

Geração Digital: Cenários e condições dos usos de recursos multimídias do jovem de Vilhena/RO¹

Adson Dutra de Oliveira²

Sandro Adalberto Colferai³

Fundação Universidade Federal de Rondônia, Vilhena, RO.

Resumo

A proposta de uma exposição analítica de uma geração denominada Geração Digital (TAPSCOTT, 2010), é apenas uma base introdutória para chegarmos ao ponto final deste relatório. Aqui procuramos refutar os cenários em que estão imersos os jovens da geração conectada à rede mundial de computadores por meio de celulares. O foco está sobre as condições materiais e sociais da cidade de Vilhena para a recepção de conteúdos multimídias. Tendo como parâmetro as pesquisas de Don Tapscott que escreveu livros exclusivamente estudando essas novas gerações, dados empíricos e dados oficiais, e Martin-Barbero e outros autores de comunicação.

Palavras-chave: Geração Digital; Multimídia; Smartphone; Vilhena.

Introdução

Ao⁴ assistir à TV, temos o controle em mãos para escolher os canais televisivos que desejamos ver, dentre aqueles que estão disponíveis na plataforma. Ao navegar em um computador que tenha acesso à internet escolhemos, através de uma rede mundial imensa, o que consumir, o que aproveitar, se queremos mais praticidade, mais comodidade, e do mesmo modo buscamos em um celular tudo isso junto. São multimídias interligadas em diferentes aparelhos eletrônicos, variando de tamanho, peso, ou seja, de limitações.

Para Lévy (1999, p. 65)⁵ *multimídia* remete ao movimento geral de digitalização, ou seja, processo no qual uma imagem ou sinal é transformado em código digital de forma imediata ou distante (sons, imagens, vídeos, fotografias) tendo como exemplo a informática, smartphones, o rádio, o cinema e a televisão. Uma interconexão do ciberespaço, ou seja, o universal, ponto de encontro da humanidade onde as máquinas, os computadores, os celulares precisam ter ligação seja de endereços através dessa imensidade que a internet para criação de comunidades virtuais: “A internet é um dos mais fantásticos

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, espaço e cidadania do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 6 a 8 de julho de 2016.

² Estudante de graduação, 3º semestre do curso de Jornalismo da UNIR/RO, email: vanultrecht@gmail.com

³ Doutor em Sociedade e Cultura na Amazônia. Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo na UNIR/RO. Email: sandrocolferai@gmail.com

⁴ Este artigo é resultado parcial da pesquisa desenvolvida a partir do projeto Jovens rondonienses e consumo midiático: condições, modos de acesso e apropriações de conteúdos de mídia, como iniciação científica, Pibic/UNIR

⁵ Disponível em https://books.google.com.br/books?id=7L29Np0d2YcC&printsec=frontcover&hl=pt-br&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false acesso em 09/05/16

exemplos de construção cooperativa internacional” (LÉVY, p. 126)⁶. Essa mudança vem ocorrendo a ponto de estarmos viciados, em não querer mais largar um computador, ou qualquer aparelho de acesso à internet, Lévy aponta três processos do ciberespaço e a cibercultura: *interconexão* (internet, ligada em uma linha que não vemos, mas que se conectam todos conectados.), *comunidades virtuais* (interesses compartilhados em comuns com pessoas de todas as partes do mundo) e *inteligência coletiva* (compartilhamento de saberes).

Lévy define que “[...] a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer” (LÉVY, 1999, p. 15)⁷, é no caso uma nova era tecnológica formada pelas telecomunicações, recursos multimídia ticos e grande avanço da internet.

