

SALÃO DE  
INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
**XXIX SIC**  
**UFRGS**  
PROPESQ



múltipla   
**UNIVERSIDADE**  
inovadora  inspiradora

<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2017
<b>Local</b>	Campus do Vale
<b>Título</b>	Jovem e telenovela: cultura participativa nas páginas e memes do Facebook
<b>Autor</b>	GIOVANA DOS PASSOS COLLING
<b>Orientador</b>	NILDA APARECIDA JACKS

## **Jovem e telenovela: cultura participativa nas páginas e *memes* do Facebook**

Giovana dos Passos COLLING<sup>1</sup>

Nilda Aparecida JACKS<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

Essa pesquisa é desenvolvida no Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática (UFRGS) e orientada pela Prof<sup>a</sup>. Dra. Nilda Aparecida Jacks, vinculando-se aos projetos: Jovem e Consumo Midiático em tempos de Convergência e Jovem, Cultura participativa e telenovela. Seu objetivo é analisar como os jovens se relacionam com as telenovelas através do Facebook e observar aspectos da cultura participativa imbricados nas páginas ‘curtidas’ e nos *memes* das postagens. O objeto teórico e empírico da pesquisa é a convergência midiática com base nas narrativas e recepção transmidiáticas (LOPES, 2013) tendo como suporte a cultura participativa e dos fãs (JENKINS, 2008) e as alterações geradas no modo de produção dos conteúdos, neste caso as telenovelas (JACKS, 2015). A metodologia utilizada inclui uma análise qualitativa, com o emprego de um software CAQDAS (*Computer Assisted Qualitative Data Analysis*), o NVivo, dos perfis de jovens brasileiros, entre 18 e 24 anos, no site de rede social Facebook. As postagens e as páginas ‘curtidas’ foram analisadas por 10 dias, período em que foi possível identificar *memes* e imagens relacionadas a telenovelas, além das ‘curtidas’ em páginas temáticas. Detivemo-nos a duas principais categorias com que os jovens mais se relacionaram, Personagens e Atores, para analisar como eles se comunicam com o conteúdo das telenovelas a partir dos *memes* e nas páginas temáticas. Assim, o humor aparece como palavra-chave para indicar esse modo de ressignificação das mensagens e contribui para uma cultura participativa, que chega às instâncias da produção, modificando as narrativas.

---

<sup>1</sup> Estudante de graduação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, FABICO/UFRGS. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq no Núcleo de Pesquisa, Cultura e Recepção Midiática. Email: giovanacolling@gmail.com

<sup>2</sup> Prof<sup>a</sup>. Dra. da FABICO/UFRGS, orientadora do trabalho e demais projetos do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática. Email: njacks@terra.com.br