

CIRCULAÇÃO DE CONTEÚDOS CONSTRUÍDOS POR JOVENS USUÁRIOS DE PLATAFORMAS MULTIMIDIÁTICAS EM PALMAS - TO

Yury Coelho Miranda¹
Kyldes Batista Vicente²
Darlene Teixeira Castro²

Resumo

O estudo realizado nesta pesquisa baseou-se nos Estudos Culturais, cujos conceitos norteadores são os de mediação e recepção. Sobre isso é necessário considerar que Martín-Babero (1997) partiu da premissa de que a comunicação não se restringia apenas aos meios, trazendo, portanto, uma redefinição aos estudos na área. Os processos identitários e comunicacionais, estabelecidos a partir dos usos e apropriações multimidiáticas pelos jovens no Tocantins constituem o interesse maior desta pesquisa: as relações entre a mídia e o cotidiano, cultura e comunicação, as teias de significações socioculturais e políticas construídas no dia a dia e seus vínculos com as práticas e pensamento dos receptores que interessaram para esta pesquisa.

Palavras-chave: Mediação, Recepção, Comunicação.

Abstract

The study in this research was based on Cultural Studies, whose guiding concepts are mediation and reception. About it is necessary to consider that Martín-Babero (1997) started from the premise that communication was restricted not just to the media, bringing thus redefining the studies in the area. The identity and communication processes established from multimediatic uses and appropriations by young people in Tocantins constitute the greatest interest of this research: the relationship between the media and the daily life, culture and communication, the webs of sociocultural and political meanings built on a daily basis and its links with the practices and thinking of receivers interested for this research.

Keywords: mediation, reception, communication

Introdução

Esta pesquisa entende o processo de recepção dos produtos midiáticos uma forma de problematizar as variadas e múltiplas relações sociais e culturais que engendram os significados da mídia na vida cotidiana e, portanto, nas inter-relações que produzem a comunicação. Da mesma forma, é importante não limitar a pesquisa a uma descrição de audiência ou simplesmente constatar a passividade diante dos meios de comunicação.

Para respaldar teoricamente a realização desta pesquisa, alguns conceitos e/ou temáticas norteados foram fundamentais, como os de usos e apropriações (Certeau, Chartier, Nilda Jacks e Martín-Barbero); mediação, recepção, consumo e processos comunicacionais (Martín-Barbero,

Garcia-Canclini, Guillermo Orozco, Nilda Jacks, Ana Caroline Escosteguy, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Antonio Fausto Neto, Mauro Wilton de Sousa, Maria aparecida Baccega); cultura amazônica (João de Jesus Paes Loureiro, Agenor Sarraf, Carlos Gonçalves Fábio Castro, dentre outros); Jovens (Silvia Helena Simões Borrelli, João Freire Filho, Rose Maria de Melo Rocha, Livia Barbosa, Emily Ross, André Telles, Don Tapscott, Evelyn Eisenstein, Susana Graciela e Bruno Estefenon, por exemplo).

Baseado nos Estudos Culturais, para o desenvolvimento dessa proposta, foram utilizados como conceitos norteadores os de mediação e recepção. Sobre isso é necessário considerar que Martín-Babero (1997) partiu da premissa de que a comunicação não se restringia apenas aos meios, trazendo, portanto, uma redefinição aos estudos na área.

No entanto, é importante destacar que é o entendimento dos processos identitários e comunicacionais, estabelecidos a partir dos usos e apropriações multimidiáticas pelos jovens no Tocantins, o interesse maior desta proposta. Ou seja, são as relações entre a mídia e o cotidiano, cultura e comunicação, as teias de significações socioculturais e políticas construídas no dia a dia e seus vínculos com as práticas e pensamento dos receptores que interessaram para esta pesquisa.

Por isso, os objetivos desta pesquisa foram a análise dos usos e apropriações de recursos multimidiáticos realizados pelos jovens da capital do Estado do Tocantins; explorando quantitativa e qualitativamente, junto ao grupo de jovens selecionados, dados sobre consumo midiático em geral e o acesso e uso de internet e plataformas portáteis como, por exemplo, celulares; além de identificar a circulação de conteúdos e os fluxos construídos pelos usuários (grupo de jovens) e interagentes das plataformas multimidiáticas para elaborar mapa com o perfil dos jovens da capital do Estado do Tocantins.