A multimídia é a convergência de vários aparelhos juntos interligados num único aparato que possibilita o acesso de várias mídias juntas (COSTA, 2002, p. 15). O maior exemplo de aparelho multimídia moderno que podemos citar são os celulares, muito consumidos nos últimos anos de 2010 a 2016, os celulares como aparelhos eletrônicos passaram de sua principal função de realizar chamadas e enviar mensagens de textos, para usos e recepções de entretenimento, audiovisuais, fotografias, aplicativos, jogos e animações. É, de fato, um aparelho pequeno que cabe na palma da mão, muito útil no mundo corrido em que vivemos. Executar realizar várias tarefas em num único aparelho, pois se trata de um sistema integrado que possui todas as mídias: "É a crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado" (CASTELLS *apud* PAZ, MEURER, 1999, p. 3).

A televisão também é um grande de multimídia que marcou época e gerações através do tempo, desde o seu surgimento e cumpriu papéis importantes. Não podemos ignorar o fato de que a televisão, apesar de ter gradativamente perdido audiência, comparada as novas tecnologias de recepção de conteúdos multimídias, não pode deixar de ser lembrada, até porque hoje existem as TVs digitais que proporcionam acesso à internet.

Orozco já previa no século passado que a internet tornar-se-ia grande no século XXI em que estamos vivendo, depois da televisão como uma imensa plataforma de mídia, teria a

⁶ Disponível em :<http://joaquimpel04.blogspot.com.br/2010/04/definicao-de-cibercultura-segundo.html> acesso em 22/05/16

⁷ Disponível em : <http://www.cafecomsociologia.com/2013/09/pierre-levy-conceitos-chave-no-estudo.html> acesso em : 17/05/16

internet de fato em nossas vidas, uma difusão das novas audiências. Mesmo prevendo-se que no século em que vivemos a Internet e a tecnologia digital seriam os dispositivos que iriam definir o intercâmbio informativo (OROZCO, 1999, p. 14).

A televisão possui de fato essa condição de criação de imaginários. A TV Digital possibilita acessos em um só aparato, assim como o smartphone, e que é hoje usado como principal meio usado para acesso das redes sociais que nos leva ao mesmo patamar de manipulação de imaginários. Dados nos mostraram uma queda considerável no consumo de computadores e um aumento do consumo dos celulares. Seria um novo modo de fascinação dessa geração que nasceu e se formou com os usos dos smartphones (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 24), com a facilidade e praticidade de jogos, de aplicativos, de assistir a própria televisão pela tela de um aparelho móvel. Porém, a TV Digital limitaria seu espaço em função de sua baixa portabilidade. São as tendências mundiais de praticidade que o homem procura criar e pôr em prática em função do corre e corre do dia a dia.

2. A internet define gerações

Falar em gerações é falar em novas faces, novas ideias, novas tendências mundiais, novas vozes, novas modas, um novo amanhã, novos grupos sociais que possuem novas identidades, diferentes ou novas daquelas de uma década atrás. Augusto Comte⁸ considera que as gerações se sucedem num tempo histórico e Karl Mannheim onde as pessoas compartilham a mesma experiência histórica, ou seja, vão compartilhando transformações experimentos e conhecimentos de vida ao longo de suas épocas e de acordo com o que se dispõe nestas determinadas épocas.

A tabela mostra uma análise dos períodos que diferentes gerações estiveram em atuação, a iniciar com Baby Boomers, Geração X, Geração Y a Geração Digital ou Geração Z.

1. Boomers: (1946 a 1964). Nascidos após a segunda guerra mundial, *Geração Prosperidade*, a ascensão da televisão (TAPSCOTT, 1999). Criados de forma rígida e amor à pátria são educados perante o sistema (ENTENDENDO, s/d)⁹;
2. Geração X: (1965-1977) Viveram ditaduras e protestos, altas tendências mundiais de entretenimento permeadas até este século, um maior contato com tecnologias. (ENTENDENDO, s/d);
3. Geração Y: Maior manifestação social, preocupações acerca do mundo, avanço da

⁸ Disponível em <http://rede.novaescolaclub.org.br/planos-de-aula/o-conceito-de-geracao-no-pensamento-sociologico> acesso em : 24/05/16

⁹ Disponível em <http://www.pucsp.br/estagios/entendendo-geracoes-veteranos-boomers-x-e-y> acesso em: 24/05/16

internet e tecnológico. (ENTENDENDO, s/d);

4. Geração Z ou Geração Digital: Sempre conectados, zapeando, tecnologia e aparelhos eletrônicos não são um problema, sabem usar como ninguém. Um fenômeno cultural global (TAPSCOTT, 2010).

