



DAS MÍDIAS SOCIAIS À JUVENTUDE FRONTEIRIÇA¹

Cristóvão Domingos de Almeida ²

Anelice Belmonte ³

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA/UNIPAMPA

RESUMO

Este artigo tem como objetivo compreender como os jovens que vivem na fronteira oeste do Rio Grande do Sul consomem as mídias sociais. Consideramos que as mídias sociais é uma das mais importantes fontes de informação, inteiração e entretenimento entre os jovens, por isso, utilizamos os conceitos de convergência (JENKINS, 2008) para revelar a “caixa preta” do consumo de mídias sociais entre a juventude. Metodologicamente, a pesquisa é qualitativa e de inspiração etnográfica, com a utilização das técnicas de observação e entrevista em profundidade para obter as informações. Evidenciamos que a geração digital reivindica, cada vez mais, os meios de comunicação mais rápidos, práticos e eficazes, onde possam estar conectados e interagindo com o mundo todo em tempo real. É, com esse intuito, que a juventude que vivem na fronteira oeste do Rio Grande do Sul utilizam os aparelhos para estar conectados e próximos do Outro.

1 INTRODUÇÃO

A mídia é considerada o quarto maior segmento econômico do mundo, sendo a maior fonte de informação e entretenimento que a população possui (RAMONET, 2002). A mesma se destaca como instrumento fundamental nesses setores, obtendo uma dimensão capital e central nos diversos âmbitos da sociedade moderna. A política, o esporte, a escola, a economia são atravessados e marcados pela influência dos meios de comunicação de massa. Devido aos avanços tecnológicos que fazem com que as informações veiculem de forma rápida e real, o domínio da mídia cresce de forma exacerbada.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Doutor em Comunicação e Informação pela UFRGS, mestre em Educação pela Unisinos e graduado em Relações Públicas pela PucCampinas e é professor adjunto da Universidade Federal do Pampa. e-mail: crisovaoalmeida@gmail.com.br

³ Graduada em Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural pela Universidade Federal do Pampa, graduanda em Publicidade e Propaganda pela mesma Instituição e é bolsista FAPERGS, e-mail: anelice.belmonte@hotmail.com



E esse crescimento só se dá pelo fato de que há uma demanda por parte de vários públicos e faixa etária. Mas não podemos mais afirmar com tanta certeza que apenas a ‘geração digital’ utiliza desses meios ao ver tanta tecnologia de fácil acesso, consumo e entendimento, ainda que seu consumo se dê por qualquer um que tenha acesso a vontade de entender como funciona esse meio. Os jovens por já crescerem inseridos em um ambiente mais dinâmico, prático e atrativo da tecnologia passam a ser os maiores consumidores de mídia.

Muitos dessa geração desde cedo, tem ao seu dispor as ferramentas mais convencionais como rádio, TV e Jornais impressos, até os computadores e celulares mais atuais que dispõem de diversas utilidades disponibilizando o alcance de informações de qualquer lugar do mundo.

Na realidade do município de São Borja/RS, mesmo a ‘olhos nus’, podemos notar esse consumo por boa parte da sociedade, até pelo fato da aglomeração social que a mesma vem abrangendo devido a migração de jovens para cursar um ensino superior na cidade.

2 O CELULAR E A FALÁCIA DA CAIXA PRETA DE JENKINS

A geração digital clama por meios de comunicação mais rápidos, práticos e eficazes, onde possam estar conectados e interagindo com o mundo todo em tempo real. Apesar de muitos *notebooks* e (agora os *tablets*) se mostrarem atuais e utilitários, o comodismo não os permite levá-los para todos os lados em atividades cotidianas, e é a partir dessa perspectiva de facilidades em locomoção que as indústrias telefônicas criaram aparelhos que tem servido como verdadeiras ‘caixas pretas’ (JENKINS) do ser humano.

Boa parte do discurso contemporâneo sobre convergência começa e termina com o que chamo de Falácia da Caixa Preta. Mais cedo ou mais tarde, diz a falácia, todos os conteúdos midiáticos irão fluir por uma única caixa preta em nossa sala de estar (ou, no cenário dos celulares, através de caixas pretas que carregamos conosco para todo lugar). (JENKINS, 2008, p.42)

É difícil encontrar atualmente indivíduos que não dispunham de pelo menos um aparelho celular, estes se encontram em processo contínuo de aperfeiçoamento e adequação ao que a sociedade exige. Passaram de meros meios de comunicação por voz em tempo real, para ferramentas de comunicação avançadas e abrangentes, além de suas diversas utilidades como câmeras, ferramentas de acesso à internet, transmissores de tv, entre outras utilidades inventadas para suprir demandas que surgem conforme as



necessidades de seus usuários, a maioria em forma de aplicativos para as mais diversas funções (jogos, entretenimento, etc...).