Material e Métodos

Na primeira fase do projeto foram realizados aprofundamentos teóricos sobre o tema e a definição dos parâmetros para coleta dos dados secundários, a partir das definições estabelecidas com pesquisadores. Após coleta, consolidação e análise dos dados secundários, foi feita a primeira ida a campo para levantamento de dados primários na cidade selecionada. A consolidação, cruzamentos e análise dos dados primários coletados em campo, juntamente com

1 Estudante do Curso de Sistemas de Informação da Unitins, Bolsista do PIBIC-UNITINS/CNPq; e-mail: ycoelhomiranda@gmail.com

2 Professora/Pesquisadora Unitins; e-mail: kyldes.bv@unitins.br

2 Professora/Pesquisadora Unitins; e-mail: darlene.tc@unitins.br

os secundários já analisados, foi construído o mapeamento de ofertas midiáticas para os jovens da capital do estado do Tocantins.

Na segunda fase da pesquisa, diante da cartografia realizada foi selecionada uma amostra composta por jovens para realização do estudo de recepção. Segundo Sampieri, Collado e Lúcio (2006, p. 252), a amostra em um trabalho de enfoque qualitativo é “uma unidade de análise ou conjunto de pessoas, contextos, eventos ou fatos sobre o qual se coletam os dados sem que necessariamente seja representativo do universo”. Para este trabalho, foi estabelecida a categoria: Jovem, considerando a definição etária adotada pelo IBGE levando em conta os estudos que indicam a categorização das gerações, que é de 18 a 24 anos.

Para efeito de desenvolvimento investigativo, o enfoque metodológico foi qualitativo pelo fato desta pesquisa “tentar compreender o fenômeno, valorizando o processo e não somente o resultado, pois a ênfase não está em medir as variáveis envolvidas no fenômeno, mas entendê-lo” (SAMPIERI; COLLADO; LÚCIO, 2006, p. 7) como

parte da experiência social.

Resultados e Discussão

Os dados permitiram traçar um perfil dos usuários das plataformas multimidiáticas na capital. De uma forma, geral os jovens entrevistados de Palmas têm, em média, pouco mais de 20 anos de idade e estão conectados às redes sociais sempre que podem e, em sua maioria acessam pelo próprio celular, meio de acesso portátil que os permitem ficar sempre de olho no que acontece no mundo digital e fazem uso da internet principalmente para lazer e trabalho. Em média, começaram a usar as redes sociais por volta dos 13 anos de idade, por influência dos amigos e para conhecer novas pessoas, tiveram como primeira rede social: o Orkut. Sendo assim, a maioria dos entrevistados considera a internet como um importante meio de socialização, já que a mesma permite conhecer pessoas que moram longe, manter contato com os que moram perto e faz com que não haja timidez no momento da conversa. E tendo como resultados os seguintes dados:

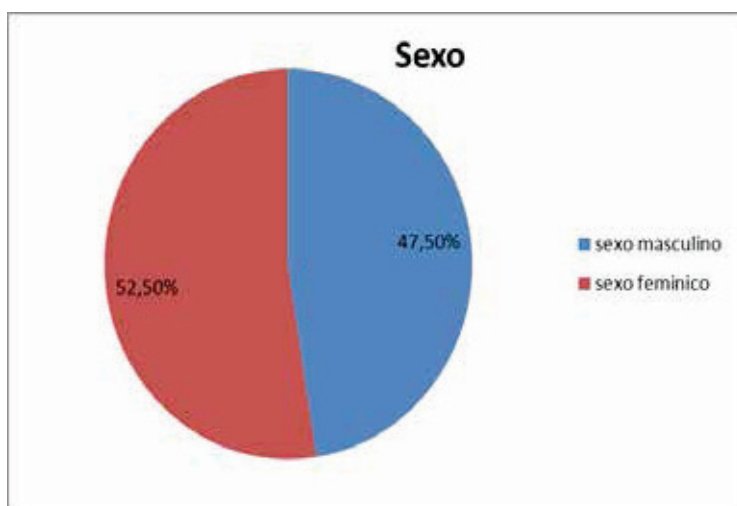


Figura 1 – Gráfico com a porcentagem do sexo dos jovens pesquisados.

A diferença entre sexo dos jovens que participaram da pesquisa é pequena, tendo uma maior quantidade de mulheres.

