

A INTERNET E A PARTICIPAÇÃO DOS JOVENS NA ECONOMIA CRIATIVA

Aluna: Gabriela Chalub

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 foram recrutados para serem entrevistados são jovens em idade universitária (não necessariamente cursando uma faculdade) ou em início de carreira (as idades variaram de 19 a 33 anos) 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. Foram realizadas vinte entrevistas, ao término das quais iniciamos a fase de análise, que será constituída de duas etapas. A primeira delas já foi iniciada: uma rodada de análise interparticipantes, em que todas as entrevistas são lidas e as respostas dos participantes 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.

Resultados

Uma vez que nossa pesquisa está em andamento, ainda não temos todos os resultados das análises. No entanto, identificamos alguns pontos relevantes que nos revelaram questões interessantes acerca da divulgação feita e do conhecimento das ferramentas que a internet disponibiliza. São estas que ajudam a espalhar o conteúdo produzido de forma mais eficiente. Gui, por exemplo, tem um blog, e revela em seu depoimento:

“Ah, são muitas coisas diferentes, desde mexer no html do site para torná-lo mais rápido e mais "relevante" para o google, até o uso das palavras-chave em que você quer aparecer nas primeiras posições no título das postagens”

Grande parte dos entrevistados utiliza a Internet como meio de trabalho, seja divulgando um trabalho offline ou alguma produção online mesmo, como no caso dos blogs. Independente do motivo apontado, pudemos concluir que todos aspiram conscientemente ao sucesso, fazendo uma divulgação maciça para alcançá-lo. Isa, que expõe vídeos no YouTube, expressa bem como pode ser feita essa divulgação:

“coloco [divulgação de seus vídeos] em todas as comunidades relacionadas no orkut - e até as não mtas relacionadas! - mando pra todo mundo da lista de email e, dependendo, peço pras pessoas divulgarem, coloco nos meus perfis dos sites de relacionamento, coloco no meu status do google, msn etc, vou nos vídeos do youtube que tem a ver e respondo esse vídeo com o vídeo meu, faço comentários e peço pras pessoas assistirem....”

Outros aspectos abordados foram a satisfação com os resultados do que é exposto online e a definição de sucesso. Percebemos que a grande maioria está satisfeita com o resultado que vem obtendo, sempre buscando um maior alcance. Quanto à definição de sucesso, a resposta mais frequente foi reconhecimento, seguida por satisfação pessoal. Estas definições têm relação direta com o sentimento de satisfação com os resultados.

Como já foi dito, essas são conclusões preliminares. Ainda é necessário que as análises sejam concluídas para que esses e outros achados possam ser melhor 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.