Após a geração *baby boomers* nascidos depois da Segunda Guerra Mundial, com o impacto da televisão como tecnologia que trazia mensagens fortes que ajudaram a moldar a visão de uma geração a respeito do mundo. (TAPSCOTT, 1999, p.9). Agora temos o conceito de Geração Net (TAPSCOTT, 1999) deixada pelos descendentes da geração *baby boomers* anterior.

A Geração Net ou N-Gen refere-se à geração de crianças que, em 1999, tinham entre dois e 22 anos de idade, não apenas aquelas que são ativas na internet, até porque muitas não têm acesso, mas tem algum grau de fluência no meio digital. A internet está entrando nos lares tão rapidamente quanto à televisão o fez na década de 1950 (TAPSCOTT, 1999, p. 3).

Dados de 2015 (G1, 2015)¹⁰ afirmam que o número de internautas no mundo é de 3.2 bilhões pessoas, dados divulgados da União Internacional das Telecomunicações, UIT. No Brasil ainda de acordo com a UIT 57,6% das pessoas estão conectadas à internet. Segundo a CETIC. BR¹¹ (Comitê Gestor da Internet no Brasil) oito em cada 10 crianças e jovens brasileiros entre nove e 17 anos usuários de internet costumam acessar a rede pelo celular todos ou quase todos os dias, Em 2013, os celulares correspondiam a 53% dos acessos (contra 71% de computadores), e em 2014 o número passou para 82%.

Estes dados demonstram o quão grande está o crescimento dessa geração digital de jovens que acessam cada vez mais a rede através de um dispositivo móvel, em destaque o smartphone. Esta é geração de que estamos tratando. Nos últimos cinco anos os celulares se popularizaram cada vez mais na vida do brasileiro, os dados mostrados acima, mostram essa ascensão do produto. A praticidade de um pequeno objeto fez com que o computador tanto de mesa e tanto portátil fosse diminuindo o seu uso, passando o status para os smartphones.

A essência da cultura N-Gen é a interatividade. Cada vez mais as crianças são participantes, não espectadoras, e são estimuladas ao debate (TAPSCOTT, 1999). Isso

¹⁰ Disponível em : <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html> acesso em : 24/05/16

¹¹ Disponível em : <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/07/28/80-dos-jovens-e-criancas-acessam-a-internet-pelo-celular-todos-os-dias.htm> acesso em : 11/04/16

mostra o quão impactante as redes sociais estão presentes nas vidas dessa geração, o debate a que lhes é atribuído, a crescente discussão política, comunidades de esquerda e direita, combinação de encontros de manifestações populares, a facilidade de acesso a essas informações chegam é estrondosamente rápida.

Tapscott estuda anatomicamente estes grupos. A maioria das crianças da Geração Net nasce cada vez mais respirando tecnologia ao seu redor, são expostas a um ambiente em que em casa há acesso a um computador, as famílias estão se conectando a internet da mesma maneira que a gerações anteriores se ligaram na televisão. Nestes contextos a televisão fica em segundo plano (TAPSCOTT, 1999, p.27) tornando a internet parte de sua vida. A televisão passou a ser um segundo produto de consumo da massa desta geração y, passando a vez para os smartphones, aumentando o acesso à rede mundial de computadores.

