

Sessão 4
Estudos sobre Imagem, Mídia e Tecnologia da Informação A

024

MIGRAÇÕES, INTERCULTURALIDADE E UNIVERSO ACADÊMICO: USOS SOCIAIS DA MÍDIA DIGITAL. *Fábio da Câmara, Hílana Reis de Arruda Alves (orient.)* (UNISINOS).

Minha participação como bolsista Fapergs na pesquisa, “Migrações, interculturalidade e universo acadêmico: usos sociais da mídia digital”, incentivou-me a apresentar, no XVI Salão de Iniciação Científica da UFRGS, algumas reflexões sobre minha atuação nesse processo. A amostra compõe-se de doze estudantes internacionais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, latino-americanos e africanos, que fazem uso da mídia digital. O objeto de estudo centra-se nas matrizes de mediação que articulam as escolhas desse grupo no uso da mídia digital, relacionadas às suas experiências interculturais. As fundamentações teórico-metodológicas serviram de elo para refletir sobre mediações, estudos de recepção e constituição identitária (Martín-Barbero, 1998; Hall, 2000; Souza, 2000). A metodologia qualitativa, centrada em estudos de casos, amplia os estudos de recepção sob um tema particularizado. A análise de dados obtidos por meio de entrevistas e de sites utilizados pelos estudantes possibilitará mapear as mediações culturais que nucleiam os seus usos e identificar o lugar que essa mídia ocupa em práticas acadêmicas e sócio-culturais. A vivência em outra cultura desestabiliza valores e códigos, supõe estranhamentos e negociações, mas também, reforça afetos, interesses e valores da cultura originária. Os efeitos da globalização, aliados aos avanços tecnológicos, abrem um novo campo para o estudo da comunicação intercultural e dos processos de constituição identitária entendidos, não como reprodução de práticas ancestrais, mas como possibilidades de construção de novas coletividades. Se as etnias demarcam diferenças identitárias, semelhanças e relações de poder também são observadas nos usos que esses estudantes realizam da mídia digital. (Fapergs).