

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, 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.

PROCESSO METODOLÓGICO

Análise da pesquisa exploratória de dados online: os perfis do Facebook de dez jovens de cada estado foram observados durante uma semana. Nessa observação, foram coletadas informações pessoais dos indivíduos (local de estudo e trabalho, status de relacionamento e histórico de eventos cotidianos, por exemplo), suas preferências (identificadas nos favoritos e "opções curtir") e postagens do período.

A análise das postagens coletadas inclui o tipo de postagem (automática, autoral, compartilhada ou tag [post de amigos na timeline do jovem]); o dispositivo de onde foi enviada (via web ou dispositivo móvel, por exemplo); se há outras atividades ligadas à postagem (check-in, marcação de amigos e atualização de perfil, entre outros) e a qual supertema a postagem pertence.

SUPERTEMAS

Jensen (1997): importante aspecto das construções interpretativas das audiências, configurando-se como os temas mais importantes para os sujeitos ao entrar em contato com algum referente midiático. Nesta pesquisa, foram identificados 32 supertemas para categorizar o conteúdo das postagens dos jovens.

RESULTADOS PARCIAIS (130 POSTAGENS DE PORTO ALEGRE/RS)



62
compartilhamentos



105 posts
via web



música:
21 posts



mídia:
14 posts



cotidiano:
12 posts

REFERÊNCIAS

- 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.