A disponibilidade de redes Wi-Fi, tecnologia de acesso a internet sem fio, por meio de um celular que tenha abertura para redes, possibilita o acesso rápido em qualquer lugar seja público, privado e até mesmo no lar clicou e conectou. Os jovens adquirem novos modos de sentir e conhecer, são dotados de uma “[...] empatia cognitiva e expressiva com as tecnologias e com os novos modos de perceber o espaço e o tempo, a velocidade e a lentidão, e o próximo e o distante” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 54)

Estes grupos têm uma capacidade cognitiva, ou seja, de adquirir um conhecimento através de percepções e imaginação com outros grupos por meio das novas tecnologias, mesmo com processos comunicações, modos de falar, expressar e sentir com outro, de forma distante numa velocidade rápida e lenta, criando vínculos através do tempo e espaço, como por exemplo, ter um amigo virtual ou um *penpal* (TAPSCOTT, 1999), esse amigo está a quilômetros de distâncias, até mesmo em um país estrangeiro, porém as chamadas de vídeo, as mensagens de texto, ou seja, esses recursos lhe proporcionam criar uma conexão rápida no espaço e tempo.

Seria talvez um novo modo de olhar de fascinação desta geração ao invés da televisão que nasceu e se formou com os usos dos smartphones (MARTIN-BARBERO, 2004) a facilidade de jogos, e recursos multimídias ouvir o rádio, músicas (sons), mensagens (textos) por aplicativos e de assistir a própria televisão pela tela de um celular.

TAPSCOTT pontua na pesquisa feita com dez mil jovens de como a internet revolucionou as formas de agir, pensar e relacionar-se os tais padrões de consumo e relacionamento hoje adotados por essa galera onde o jovem se torna-se multifuncional como ao falar ao smartphone(fazer chamadas), mensagens de texto,"download de músicas,

upload de vídeos(audiovisuais),assistem a filmes séries(netflix) em uma tela de 2 a 5 polegadas(seria a nova televisão!?) um povo inquieto que sabe lidar muito bem com a tecnologia ensinando seus pais a usarem um aparato que seja com exceção da televisão.

Possuem o que ele chama de liberdade de acordo com entrevistas feitas estes jovens querem liberdades para provar coisas novas, a pesquisa de Tapscott revela que eles querem escolher onde e quando trabalhar, aponta também que a internet lhes deu a liberdade de poder consumir e onde trabalhar. São de fato os primeiros a crescerem em um ambiente digital, tomando como parte de uma paisagem natural (TAPSCOTT, 2010). O mundo está mudando, não é como a 30 anos atrás como funciona nas gerações anteriores. Agora os jovens tem voz, fazem acontecer, fazem às vezes a diferença para muitos que anseiam por ajuda, o lado negativo existe em tudo que se possa imaginar , também há nesse consumo excessivo da internet, porém não pretendo apresentá-lo, apenas uma síntese do conceito de geração digital, Geração Y, Geração Internet e outras denominações recebidas por diferentes autores que os estudam.

Essa geração é denominada de uma nova cultura, ou seja, uma cultura digital. Segundo Costa (2002) essa denominação traz uma chamada interação que ao pensar em "digital" vem consigo uma ideia de interatividade “Se é digital é interativo!”. Esta interação trás uma capacidade de relação dos indivíduos com os inúmeros ambientes de informações que os cercam. Costa pontua que outro aspecto que caracteriza a cultura digital é o poder dessas mesmas interfaces de prender nossa atenção. Afinal a interatividade é tão presente, que um jovem que mora em Manaus, no Brasil, pode contatar o Greenpeace para uma manifestação em Amsterdam na Holanda.

Esta geração tem uma infinidade de recursos multimídias a sua disposição, como criação de sites, blogs, sites de pesquisa, criação de produções audiovisuais, recebimento de conteúdos audiovisuais, aplicativos infinitos como GPS, games, edições de imagens, fotografias, músicas, compartilhamentos de interesses em comuns, comunidades virtuais e inteligência coletiva (LÉVY, 1999). Fazem da criação de vídeos, textos em blogs, sua renda, seus trabalhos, apenas com os milhares de visualizações, saem do anonimato a figuras importantes no cenário pop mundial, é um fenômeno, se você entender a geração internet, entenderá o futuro (TAPSCOTT, 2010).