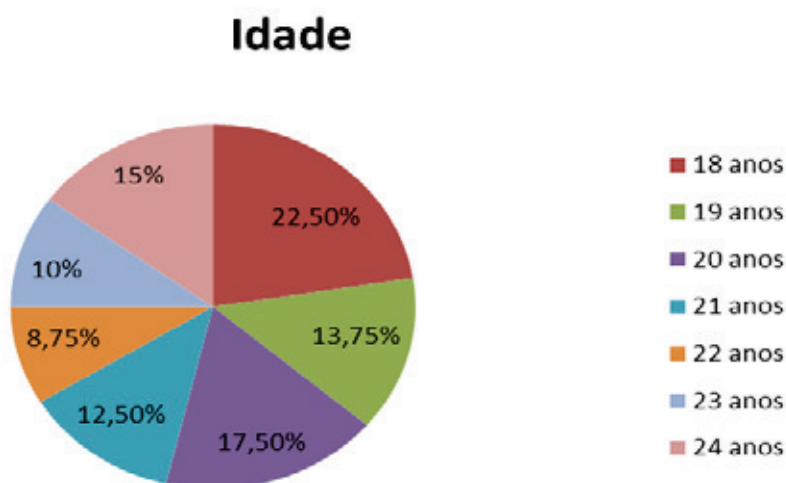


Figura 2 – Gráfico com a porcentagem das idades dos jovens pesquisados.

Em relação a idade também há uma pequena diferença na quantidade, jovens com 18 anos foram mais presentes na pesquisa.

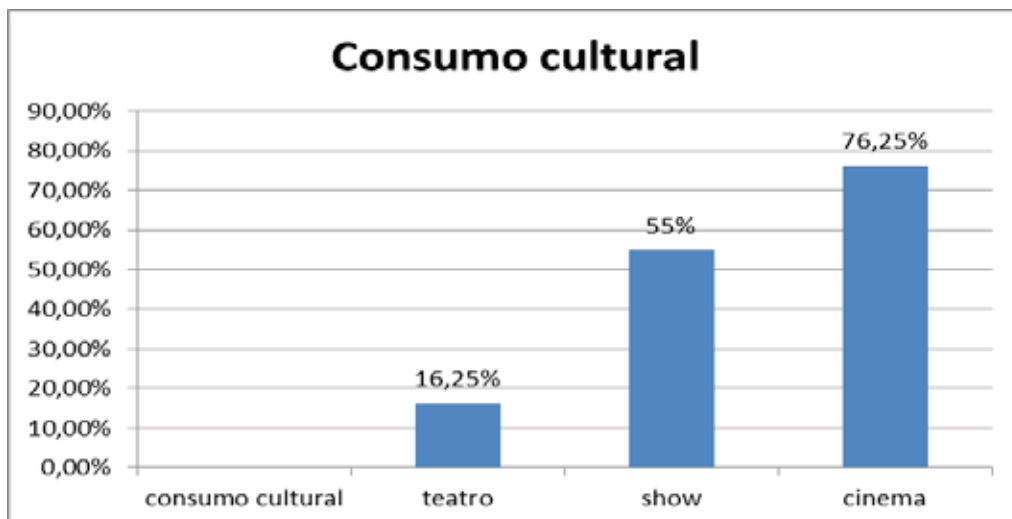


Figura 3 – Gráfico com a porcentagem do consumo dos jovens pesquisados.

Os jovens pesquisados afirmam consumir pelo menos um desses meios de cultura, sendo assim o cinema é a principal escolha dos mesmos quando se trata desse quesito.

