

## O CONSUMO DE MÍDIAS AUDIOVISUAIS NA MICRORREGIÃO DE JOAÇABA

ANTONI FONSECA<sup>1</sup>, Paulo Ricardo dos Santos<sup>2</sup>

1. Discente do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, Unoesc, Joaçaba, SC

2. Docente do curso de graduação em Publicidade e Propaganda, Unoesc, Joaçaba, SC

**Autor correspondente:** Antoni Mateus da Fonseca Pereira, antoni.fonseca01@gmail.com

**Área:** Ciências Sociais

**Introdução:** O artigo descreve uma análise do consumo de mídias audiovisuais na micro região de Joaçaba, utilizando a pesquisa como método. Primeiramente, foram revisadas teorias de autores como João Vicente Cegato Bertomeu, Kotler e Martha Gabriel para embasar o estudo. A pesquisa envolveu a aplicação de questionários para examinar o padrão de consumo de mídias audiovisuais na região e caracterizar o perfil da audiência. **Objetivo:** Examinar o padrão de consumo de mídias audiovisuais na micro região de Joaçaba, enquanto também caracterizar e distinguir o perfil da audiência mídias audiovisuais. Além disso, buscaremos uma compreensão mais profunda do comportamento do consumidor em mercados de menor porte. **Método:** A pesquisa envolveu a criação de questionários para pessoas de várias idades na região de Joaçaba, seguindo uma abordagem descritiva e quantitativa. Inicialmente, utilizou-se uma pesquisa bibliográfica com base em artigos e obras científicas existentes. Em seguida, foi realizada uma pesquisa de levantamento, coletando respostas diretas de residentes de diferentes faixas etárias e gerações. A análise dos dados foi conduzida por meio de uma análise minuciosa do conteúdo coletado. **Resultados:** A pesquisa começou com 24 pré-testes, seguidos pela aplicação de questionários com perguntas relacionadas ao áudio. A coleta de dados aconteceu de dezembro a fevereiro, usando a plataforma Google Forms, enviando os questionários para residentes da região do Meio Oeste Catarinense. No total, foram obtidas 290 respostas válidas dessa região. **Conclusão:** A pesquisa e o artigo resultaram em um novo entendimento do cenário audiovisual no Meio Oeste Catarinense, além de uma identificação mais precisa do público e das gerações envolvidas no consumo de mídias audiovisuais, incluindo suas preferências. Os resultados finais têm potencial para serem úteis em pesquisas acadêmicas futuras, gerando material para novas investigações, e também podem servir como uma valiosa fonte de conhecimento para microempreendedores locais que buscam insights para estratégias de negócios no setor audiovisual.

**Palavras-chave:** Audiovisual; TV; streaming; comunicação; mídias.

**Agradecimentos:** Agradeço a minha família, a Unoesc, ao meu orientador e ao programa que me concedeu a bolsa e oportunidade para realizar tal pesquisa