



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Atenção dedicada aos Meios entre os Gaúchos
Autor	KELLEN DO CARMO XAVIER
Orientador	NILDA APARECIDA JACKS

Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Atenção dedicada aos Meios entre os Gaúchos

Autora: Kellen Xavier

Orientadora: Nilda Jacks

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

O presente trabalho aborda a pesquisa “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, interessada no uso dos meios e no consumo do que a mídia oferece pelos jovens brasileiros com idade entre 18 e 24 anos. Desenvolvida pela Rede Brasil Conectado, composta por equipes de pesquisadores dos 26 estados + o Distrito Federal, a pesquisa intenta chegar a um comparativo nacional abordando a convergência midiática e as práticas juvenis nas redes sociais.

Quatro procedimentos foram realizados ao longo da investigação: Primeiramente, foi realizado um levantamento de dados para a contextualização dos cenários econômico, histórico, demográfico, midiático e cultural dos estados e das capitais brasileiras, porque, em uma pesquisa de consumo midiático (ou de recepção), um estudo de consumo cultural pode fornecer mais elementos para a compreensão das práticas e interpretações envolvidas no fenômeno estudado (TOALDO e JACKS, 2013). Para o segundo procedimento, realizou-se a aplicação de um questionário presencial com 10 jovens e em seguida o acompanhamento dos perfis de outros 10 jovens no Facebook. O último instrumento utilizado foi um questionário *online* com 31 perguntas, que ficou disponível durante sete semanas. Dos 10.340 questionários respondidos, 9.072 foram considerados válidos, dos quais 71% foram respondidos do início ao fim. Os dados obtidos foram tratados em nível nacional, regional e estadual.

Neste trabalho, são trazidos alguns dos resultados parciais obtidos com a análise das respostas dos 829 jovens gaúchos que participaram do questionário *online*. Aos respondentes, foi perguntado: *De todos os meios abaixo listados, marque aos que você dedica atenção exclusiva, ou seja, você só presta atenção em um deles por vez (Marque até 3 opções)*. Entre os jovens gaúchos, a respostas mais recorrentes foram: a) livros (60,5%), b) jornal impresso (25%) e c) computador (23,6%). A quarta resposta mais recorrente foi de que sempre usam mais de um meio ao mesmo tempo (19,8%). Aos que afirmaram dedicar atenção exclusiva ao computador, foi questionado a que atividades se dedicam quando fazem uso exclusivo do meio. As respostas mais indicadas foram: a) atividades fora da internet, como estudo e trabalho (60,4%), b) acessar redes sociais (49,3%) e c) acessar sites (47,2%).

Por fim, em um campo de resposta aberta, foi perguntando o porquê desses jovens dedicarem atenção exclusiva a esses meios quando os utilizam. Uma primeira leitura dessas respostas foi realizada a fim de se estabelecer categorias para a análise. As categorias definidas até o momento foram: a) conteúdo (quando a dedicação exclusiva provém do interesse pelo conteúdo do meio ou quando ele, por sua densidade, torna-se o foco da atenção); b) performance do meio (quando o jovem acredita que a dedicação exclusiva é demanda pelo meio em si), c) perfil (quando a preferência ou necessidade é pessoal do usuário), d) contingência (quando a dedicação exclusiva é resultado de uma circunstância ou eventualidade), e) interlocução (quando os relacionamentos pessoais, sociais e afetivos são o que motivam a dedicação exclusiva) e f) tipo de tarefa (quando o motivo da necessidade de atenção é o tipo de tarefa que está sendo executada por causa do meio).

Com esse estudo, percebemos que jovens entre 18 e 24 anos ainda encontram motivações para dedicarem-se exclusivamente a um meio ou tarefa por vez. Seja por desejo ou por necessidade, o uso simultâneo de diferentes mídias não foi indicado como uma constante por pelo menos 1/5 dos 580 respondentes da questão analisada.