Com o desenvolvimento da telefonia celular e das possibilidades de conexão com a internet, as pessoas passaram a se comunicar em movimento; elas recebem e enviam e-mails e SMS dos celulares. Tiram fotos e gravam vídeos com esses aparelhos e enviam para sua rede ou para sites como o YouTube, sem precisar parar o que estão fazendo. (TELLES, 2009, p.77)

Ou seja, todos os usuários de celular, que corresponde a 19% da população entre 18 e 24 anos do Rio Grande do Sul segundo o IBGE, tem uma ‘caixa preta’ onde são guardados arquivos, contatos, fotos entre outras informações pessoais e de interesse dos mesmos. E é a partir desses dados que o uso do celular foi a ferramenta de consumo de mídia escolhida para observação, pois diante das funcionalidades do aparelho, o mesmo facilitou a abordagem do assunto, e também por ser um meio de interação mediada entre as pessoas, ou seja, um modo de interação social realiza por uma ferramenta tecnológica exportadora de mídia.

3 A CIDADE DE SÃO BORJA E SUA REDEFINIÇÃO DE CONSUMO EM MÍDIA

As cidades de fronteira apesar do distanciamento das capitais e ainda que carentes em suas estruturas para mercado de varejo, nos quais não mantem na maioria de seus municípios grandes quantidades de habitantes para que suporte empresas de grande porte e/ou lojas de departamento, tem um papel crucial para não apenas o estado, e também ao país por serem consideradas como ‘portas’ de entrada do Brasil.

Segundo a Lei 6.634/79, a faixa de fronteira é considerada área indispensável à segurança nacional e corresponde aos 150 km de extensão, paralelos à linha divisória terrestre do Brasil com dez países da América do Sul. Na faixa de fronteira é vedada, sem o prévio assentimento do órgão federal competente, a prática dos atos referentes à concessão de terras, abertura de vias de transportes e instalação de meios de comunicação; construção de pontes; estradas internacionais e campos de pouso; estabelecimentos ou exploração de indústrias que interessem a segurança nacional. (CARNEIRO, 2012, p. 5)

São Borja é uma das cidades do Estado do Rio Grande do Sul, contempladas pelo alto reconhecimento de toda a sua diversidade histórico-cultural. No dia 10 de outubro de 1994, o governador do Estado do Rio Grande do Sul declarou “São Borja, como uma Cidade Histórica”, conforme o artigo 82, inciso V da Constituição do Estado



do Rio Grande do Sul. Inicialmente São Borja era uma aldeia de indígenas do grupo tape-guarani (CARNEIRO, 2012). A aldeia que era banhada pelo rio Uruguai foi fundada em 1682 quando do retorno jesuítico às Missões Orientais, sendo o mais antigo dos chamados Sete Povos das Missões. Porém em 13 de outubro de 1817, com a denominação de São Francisco de Borja e instalado a 21 de abril de 1834, foi criado o Alvará do município. Atualmente o município conta com uma população estimada em mais de 60 mil habitantes em seus 3.616,019 km²de território.

Sua economia está baseada, principalmente, na agricultura com a produção de grãos como soja, trigo, milho, arroz (sua principal fonte econômica) entre outros. Na pecuária com a criação de bovinos de corte e leite e de ovinos. Comercialmente próspero devido sua localização estratégica que permite o fácil intercâmbio com países da América Latina. Muitos desses dados apresentados também na obra “*Faixa de fronteira do Rio Grande do Sul: economia, infraestrutura e gestão do território*” por Camilo Carneiro, Gabriel Sevilla e Róber Avila, demonstra a relevância comercial da região atentando para a formação sociocultural e acadêmica desse meio:

Em um mundo em transformação, comandado pelas técnicas e pela expansão da economia global, os municípios da faixa de fronteira gaúcha precisam investir em conhecimento, formação técnica e qualificação de sua população. Só assim evitarão uma situação de estagnação e ostracismo. (CARNEIRO, 2012, p. 22)

O município tem apresentado um grande crescimento econômico e populacional (IBGE, 2010). Principalmente, depois da implantação de duas instituições de nível superior no município, a Universidade Federal do Pampa e o Instituto Federal Farroupilha. Tais instituições alavancaram uma maior porcentagem de jovens na cidade, de várias partes do país, trazendo consigo peculiaridades de suas regiões em relação ao consumo de mídias eletrônicas e até mesmo, influenciando no consumo, e movimentando a moeda local.