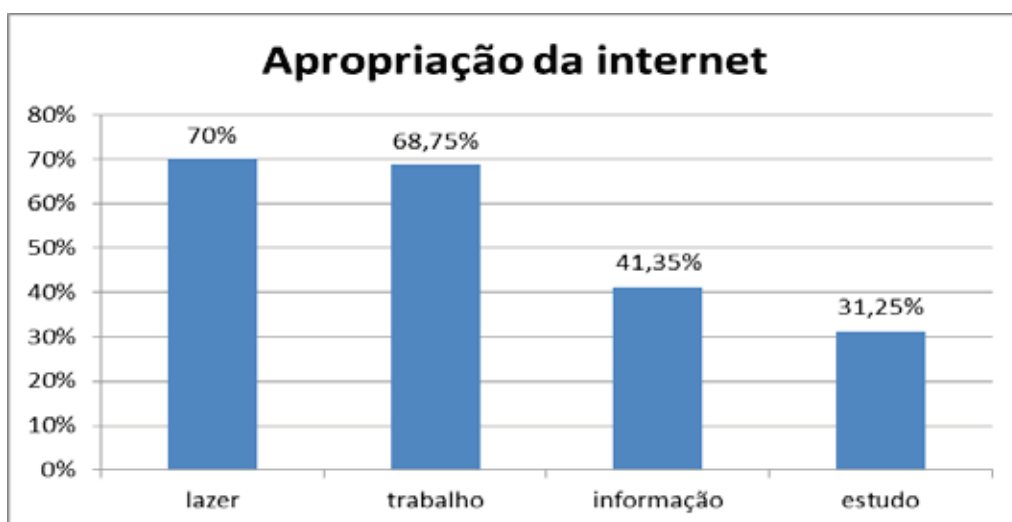


Figura 4 – Gráfico com a porcentagem da apropriação da internet pelos jovens pesquisados.

Lazer e trabalho estão entre os principais motivos pelo qual os jovens usam a internet, tendo informação e estudo também como resposta.

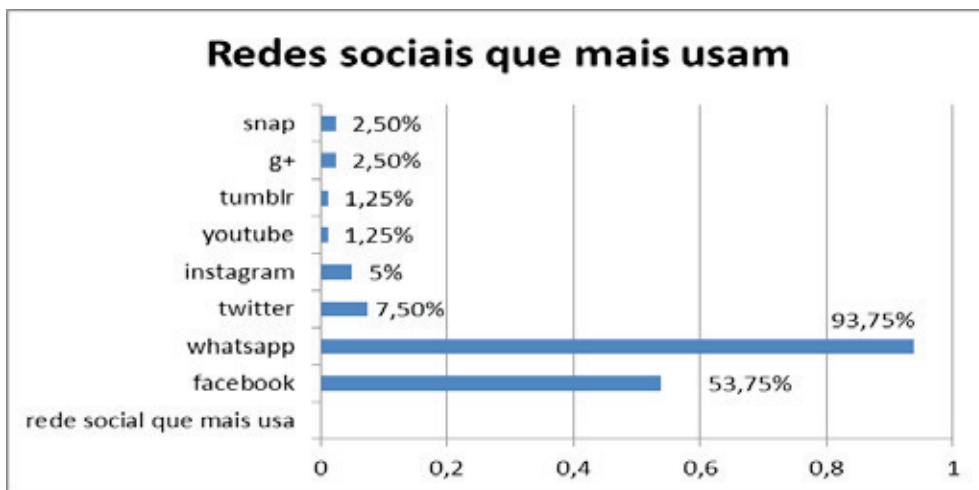


Figura 5 – Gráfico com a porcentagem das redes sociais mais utilizadas pelos jovens pesquisados.

A maioria dos jovens respondeu mais de uma rede social tendo como o resultado acima mostra o *Whatsapp* e o *Facebook* como as redes sociais mais usados por eles.

