SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA DO IFG

O JOVEM E A CULTURA: UM ESTUDO EM INHUMAS

REIS, Anna Luiza Barbosa dos.
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, Câmpus Inhumas.

SOBRENOME, Autor(a) 2 RIGON, Luiz Augusto Rosa.
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, Câmpus Inhumas.

SOBRENOME, Autor(a) 3 BARRA, Alex Santos Bandeira.
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, Câmpus Inhumas.

Esta pesquisa investigou o consumo cultural dos jovens de Inhumas-GO e cidades adjacentes, analisando como a globalização, as redes sociais e as desigualdades socioeconômicas influenciam suas práticas. Orientamo-nos por uma abordagem qualitativa freudo-marxista, articulando contribuições da Psicologia Social, da Indústria Cultural e da crítica à economia política. O estudo buscou compreender os principais conteúdos consumidos por esses jovens — música, cinema, literatura, internet e festas populares — e discutir seus significados em relação aos processos de integração social e de pertencimento. Metodologicamente, foram realizadas 15 entrevistas e aplicados 79 questionários com jovens de 15 a 18 anos, moradores de Inhumas e região. Os resultados apontam para um consumo cultural passivo, digitalizado e fortemente influenciado por mercadorias globais. Cerca de 82,28% dos jovens utilizam Instagram ou TikTok como rede social principal; 49,37% consomem memes e conteúdos rápidos diariamente; 47% jogam no celular; 55% do consumo audiovisual é de produtos norte-americanos; 46% gostam igualmente de filmes e séries, e 25% preferem séries. A participação em festas populares é baixa: 78% não participam do Carnaval, sendo que 55% alegam excesso de bebidas, drogas ou insegurança, e 23% desaprovação familiar. A adesão à cultura nacional é reduzida: apenas um jovem ouve samba, pagode ou forró; cinco ouvem gospel. Na leitura, 44% não leem ou leem apenas por obrigação escolar, enquanto 56% leem regularmente. Além disso, 40% nunca assistiram a uma peça de teatro, e 55% só tiveram contato com teatro na infância, na escola. A pesquisa também discute os conceitos de valor de uso e valor de troca na cultura, a indústria cultural e a infantilização promovida pelos dispositivos digitais. Esses dados evidenciam um atraso cultural, a negligência do poder público local e a substituição de experiências presenciais por interações virtuais. Conclui-se que a cultura deve ser produzida e consumida ativamente, e não repetida passivamente, exigindo políticas públicas que fortaleçam a criação cultural, o pertencimento e a formação do espírito.

Palavras-chave

1. Cultura; 2. Indústria Cultural; 3. Psicologia Social

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás. Agradecemos ao CNPq pela bolsa concedida (quando não tiver bolsa, retirar essa parte)