As iniciativas de universidades (...) que visam o desenvolvimento de projetos na faixa de fronteira gaúcha, são de suma importância, haja vista que a maioria das universidades localizadas nos municípios de fronteira é de implantação recente e possui um número limitado de cursos. Todavia esses campi são fundamentais para a fixação da população jovem em seus municípios de origem, bem como para a formação de quadros técnicos necessários ao desenvolvimento da economia da região. (CARNEIRO, 2012, p. 23)

A comunidade diversificada de culturas que se encontra na cidade oferece a esses imigrantes sua cultural local, pois “um mundo que parece dominado por um



repertório cultural global, novas comunidades e identidades estão sendo constantemente construídas e reconstruídas” (ESCOSTEGUY, 2004, p. 147). E este fenômeno tende a reconfigurar o modo de vida das pessoas ao trazer à região novas práticas, comportamentos, informações e conhecimentos, que transformam não só o sentido de vida de seus habitantes, mas, conseqüentemente, o cenário da região de fronteira como um todo.

Pode-se afirmar que existe uma grande oferta de mídias na região, sejam elas impressas ou digitais, pagas ou gratuitas, de longo a curto alcance, como afirma Escosteguy (2004), e sustenta que independente da ferramenta de mídia, cada uma está suprimindo a demanda de algum eixo da sociedade, caso contrário os mesmos não teriam se consolidados nesses espaços, como exemplo emissoras de rádio e impressos, que ainda são consumidos independente de suas versões digitais.

4 ENTRADA EM CAMPO E O ‘MERGULHO’ DO PESQUISADOR

O trabalho desenvolvido é de inspiração etnográfica, buscamos, a partir de uma pesquisa de campo, compreender as manifestações do meio jovem de São Borja em relação ao consumo de mídias. Segundo Duarte e Barros (2011) o pesquisador ao se utilizar da etnografia como método de trabalho, precisa dispor de tempo e preparo além de um breve conhecimento documental do objeto a ser analisado, pois esse método é tido como “um método de pesquisa qualitativa e empírica que apresenta características específicas” (2011. p. 4), exigindo assim o máximo de dedicação e envolvimento por parte do pesquisador.

Partimos do pressuposto de que o apresentado por inúmeros estudiosos a respeito do mundo dos jovens traz informações relevantes. No entanto, acreditamos que os perfis dos jovens, distantes das cidades, focos das pesquisas de mercado, são quase desconhecidos. Pesquisas qualitativas sobre essas gerações na fronteira oeste do Rio Grande do Sul precisam ser ampliadas.

Para que pudéssemos compreender o meio social dos jovens, realizou-se antes da entrada em campo um mapeamento dos locais públicos com maior fluxo de utilização dos meios digitais, a fim de observá-los convivendo com indivíduos da sua idade, e demais pessoas de diferentes faixas etárias, e assim analisarmos como o mesmo se portava em sociedade.

Os diários de campo foram confeccionados nos meses de outubro e novembro de 2014, sendo apenas as abordagens e acompanhamento no mês de novembro. É válido



salientar que a análise foi em tempo integral, em todos os ambientes frequentados pelo observador, sendo apenas os diários confeccionados em lugar fixo, o parque General Vargas, localizado no centro da cidade. A observação se iniciou com uma média de cinco visitas na semana ao local e em horários distintos, para que a pesquisa não fosse mais abrangente ao tipo de indivíduo que transite no local em todos os horários.

O parque General Vargas antes de se tornar um espaço de público era um estádio municipal, iniciado suas reformas em 2010 e que se mantém em processo contínuo, situa-se no centro da cidade, o que facilita o acesso das pessoas ao local, que o buscam para lazer, entretenimento e trabalho, e sua estrutura abrange 3 quadras poli esportivas, uma de vôlei de areia, pista de skate e espaço para caminhada e corrida. Tanto as arquibancadas do antigo estádio quanto o gramado que envolve muitos desses espaços é tomado no final da tarde por vários públicos, famílias, grupos amigos, esportistas e demais pessoas que buscam no local um espaço para conversação, e descanso e até mesmo diversão.

Atentamos inicialmente aos locais onde mais se tinha um fluxo de jovens, quadras e arquibancadas, percebeu-se que a maioria fazia uso de um dispositivo móvel, alguns trocavam mensagens despercebidamente, outros registravam fotos e compartilhavam algo com os demais ao mostrarem alguns conteúdo na tela, que de vez em outra causava euforia e risos demasiados. Contabilizamos aproximadamente em todos os dias de observação que 90% dos jovens possuíam os dispositivos, porém apenas 70% faziam uso no local.