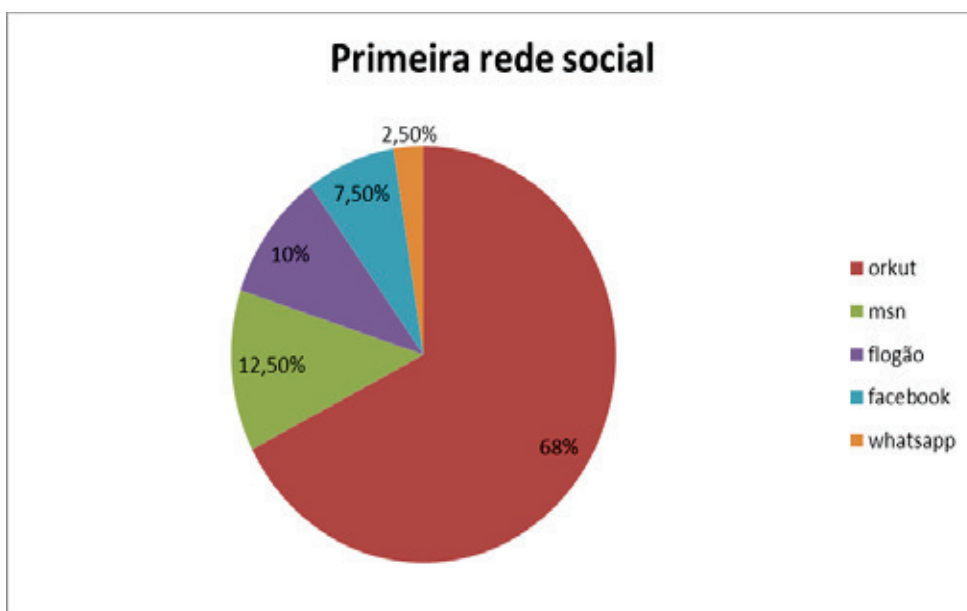


Figura 5 – Gráfico com a porcentagem da primeira rede social utilizada pelos jovens pesquisados.

Apesar de ter alguns jovens que tiveram o *Whatsapp* e *Facebook* (consideradas novas) como primeira rede social, a maioria teve primeiramente o *Orkut* (rede social desabilitada) como rede social.

Conteúdo que circula na rede

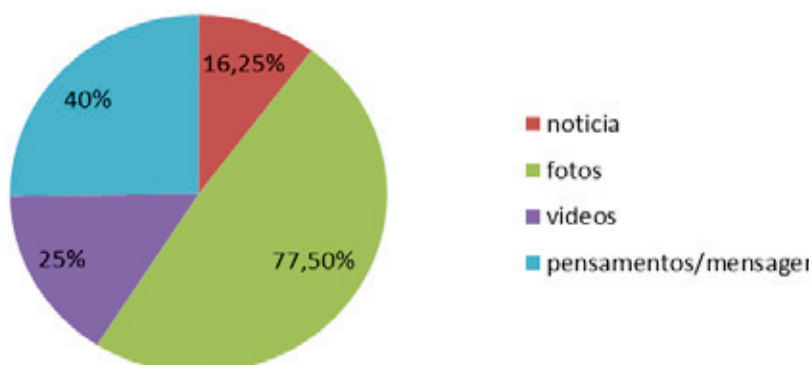


Figura 6 – Gráfico com a porcentagem do conteúdo que mais circula entre os jovens pesquisados.

Um dos enfoques da pesquisa era o conteúdo que circula nas redes sociais, como já era esperado as fotos foi a escolha da maioria, tendo em vista que estamos na era das selfies. A grande surpresa ficou por conta do segundo mais escolhido que foi pensamentos/mensagens ficando a frente de vídeos e notícias.

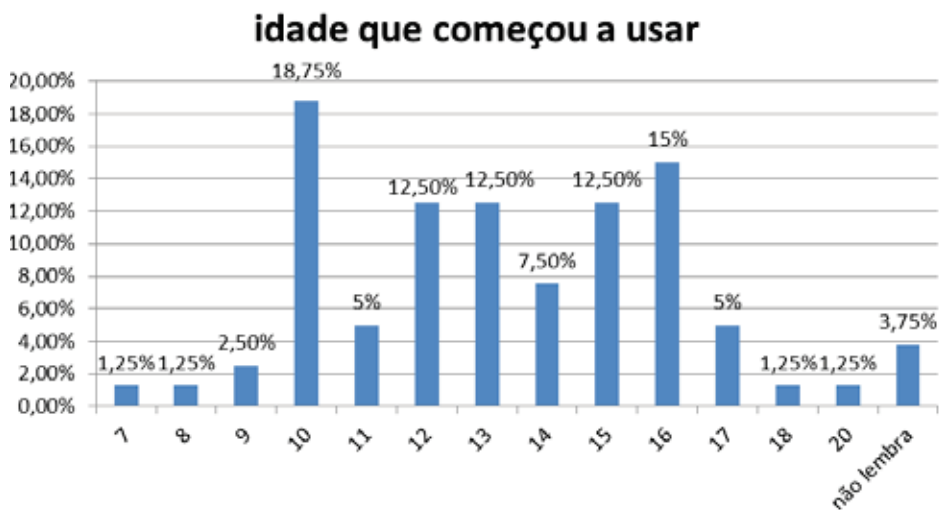


Figura 7 – Gráfico com a porcentagem da idade dos jovens pesquisados.

Existem aqueles que começaram a usar as redes sociais cedo como mostra o resultado acima, assim como aqueles que começaram tarde, há também os que não lembram. Mas a maioria começou aos 10 anos e se formos tirar a média dos pesquisados os jovens começaram aos 13 anos de idade.