A internet tornou-se o que Bruner (*apud* MARTIN-BARBERO, 2004, p. 30) chama de “[...] uma difusão de conhecimento e das tecnologias, a globalização dos meios de comunicação em massa”. Onde os meios de comunicação de massa não estão aguentando o

ritmo que a internet difunde a grande chegada de informações para seus receptores, não sabendo lidar com tamanha demanda “[...] *da extensão do ensino escolarizado, da vertiginosa (rapidez, alteração fácil) circulação das modas, e da universalização de certos padrões de consumo* (BRUNER, *apud* MARTIN-BARBERO, 2004, p. 30). Os smartphones como exemplo ditam modas e tendências cada vez mais entre esta Geração Y, comoo novo tornar-se velho e o velho voltar a ser nova, a precocidade das crianças que antes brincavam nas ruas tinham na infância um divertimento um momento da vida saudável e "trocando" digamos essa fase pela "moda" e "nova onda" de aparelhos celulares, já quase não pedem mais aos pais brinquedos, bonecas, carrinhos, pedem um celular, um tablet, ou um computador, ou qualquer que seja este aparelho multimídia tornando uma "vida-online" com fala a pesquisa Datafolha. Todos participam da vida de todos e o envolvimento social é global. O mundo transforma-se num grande "vilarejo”, há uma "tribalização" em escala ecumênica. (MCLUHAN *apud* MEURER, PAZ, 2014.p01)

4. GERAÇÃO SMARTPHONE:

Um ponto importante ao tratar de internet e bastante citado ao longo dos textos deste artigo são a grande ascensão dos celulares, além da geração internet outra geração recente que vamos nos atentar futuramente a possíveis pesquisas mais aprofundas, é a geração smartphone que está internamente ligada à Geração Net.

Segundo pesquisa Datafolha encomendada pelo jornal Folha de São Paulo¹², comprova-se que essa geração que nasceu conectada mantém a preferência pelo aparelho celular para usos e apropriações de conteúdos multimídias. A pesquisa aponta que dos brasileiros que têm entre 16 e 24 anos, 78% têm o próprio smartphone ou moram em uma casa com um desses aparelhos – ante apenas 52% daqueles com 25 anos ou mais.

A geração smartphone mantém a chamada *Vida-Online*. Ao ter sua vida exposta em uma rede social, ao fazer aplicações no banco sem sair de casa, ao comprar pela internet, também sem sair de casa, realizar várias transações em que a vida humana comum exigia-se antes sem a existência destas tecnologias.

Dados da Cetic¹³ (empresa responsável pela pesquisa de indicadores de usos de internet no Brasil) da pesquisa *TIC Domicílios* revelam que o número de brasileiros que acessam a internet por meio do celular triplicou em 2014. No País 47% dos brasileiros com mais de 10

¹² Disponível em : <http://temas.folha.uol.com.br/folha-20-anos-na-internet/a-geracao-conectada/jovens-brasileiros-tem-sonhos-e-valores-bem-tradicionais.shtml> acesso em 04/04/16

¹³ Disponível em : <http://cetic.br/noticia/uso-da-internet-pelo-celular-cresce-entre-os-brasileiros-revela-cetic-br/> acesso em :18/05/16

anos usaram o celular para acessar internet que daria em número absoluto 81.5 milhões de pessoas. E revela um aumento expressivo do uso da internet pelo celular. O percentual de brasileiros que acessaram a rede pelo aparelho mais do que triplicou nos últimos três anos e os dispositivos usados em primeiro lugar com 76% é o aparelho eletrônico móvel smartphone seguido do computador 54%.

Dados deste ano, 2016, de acordo com a teleco¹⁴ mostram que o número de aparelhos celulares em uso no país é de 257,3 milhões, para uma população de 204.450.649 habitantes, segundo estimativas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2015)¹⁵. No estado de Rondônia temos 2, 415 milhões de aparelhos celulares segundo Teleco de 2015, para uma população de 1,75 milhões de pessoas (IBGE, 2014)¹⁶. Na cidade de Vilhena de acordo com o IBGE de 2010 havia 21.308 aparelhos celulares.

