



Oeste baiano e letramento midiático: relato do percurso de uma pesquisa empírica

André Bomfim dos Santos¹;
Isis Juliana Figueiredo de Barros²
Ronei Rocha Barreto de Souza³;
Gecymilla Oliveira Rocha⁴
Gislaine Queiroz da Silva⁵;
João Paulo Moreira Andrade⁶

Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB)

Resumo:

O estudo tem como objetivo relatar a experiência de aplicação da pesquisa “Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em Tempos de Convergência: Brasil Profundo” no território de identidade da Bacia do Rio Corrente, no Oeste do Estado da Bahia. A pesquisa contou com uma equipe de três professores e três estudantes de iniciação científica voluntária. A equipe aplicou os instrumentos de sondagem no período de outubro a dezembro de 2018, entre 41 jovens de 18 a 24 anos na cidade de Santa Maria da Vitória – BA. E se debruçou sobre dados contextuais da região, a partir de documentos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (BAHIA, 2018) e do Plano Territorial de Desenvolvimento Sustentável da Bacia do Rio Corrente (BAHIA, 2010). Como referencial teórico, a pesquisa articula os conceitos de consumo cultural, consumo midiático, apropriação e usos, e letramento. Os resultados demonstram o *smartphone* como principal dispositivo de acesso à internet. E o caráter polivalente dos usos das

¹ Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom/UFBA). Professor no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Salvador/BA. E-mail: andrebomfim01@gmail.com

² Doutora em Língua e Cultura (UFBA). Professora nos cursos de Publicidade e Propaganda e Artes Visuais da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Camaçari/BA. E-mail: isis.barros@ufob.edu.br

³ Mestre em Administração (UFPB). Professor no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Morro do Chapéu/BA. E-mail: ronei.souza@ufob.edu.br

⁴ Graduada em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Correntina/BA.

⁵ Graduada em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Correntina/BA.

⁶ Graduando em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Santa Maria da Vitória/BA.



plataformas digitais, incluindo o consumo de produtos de entretenimento, relacionamentos interpessoais e atividades de estudo. Ressalta-se nos resultados, a imagem de um jovem que, munido do seu *smartphone* e de uma conexão a internet, rompe o distanciamento geográfico e cultural dos grandes centros urbanos, apropriando-se das competências e letramentos permitidos pelo dispositivo e a miríade de plataformas que nele se abre.

Palavras-chave: Juventude; Consumo midiático; Letramento; Convergência