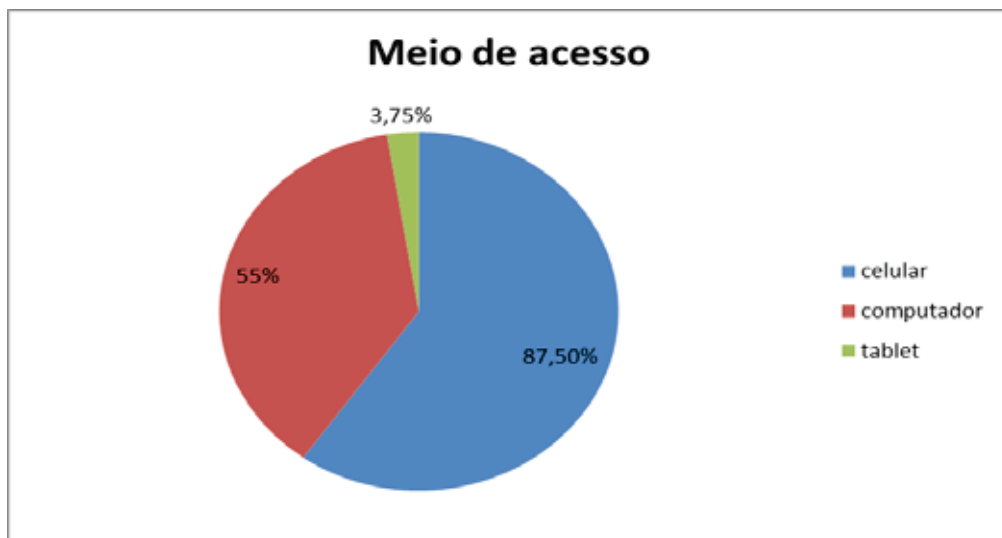


Figura 8 – Gráfico com a porcentagem do meio de acesso utilizado pelos jovens pesquisados.

Dos meios possíveis de acesso a internet foram citados os três acima pelos pesquisados. Muitos usam mais de uma meio de acesso e o celular foi o meio de acesso a internet mais citado pelos jovens por permitir acessar na rua ou onde quer que estejam desde que haja conexão.

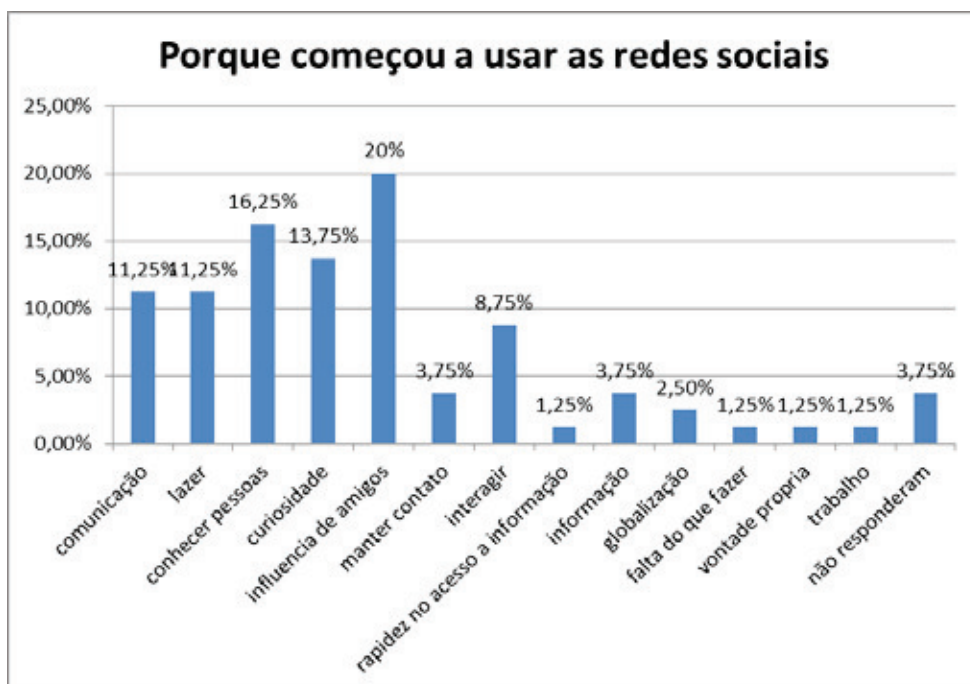


Figura 9 – Gráfico com a porcentagem do motivo que levou os jovens à se tornarem usuários de plataformas multimidiáticas da capital.