Os números mostram um boom no consumo destes aparelhos em especial nos últimos dois anos, aparelho que viraram sonho de consumo do brasileiro, onde a indústria sempre lança novas linhas, no caso “melhor” as anteriores, a mesma questão dita anteriormente, o velho e novo sempre em conflito nas cabeças jovens. É uma Geração Net ligada aos smartphones e em segundo plano o computador e as demais mídias.

4. Cenários e condições de recepção em Vilhena.

A metodologia aplicada para apresentação de dados será baseada em Jacks (1999). A autora parte de uma perspectiva que o receptor sendo um indivíduo visto como consumidor passivo dos produtos culturais de massa e alienado do processo de produção de sentido, adquirindo estatuto de produtor (JACKS, 1999, p. 48).

Nesta perspectiva têm-se dois sujeitos, o emissor e o receptor, não sendo relação direta, mas mediada. A mediação, segundo Jacks, pode ser entendida como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor. No caso na cidade de Vilhena de acordo com sua realidade em que esta pesquisa procura identificar respeitando suas limitações. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o *espaço* que possibilita compreender as interações e a produção e a recepção (JACKS, 1999, p. 48-49). No nosso caso a mediação com que iremos tratar será o celular, um meio tecnológico, que manda a mensagem para a sua audiência (jovens de 18 a 24 anos de Vilhena, Rondônia).

¹⁴Disponível em : <http://www.teleco.com.br/nceluf.asp> acesso em: 06/05/16

¹⁵ Disponível em : <http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/> acesso em :03/03/16

¹⁶Disponível em : <http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php> acesso em 24/05/16

Partindo dos princípios de Jacks para análise de recepção de conteúdos midiáticos a autora afirma que a mediação *estrutural* tem elementos determinantes: idade, sexo, religião, escolaridade, estrato socioeconômico, etnia, por exemplo. Tratando-se de cenários das mediações realizadas pelo receptor, que são mediações individuais que o cenário de ocorrência é prioritariamente o lar. Outro tipo de mediação é aquela realizada pelas instituições às quais o receptor pertence ou tem contato, são as mediações *Institucionais*. As mediações institucionais servem como *cenários* nos quais ocorre a recepção (família) e se dão as apropriações ou reapropriações das mensagens (escola, empresas públicas, privadas, locais a ser consumida internet por meio do celular) (JACKS, 1999 p. 54-55), a pesquisa deste relatório, portanto é ligado na afirmativa da mediação institucional, os cenários de recepção que Vilhena detêm como oito empresas de provedores de internet, 12 lan houses, vários espaços privados de disposição Wi-Fi com destaque ao shopping da cidade. As mediações de referência (englobam a mediação situacional, contextual e estrutural), que Onde dizem respeito a todo tipo de identidade, às condições e as circunstâncias que dependem a que estão sujeitos estes receptores: cultural, étnica, etária, sexual, socioeconômica, geográfica (JACKS, 1999.p. 56). Este cenário, como nomeado por Orozco, pode ser o local onde ocorre a recepção, como os pertencentes atuam na apropriação da mensagem (JACKS, 1999, p. 57).

Adaptando à pesquisa o cenário a que se dispõe a população jovem vilhenense, para a recepção de recursos de plataformas multimídia. Foi realizada a busca de dados empíricos sobre a cidade a busca de informações estruturais em órgão público administrativo e empresas privadas de comunicação como jornais e as entrevistas em bibliotecas, também se foram aplicadas como é mostrado a seguir, os resultados estruturais que a cidade exerce sobre a população.

