



## PANORAMA SOBRE CONSUMO DE INFORMAÇÃO EM FORMATO AUDIOVISUAL POR ESTUDANTES DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO DA UNIJUÍ<sup>1</sup>

**Krislaine Angonese Baiotto<sup>2</sup>, Luiza Aparecida Ribeiro da Rosa<sup>3</sup>, Daniéli Antonello<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Trabalho desenvolvido na disciplina Produção Audiovisual em Jornalismo do curso de Jornalismo da UNIJUÍ

<sup>2</sup> Estudante do curso de Jornalismo;

<sup>3</sup> Estudante do curso de Jornalismo.

<sup>3</sup> Docente da disciplina.

A principal forma de comunicação no Brasil sempre foi a oralidade, ou seja, a informação falada, isso porque o país sempre apresentou elevados índices de analfabetismo e de analfabetismo funcional (Pereira, 2020). A informação escrita nem sempre chega a todos da mesma forma, seja pela dificuldade de leitura, compreensão e/ou interpretação. Frente a isso, está o formato audiovisual, a união da oralidade e da imagem em movimento, que possibilita “narrativas que gerem uma maior proximidade e identificação com os cidadãos.” (Pereira, 2020, p. 197). A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), em 2016, fez uma coleta de dados para entender quais eram os meios de comunicação mais consumidos no Brasil, o que apontou a televisão (63%) e a internet (26%) como primeiras fontes de informação (Brasil, 2016). Diante disso, e partindo de um problema de pesquisa semelhante, busca-se entender por quais plataformas os estudantes dos cursos de Comunicação da Unijuí consomem informação em formato audiovisual. Nota-se um crescimento da quantidade de portais informativos em redes sociais, que levam informação aos jovens por meio de produtos audiovisuais. A pesquisa busca, então, compreender onde esses estudantes consomem informação e qual a frequência que se informam por meio das diversas plataformas. Para isso, esta pesquisa tem abordagem quantitativa e traz como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica Gil (2002) e a pesquisa de campo, através da aplicação de questionário aos estudantes dos cursos de Comunicação da Unijuí. Como resultado da pesquisa, foram obtidas 26 respostas, sendo 14 (53,8%) dos estudantes de Publicidade e Propaganda e 12 (46,2%) de Jornalismo. Destes, cinco (19,2%) dizem se informar exclusivamente pelas redes sociais, enquanto três (11,5%) afirmaram que não. Os demais 18 respondentes (69,2%) disseram que se informam exclusivamente pelas redes sociais a depender do tipo de informação e do interesse no assunto. Questionados sobre em qual plataforma de mídia social mais consomem informações em formato audiovisual, o Instagram desponta como preferência do público, seguido do WhatsApp, Twitter, TikTok, YouTube e TV aberta. Os estudantes também foram questionados se consomem informações em formato audiovisual em portais jornalísticos. E 80,8% afirmam que sim e 19,2% disse que não. Entre os utilizados diariamente, destacam-se, por ordem de preferência, Correio do Povo, Terra, Estadão, Correio Braziliense, Agência Brasil e GZH. A partir da análise desses dados, é possível perceber que as redes sociais são as principais plataformas utilizadas pelos estudantes de Comunicação da Unijuí para consumir informação. Nota-se, também, a preferência no consumo de informações no formato audiovisual e a propensão pelas plataformas estaduais.

**Palavras-chave:** Informação. Audiovisual. Plataformas Digitais. Redes Sociais.