Essa foi a pergunta que mais teve diversidade de respostas ficando bem dividido, mas dentre os principais motivos que levaram a usar a internet estão a influência dos amigos e a possibilidade de conhecer novas pessoas. O que também explica o resultado a seguir.

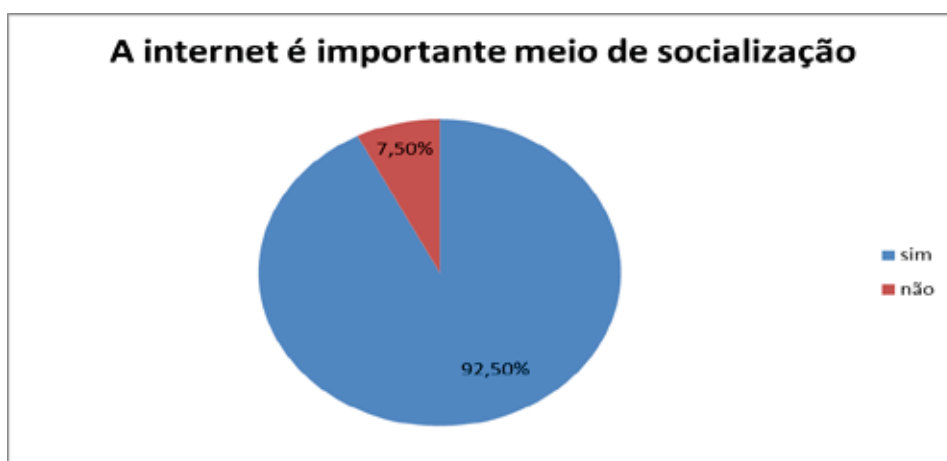


Figura 10 – Gráfico com a porcentagem do meio de socialização dos jovens pesquisados.

Sempre há aqueles que tem opinião contrária a maioria. Os que responderam que sim tem como principal argumento que a internet aproxima quem está longe, facilitando assim a interação entre pessoas que moram longe e faz também com que percam a timidez. Em contra-partida os que responderam não dizem que ao mesmo tempo que aproxima quem está longe também distancia quem está perto e que a pessoa precisa ter atitude para socializar-se e não depender de um meio de rede para isso.

Considerações Finais

Em suma, a realização da pesquisa no formato de questionário respondido pelos jovens da capital, na idade entre 18 a 24 anos, que é a idade que compreende jovens segundo definição do IBGE, foi convincente, obtivemos

resultados satisfatórios se levamos em consideração o objetivo do projeto, que era uma análise quantitativa e qualitativa dos dados sobre o consumo midiático assim como o acesso e o uso de internet em plataformas portáteis.

