

SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXIX SIC

UFRGS
PROPESQ



múltipla 
UNIVERSIDADE
inovadora  inspiradora

Evento	Salão UFRGS 2017: SIC - XXIX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2017
Local	Campus do Vale
Título	O consumo midiático de jovens de Tavares, interior do Rio Grande do Sul
Autor	CAROLINE PEREIRA CAMARGO
Orientador	NILDA APARECIDA JACKS

O consumo midiático de jovens de Tavares, interior do Rio Grande do Sul

Caroline Pereira Camargo¹

Nilda Aparecida Jacks²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Esse trabalho tem como enfoque conhecer com profundidade o consumo midiático de jovens de 18 a 24 anos moradores de Tavares, município localizado na região nordeste do Rio Grande do Sul. Esta investigação faz parte de uma pesquisa maior, intitulada “Jovem e consumo midiático em tempos de convergência: ‘Brasil profundo’”, que está sendo realizada no Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática (NUCMÍDIA) da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação na UFRGS, sob a orientação da Professora Dra. Nilda Jacks. A principal base teórica utilizada são os conceitos de juventude (MARGULIS, URESTI, 2008) e de consumo midiático (CANCLINI, 1993; JACKS, TOALDO, 2014). A escolha de Tavares como município de estudo foi baseada em dois critérios: um pequeno número de habitantes e sua diversidade de contextos culturais. Tavares atendeu a estes dois critérios por possuir pouco mais de 5 mil habitantes e por conter, em sua formação populacional, quatro segmentos de interesse à pesquisa: o quilombola, o rural, o pesqueiro e o pequeno urbano. A metodologia utilizada incluiu explorações etnográficas que foram realizadas em duas idas a Tavares, sendo dezessete jovens entrevistados no total. Como parte dos resultados desse projeto, temos a identificação das práticas de consumo midiático desses jovens. A mídia mais utilizada pela maioria foi a televisão, sendo que novelas e telejornais foram citados como os programas mais assistidos. Todos os jovens citaram que possuem acesso à internet, utilizando, principalmente, as redes sociais digitais. No entanto, os usos efetivados variam de acordo com o perfil. Foi percebido, por exemplo, o uso da internet pelo segmento pesqueiro para facilitar o exercício da pesca, com a localização por GPS e o uso de aplicativos de meteorologia. As jovens quilombolas apresentaram práticas de uso bastante limitadas, interessando mais pelos meios de comunicação tradicionais: televisão e rádio. Os públicos rurais e urbanos utilizam as “novas tecnologias” para acessarem tutoriais no *YouTube*, realizarem compras *online* e assistirem ao *Netflix*.

¹ Graduanda de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, bolsista de Iniciação Científica da Capes. Email: carolcamargop@yahoo.com.br. Telefone (51) 982272405.

² Orientadora do projeto, Professora Doutora da UFRGS. E-mail: njacks@ufrgs.br