos os estados do país, incluindo o Distrito Federal.

Com coordenação de Nilda Jacks e vice-coordenação de Mariângela Toaldo, ambas professoras da UFRGS, a Rede está desenvolvendo uma pesquisa intitulada “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência”.

A finalidade é explorar as realidades regionais brasileiras no que diz respeito aos usos e apropriações dos recursos multimidiáticos em processo de convergência, por parte dos jovens com idade entre 18 e 24 anos, nas diferentes regiões do país.

## PROCESSOS METODOLÓGICOS

Em 2013, foi realizado um estudo piloto com o intuito de observar a relação dos jovens com as plataformas digitais, os fluxos de conteúdo, as práticas simultâneas de uso e a interação social.

O estudo consistiu em um questionário contendo perguntas abertas e fechadas, aplicado pessoalmente pelos colaboradores da Rede, a 10 jovens do seu estado.

## RESULTADOS PARCIAIS

Os resultados parciais, aqui apresentados, referem-se aos jovens da região Sul (PR, RS e SC) no que tange aos dispositivos de acesso à internet e ao uso das redes sociais.

Entre as questões observadas estão:

- Enquanto os jovens gaúchos, em sua maioria, possuem mais de um **computador** para uso individual, em SC grande parte dos jovens não possui celular do tipo **Smartphone**.
- O tempo de **permanência online** é maior no estado do RS.
- A **idade** média em que os jovens da região Sul iniciaram o uso das redes sociais é de 13 anos.
- A rede social mais utilizada entre os três estados é o **Facebook**.
- Enquanto no RS e PR o principal **motivo** para acesso às redes sociais é o lazer, em SC é contatos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANCLINI, Néstor García. El consumo cultural en México. México: Grijalbo, 1993.
- JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENSEN, Klaus. La semiótica social de la comunicación de masas. Barcelona: Bosch, 1997.
- TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. 2013, Salvador. XXII Encontro da Compós. Salvador/BA, 2013.