

O projeto *Jovem e consumo cultural em tempos de convergência* toma como base os resultados de pesquisas anteriores (CNPq, 2004- 2007; CNPq, 2008- 2011), centradas na análise de teses e dissertações sobre recepção de meios de comunicação, as quais identificaram os seguintes aspectos acerca do contexto dos estudos de recepção: 1) os estudos de recepção trabalham muito pouco com o consumo cultural dos jovens, especialmente na internet, não apresentando até o momento nenhum estudo nacional e comparativo; 2) os estudos sobre convergência midiática ainda são quase inexistentes no que tange a explorar a dimensão da recepção/consumo do ponto de vista sociocultural. Por outro lado, dados do IBGE mostram que: 1) a posse de celular e computador tem crescido exponencialmente no país; 2) há diferenças muito grandes no acesso e uso das tecnologias em cada região do país. Calçado nestas informações, o tema da pesquisa em andamento é a convergência midiática e a consequente convergência e desdobramentos de seus fluxos de circulação e consumo cultural entre os jovens de diferentes regiões do país. O problema trata das formas que adquirem e como se processa a circulação de conteúdos midiáticos e que características e procedimentos configuram o fluxo de consumo deste segmento de usuários nesta nova esfera midiática e como estas práticas fornecem elementos para pensar os novos processos identitários.

O objetivo geral é conhecer as realidades regionais brasileiras no que diz respeito ao uso e apropriação dos recursos multi-midiáticos em processo de convergência, por parte de jovens. E os objetivos específicos são: inter-relacionar a diversidade de dados secundários (IBGE, IBOPE, MARPLAN, secretarias estaduais e municipais, etc), para mapear a situação nas diferentes regiões do país; explorar quantitativa e qualitativamente dados sobre consumo midiático em geral e o acesso e uso de internet e celular junto ao grupo selecionado; identificar a circulação de conteúdos e os fluxos construídos pelos usuários e interagentes das plataformas multi-midiáticas; explorar os sentidos emprestados a estas práticas para construção das identidades juvenis.

Os procedimentos metodológicos partem, primeiramente, da definição do grupo a ser estudado (classe C) e da formação de uma rede nacional de pesquisadores que utilizará um protocolo comum. Concluída esta etapa, será realizado na respectiva ordem: análise quantitativa e comparativa dos dados secundários; questionários para levantamento do consumo cultural e práticas nos espaços virtuais; entrevistas individuais e em profundidade sobre as práticas de consumo e virtuais a partir dos dados gerais levantados na etapa quantitativa; observação virtual para registrar a circulação de conteúdos e construção de fluxos de apropriação e consumo cultural em tempo/ espaço virtuais; grupo de discussão para identificar os elementos constitutivos das identidades juvenis em construção nos processos e práticas culturais através do consumo midiático.

A pesquisa encontra-se na fase de construção da rede de pesquisadores e da formalização de um roteiro para o levantamento e análise dos dados secundários.