

## ESTUDO DO CONSUMO DE NOTÍCIA PELO PÚBLICO INFANTO-JUVENIL: DOS 11 AOS 14 ANOS

Ednan Gomes de Souza<sup>1</sup>; Mayra Fernanda Ferreira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Centro de Ciências Humanas e Exatas – Universidade do Sagrado Coração. E-mail: ednangomes@hotmail.com

<sup>2</sup>Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas–Universidade do Sagrado Coração. E-mail:

mayra.ferreira@usc.br

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica voluntária

Agência de fomento: Não há

Área do conhecimento: Sociais Aplicadas – Jornalismo

Esta pesquisa que tem como ponto de partida o consumo de notícias pelo público infanto-juvenil dos 11 aos 14 anos de idade, no ambiente digital. Este trabalho se dá como a continuidade de uma pesquisa de iniciação científica pela Universidade do Sagrado Coração, sobre a temática envolvendo crianças de até 10 anos. Desse modo, objetivou-se a complementar os dados com uma faixa etária que apresenta um comportamento midiático voltado ao acesso e ao uso das tecnologias da informação e da comunicação. Para tanto, o percurso metodológico consistiu numa pesquisa bibliográfica e realização pesquisa de campo por meio de dois métodos: uma pesquisa quantitativa, composta por questionário com perguntas abertas e fechadas que foram respondidas por crianças e adolescentes moradoras da cidade Bauru, na faixa etária de 11 a 14 anos, de forma individual, sobre consumo de mídias e notícias da web, acesso pelos dispositivos tecnológicos e atividade que mais gostam de fazer na internet como forma de identificar tendências e estabelecer relações. O loco da pesquisa foi realizado em uma escola pública e outra particular. E os resultados encontrados foram a criticidade desse público diante das notícias por eles consumidas e que o celular é o dispositivo de acesso preferido deles.

**Palavras-chave:** Notícias. Público infanto-juvenil. Mídia digital. Consumo.