

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES DE COMPORTAMENTOS DE FÃS DO PRETINHO BÁSICO NA PLATAFORMA DO PROGRAMA NO YOUTUBE: MA ANÁLISE DO ESQUETE HUMORÍSTICO PB RESPONDE

Graduação: Publicidade e Propaganda
Área temática: Ciências Sociais Aplicadas
Resultados: Resultado Parcial
Forma de apresentação: Oral

Sergio Ghesla Júnior¹ - Augusto Rodrigues Parada²

RESUMO

Nos últimos quinze anos, tornou-se frequente a discussão entre profissionais de comunicação e de mídia sobre a necessidade de entender o envolvimento entre fãs e produtos. Há motivos específicos que levam o fã a idolatrar um produto? A organização pode fazer algo para criar condições mais favoráveis para um comportamento de fã, ou esta idolatria é algo que parte somente do próprio fã, sem a ação da organização? Por ser uma questão relativamente recente dentro do histórico dos universos midiáticos, ainda há muitos questionamentos passíveis de estudo. Entendendo que o fã já é uma realidade presente dentro do mercado de produtos midiáticos, Jenkins (2009), que concentra seus esforços nos processos de transmídia, convergência e cultura dos fãs, fala sobre a participação destes na construção de sentido e de conteúdo, agregando valor a partir de um trabalho gratuito, feito por afeição pessoal e coletiva a um produto de mídia. Assim, por meio da Teoria Fundamentada, este trabalho pretende identificar a incidência de expressões de fãs que são encontradas na funcionalidade de comentários da plataforma do YouTube do programa Pretinho Básico

Palavras-chave: Fã. Comportamento. Entretenimento. Mídia. Cultura.

REFERÊNCIAS

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

¹ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT/RS. junior.ghesla@hotmail.com

² Professor Orientador. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT/RS. aparada@faccat.br



PARADA, Augusto Rodrigues. *Fãs organizacionais e a memória no relacionamento com as organizações* - um estudo do canal Viva. 2015. 191 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROBERTS, Kevin. *Lovemarks: o futuro além das marcas*. São Paulo: M. Books do Brasil, 2005.