5. Estrutura da cidade de Vilhena.

A cidade de Vilhena, RO, tem uma população de 76, 202 mil habitantes de acordo com (IBGE, 2010)¹⁷. E com uma população Jovem da zona urbana de 15 a 19 anos: 6.960 (IBGE, 2010). De 20 a 24 anos: 7.336 (IBGE, 2010), num total de 14.924 mil (IBGE, 2010), com percentual de 95,8%. População Jovem Rural: 15 a 19 anos: 314 (IBGE, 2010) o mesmo valor de 20 a 24 anos 3124 pessoas. Num percentual rural de 4.2%. (Os dados mostram uma

¹⁷Disponível em : <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110030&search=rondonia|vilhena> acesso em 24/05/16

alta quantidade de pessoas das determinadas faixas etárias na zona urbana, com baixa quantidade de jovens que vivem na zona rural).

Os blocos a seguir mostram a estrutura em que a cidade se encontra na forma de fornecimento de internet à população, de fornecimento de lazer e entretenimento e a questão cultural, a realidade em que o jovem vilhenense está inserido, tanto de consumo de internet e consumo cultural.

LAZER, ENTRETENIMENTO:

- Cinema: um, com duas salas. Localizado no Park Shopping, um local de lazer tanto disposto de praças de alimentação, diversão (games, boliche, música ao vivo etc.) e o único cinema da cidade, local frequentado por muitos jovens e famílias da cidade que dispõe de duas redes Wi-Fi gratuitas, ponto de encontro muito popular. Cineclubes: 01 (um).
- Galerias de artes e espaços para exposição: 01 (um).
- Auditórios: dois Centros culturais: 01 (um).
- Evento Musical: 01 (um) Noite da Seresta.
- Centro Cultural: 01 (um).
- Casas Noturnas: 04 (quatro).

LUGARES E EVENTOS CULTURAIS PÚBLICOS E PRIVADOS:

- 02 (duas) bibliotecas municipais, com uma média de frequência de 15 pessoas por dia. Uma livraria privada com vendas de 30 livros por dia.
- Associações e clubes culturais: 08 (oito)
- Sala para teatro: 01 (um)
- Peças de teatro: Invasão a praça e Palco giratório.

EVENTOS PERENES:

- Festival arte na praça realizada uma vez ao ano.
- Festa Junina, Semana Farroupilha, Festa de São Cristovão e Festa da Padroeira.
- Exposição Agropecuária, Expovil.

ESPAÇOS PÚBLICOS PARA ATIVIDADES AO AR LIVRE:

- Quatro quadras de ginásios e esportes.
- Um parque ecológico municipal.
- Um coreto em uma praça.
- Um estádio municipal, Praça que serve de palco para shows.

MÍDIA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

- São cinco emissoras de rádio, três emissoras afiliadas, cinco jornais impressos, oito web jornais, duas revistas impressas.

CONSUMO DE MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

- a. Domicílios com TV: 22.104 (IBGE, 2010)
- b. Domicílios com Rádio: 16.899 (IBGE, 2010)
- c. Circulação média de revistas: 7 mil exemplares mensais.
- d. Circulação média de 5310 jornais dos cinco impressos na cidade.

ESTRUTURA MIDIÁTICA E INTERNET

- Oito provedores de internet na cidade
- Domicílios com microcomputador de acesso à internet 7539 (IBGE, 2010) internet banda larga 4600 (IBGE, 2010).
- 21.308 Domicílios com telefone celular (IBGE, 2010), cinco operadoras de celular.
- 12 Lan Houses cadastradas na prefeitura, sendo que a maioria encontra-se em bairros periféricos da cidade afastados do centro, apenas uma encontra-se no centro.
- Um adendo aos espaços privados, como restaurantes, bares, casas noturnas que disponibilizam acesso à wi-fi.