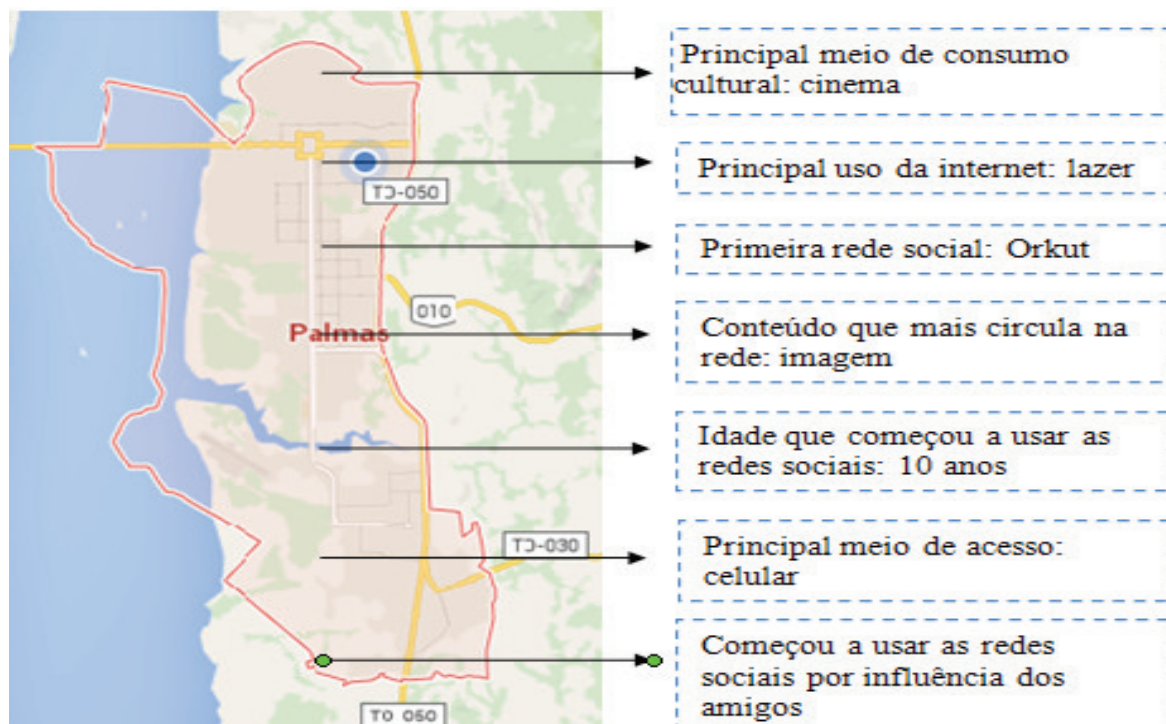


Figura 11 – Mapa com o perfil dos jovens usuários das plataformas multimidiáticas da capital do Tocantins.

Tais dados permitiram traçar um perfil dos usuários das plataformas multimidiáticas na capital. De uma forma geral os jovens entrevistados de Palmas tem a média de pouco mais de 20 anos de idade e estão conectados às redes sociais sempre que podem e, em sua maioria, acessam pelo próprio celular, meio de acesso portátil que os permitem ficar sempre de olho no que acontece no mundo digital e fazem uso da internet principalmente para lazer e trabalho.

Em média, começaram a usar as redes sociais por volta dos 13 anos de idade, por influência dos amigos e para conhecer novas pessoas, tiveram como primeira rede social o *Orkut*. Sendo assim, a maioria dos entrevistados considera a internet como importante meio de socialização, já que a mesma permite conhecer pessoas que moram longe, manter contato com os que moram perto e faz com que não haja timidez no momento da conversa.

A internet é também um importante meio de difusão de culturas por todo o mundo, mas, saindo do mundo virtual os entrevistados responderam que cinema é a forma de consumo cultural que mais utilizam. Quanto ao conteúdo que circula na rede, como já era esperado, são fotos, já que estamos na era das *selfies*, onde a maioria das situações são registradas com fotos e autorretratos e rapidamente postadas em suas redes sociais.

Todos os dados e o perfil montado acima mostram que o jovem da capital do Tocantins é um jovem “antelado” com o que acontece no mundo virtual e o uso das redes sociais já se tornou parte de sua rotina e um meio importante de interação, compartilhamento e conhecimento. Mais que um “vício”, a internet se tornou uma importante ferramenta que integra todas as pessoas sejam elas jovens ou não.

Referências

BARBOSA, Lúvia (org.). **Juventudes e gerações no Brasil**

contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2012.

BORELLI, Viviane. Estratégias de oferta e consumo de produtos midiáticos/ religiosos. **Anais do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011. COMPÓS, 2011.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-compós**. Brasília, v.1, n.1, p. 1-33, abr. 2011.

EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana Graciela Bruno. **Geração Digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para crianças e adolescentes**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2009.

ESCOSTEGUY, Ana C; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel. Trad. de Júlio Assis Simões, 1995. (Série Coleção Cidade Aberta).

GARCÍA-CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Tradução de Maurício Santana Dias. 8ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS (IBGE). **Censo Demográfico**. 2010.

JACKS, Nilda. Televisão e identidade nos estudos de recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. (org.). **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico**. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

_____. **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução: Fidelina Gonzáles.

Coleção Comunicação Contemporânea 3, São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MELLO, Bruno. Geração @: quem são e como se comportam. **Foco em Gerações**. Disponível em: <<http://www.focoemgeracoes.com.br/index.php/2011/02/25/geracao->

[quem-sao-e-como-se-comportam/](http://www.focoemgeracoes.com.br/index.php/2011/02/25/geracao-quem-sao-e-como-se-comportam/)>. Acesso em: 10 nov. 2011.

NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo (orgs.). **Juventude e sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.