

# **A INTERNET E A PARTICIPAÇÃO DOS JOVENS NA ECONOMIA CRIATIVA**

**Alunos: Carla Costa e Pedro Guimarães de Barros**  
**Orientadora: Ana Maria Nicolaci-da-Costa**

## **Introdução**

O termo economia criativa se refere ao cenário socioeconômico atual, em que a matéria prima é o talento humano de ter ideias novas e originais e de transformar essas ideias em capital econômico e produtos vendáveis (Howkins, 2001 apud Nicolaci-da-Costa, 2010 [1]). Nesse contexto, a Internet serve como uma espécie de vitrine de talentos, onde seus usuários, principalmente os jovens, podem expor e divulgar suas produções (sejam elas textos, músicas, fotografias, vídeos etc.). De fato, é crescente o número de jovens que alcançam sucesso no mundo “real” a partir da exposição online.

## **Objetivos**

Diante de inúmeros casos de sucesso divulgados pela mídia que tiveram sua origem na Internet (como, por exemplo, a cantora Mallu Magalhães, os escritores Daniel Galera e Clarah Averbuck, e o publicitário Antônio Tabet, criador do site “Kibe Loco”), também é cada vez maior o número de jovens que utilizam a rede para expor seus trabalhos. Em face disso, o objetivo de nossa pesquisa é explorar como jovens que expõem os produtos de sua criatividade online encaram tal exposição (quais os seus objetivos, expectativas, desejos, aspirações, frustrações, dificuldades, realizações, etc.).

## **Metodologia**

Com esse objetivo em mente, estamos empregando como instrumento o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS), um método qualitativo cuja coleta de dados é feita principalmente por meio de entrevistas abertas em contextos informais [2]. No caso desta pesquisa, considerando suas especificidades, o contexto informal escolhido foi o do programa de troca instantânea de mensagens MSN Messenger [3].

Foi elaborado um roteiro de perguntas abertas que está sendo utilizado para a realização de entrevistas. Este roteiro foi testado e aprimorado por meio de entrevistas piloto. Os participantes que estão sendo recrutados para serem entrevistados são jovens em idade universitária (não necessariamente cursando uma faculdade) ou em início de carreira e que exponham algum tipo de conteúdo online.

A cada entrevista realizada, o diálogo é integralmente copiado do Messenger para um arquivo do Word e salvo individualmente, para posterior análise. Serão realizadas vinte entrevistas, ao término das quais, iniciaremos a fase de análise, que será constituída de duas etapas. Primeiro, será realizada uma rodada de análise interparticipantes, em que todas as entrevistas serão lidas e as respostas dos participantes serão agrupadas em categorias emergentes de seus próprios discursos, de modo que se possa ter uma visão panorâmica dos depoimentos. Em seguida, será realizada a análise intraparticipantes, em que o depoimento de cada participante será relido minuciosamente, a fim de encontrar possíveis conflitos ou contradições em seus discursos isolados. Caso seja necessário, voltaremos à primeira análise para maior aprofundamento, e assim por diante até que as nuances de significado explícito e implícito tenham sido devidamente exploradas.

## **Conclusões**

Uma vez que nossa pesquisa está em andamento, ainda é cedo para chegar a conclusões. No entanto, as entrevistas já realizadas parecem indicar que muitos jovens utilizam a Internet como meio de trabalho, aspirando conscientemente ao sucesso. Isso fica evidente pelo depoimento do entrevistado Rui, de 23 anos, que afirma: “sou blogueiro por profissão”. Outro testemunho interessante a esse respeito é o de Joel, 21 anos, que, ao ser perguntado sobre o motivo de ter criado um site, responde: “pra ganhar dinheiro, entrar nas festas e ter um negócio próprio, respectivamente e em ordem de prioridade”.

Outro ponto que já pode ser destacado é que, a fim de alcançarem seus objetivos, os jovens se valem, de maneira criativa, dos mais diversos recursos que a rede oferece, tanto em plataformas que hospedam e possibilitam a exposição do conteúdo (como blogs, fotologs, Youtube, MySpace, etc.) quanto em redes que facilitam a sua propagação (como Twitter, Orkut, Facebook, etc.).

Como já foi dito, essas são conclusões preliminares. Ainda é necessário que as entrevistas sejam concluídas em sua totalidade e que as análises sejam levadas a cabo para que esses e outros achados possam ser mais bem compreendidos.

### **Referências**

1 – NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. A Internet e a participação dos jovens na economia criativa. Projeto aprovado pelo CNPq, 2009.

2 – NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). *Psicol. Reflex. Crit.*, Porto Alegre, v. 20, n. 1, 2007.

3 – NICOLACI-DA-COSTA, A. M. ; ROMÃO-DIAS, Daniela ; LUCCIO, Flavia Di . O Uso de Entrevistas On-Line no Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). *Psicologia. Reflexão e Crítica*, v. 22, p. 36-43, 2009.