CONCLUSÃO:

Ao estudar essa nova geração que vem se destacado no mundo cibernético, Assim como Tapscott disse que se entendermos a geração digital, entenderemos o futuro ou pelos menos teremos uma base do que será o futuro, pois está geração comparada às anteriores está mudando as novas narrativas de trabalho, de lazer, de relacionamentos, de educação, de sociedade, eles hoje querem um trabalho que lhes oferecem prazer estão cada vez mais competitivos ativos politicamente no cenário econômico mundial, e com uma significativa

influência na cultura pop. Se um garoto que dorme anônimo e acorda um astro da música no dia seguinte, é possível para esses jovens ousados, tamanha é o fato que algo está mudando.

Quanto a pesquisa de levantamento de dados para exposição dos dados estruturais da cidade para disponibilidade de internet, podemos analisar que tratando-se de uma cidade interiorana na Amazônia Ocidental, não há disposição pública de uma praça com rede Wi-Fi, as disposições apresentadas são de grande maioria de iniciativa privada, seja a livraria Café E Letras, que possui um cybercafé, os restaurantes e bares, o shopping da cidade que disponibiliza duas redes gratuitas de acesso, as lan houses, e oito provedores de diferentes empresas que instalam internet nas casas da população e dois órgãos públicos oficiais que são as duas bibliotecas públicas da cidade, que dispõe de computadores com acesso à internet.

Essa geração digital ou y, ou qualquer que seja suas diferentes denominações, é de fato diferente da baby boomers, por exemplo. A TV era a principal mídia na época e hoje independente de qual seja o aparelho a internet é o principal meio de acesso e continuará ou não a ser, não sabemos até onde nos levará estudos e mais estudos sobre isso, mas o que temos ciência é o do impacto qualquer que seja positivo ou negativo afetará-nos diretamente com os descendentes da geração Z, que futuramente será estudado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2002.

JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: editora 34 Ltda, 1999. Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=7L29Np0d2YcC&printsec=frontcover&hl=pt-br&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false> acesso em 09/05/16.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisa. Tradução de Jacob Gorender. 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

OROZCO, Guillermo G. Prefácio. In: JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

PAZ, Samyr; MEURER, Flávio. **Geração Y e a Comunicação**: Influência das Mídias Digitais no Relacionamento Interpessoal e Comportamento. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 37., 2014, Foz do Iguaçu. Anais... Foz do Iguaçu: Sociedade

Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Ciências da Comunicação, 2014.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital**: a crescente e irreversível ascensão da geração ‘Net’ São Paulo: Makron, 1999.

SITES

CAFÉ COM SOCIOLOGIA

Disponível em: <<http://www.cafecomsociologia.com/2013/09/pierre-levy-conceitos-chave-no-estudo.html>> Acesso em: 17/05/16

JOAQUIMPEL 04

Disponível em: <<http://joaquimpel04.blogspot.com.br/2010/04/definicao-de-cibercultura-segundo.htm>> Acesso em 22/05/16

REDE NOVA ESCOLA

Disponível em: <<http://rede.novaescolaclub.org.br/planos-de-aula/o-conceito-de-geracao-no-pensamento-sociologico>> Acesso em : 24/05/16

PUCSP

Disponível em: <<http://www.pucsp.br/estagios/entendendo-geracoes-veteranos-boomers-x-e-y>> Acesso em: 24/05/16

GLOBO

Disponível em : <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html>> Acesso em : 24/05/16.

TECNOLOGIA UOL

Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/07/28/80-dos-jovens-e-criancas-acessam-a-internet-pelo-celular-todos-os-dias.htm>> Acesso em: 11/04/16.

FOLHA UOL

Disponível em: <<http://temas.folha.uol.com.br/folha-20-anos-na-internet/a-geracao-conectada/jovens-brasileiros-tem-sonhos-e-valores-bem-tradicionais.shtml>> Acesso em 04/04/16.

CETIC

Disponível em : <<http://cetic.br/noticia/uso-da-internet-pelo-celular-cresce-entre-os-brasileiros-revela-cetic-br/>> Acesso em :18/05/16

IBGE

Disponível em:

<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110030&search=rondonia|vilhena>> Acesso em 24/05/16