4.1 O mergulho do pesquisador

Após algum tempo de observação, partiu-se para uma maior abrangência da segunda etapa apresentada por Duarte e Barros (2011), além dos diários de campo passamos a abordagem dos indivíduos. Foram aplicados 10 questionários com perguntas fechadas, para que se obtivessem uma exatidão nas respostas, além da observação do pesquisador. Foram escolhidos 5 pessoas do sexo feminino e 5 do masculino na idade proposta da pesquisa, a grande maioria com renda de 2 à 4 salários mínimos, sendo que 6 estavam cursando ensino superior, 2 tinham apenas o ensino médio completo, um em curso e outro que concluiu o ensino superior.

A escolha dos jovens para a aplicação dos questionários não se deu de forma aleatória, todos foram identificados com seus dispositivos móveis no campo de estudo pelo menos três vezes em visitas distintas, e como frequentadores assíduos do local, tentamos a aproximação obtendo retorno e todas as abordagens. Com todos os jovens



em que o contato foi realizado, percebemos uma troca mútua de certa intimidade, talvez porque pesquisador e entrevistados tivessem quase a mesma idade e compartilhavam do mesmo meio social. Em todos os casos a aplicação do questionário se deu de forma confortável e natural, como uma conversa franca e, em alguns momentos a situação se naturalizou, com em uma roda de amigos.

Ao indagarmos sobre qual o plano adotado no dispositivo (*pós e pré-pago*⁴), apenas um relatou ter o plano pós, mas que o mesmo é pago por seus pais. Quando questionados em relação a que serviços os mesmos utilizavam no celular as ligações e uso da internet predomina entre os favoritos, mantendo uma grande margem de distância à usabilidade de serviços como troca de mensagens, dispositivos de calendário, despertador e demais ferramentas de um celular comum.

A unanimidade na preferência da escolha de que canal é mais utilizado não foi nenhuma surpresa, o *facebook* predominou em todas as respostas, sendo seguido pelo *youtube* e *twitter*. TV e rádio só foram usados por um dos entrevistados, residente na região do interior do município onde os canais televisivos não chegam tão facilmente.

Ao questionarmos sobre a usabilidade dos canais de mídias de seus dispositivos, apenas 1 dos entrevistados não utiliza o celular para se comunicar com familiares e amigos, os quesitos de informações e notícias e entretenimento são usados por 7 dos 10 entrevistados, e apenas 6 utilizam os canais para trabalho. Entretanto, apesar de todos concordarem com a falácia da caixa preta de Jenkins quando explicada a eles, e 70% passarem de 7 à 12h usando o celular, metade dos entrevistados respondeu que conseguiria ficar sem seu dispositivos por mais de 2 dias.

4.2 Chegando à caixa preta do jovem fronteiro

O aparelho celular muitas vezes pode revelar muitas informações sobre seu dono. Mostra desde um pouco sobre o poder aquisitivo dele e sobre sua personalidade, pois muitos reportam ao aparelho de forma que customizam os mesmos com capinhas, chaveiros entre outras excentricidades próprias para celular de sua preferência. Com os jovens é mais expressiva essa transfusão de personalidade para o aparelho, em vista de que o mesmo se tornou uma extensão de si próprio, e, portanto tem muito a dizer sobre si:

⁴ Pós pago: quando se assume valor mensal de assinatura / Pré-pago: quando se credita um determinado valor do qual serão debitados os serviços e as ligações efetuadas. Fonte: <http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=691>



Frente a esses resultados, percebe-se então que o telefone celular é altamente valorizado pelos jovens brasileiros em função do que ele representa. Usa-se o aparelho para uma comunicação que extrapola o sentido clássico de proporcionar o exercício da sociabilidade. Isso porque a posse de um celular comunica um estilo de vida, um recurso de entretenimento, uma busca por pertencimento e uma forma do jovem se inserir no mundo. Frente à pluralidade de funções de um telefone celular e a diversidade de jovens que o utilizam, é possível considerar que a tecnologia móvel se move em ritmo acelerado acompanhando o desenvolvimento da Sociedade da Informação. (VERZA, 2008, p. 47)

Para os jovens o celular substituiu o relógio e, de certo modo, tornou-se o objeto mais indispensável do seu cotidiano enquanto elemento identitário (FIDALGO; CANAVILHAS, 2009, p. 12). O aparelho tornou 'o jovem', e é através dele que o mesmo se comunica com os demais, cria e descobre sua identidade e supre uma necessidade nata do ser humano que é se comunicar, e do jovem, de ser aceito em um meio e entendido por este.

No que se refere a outros aspectos psicossociais, o celular tem tido lugar no processo de construção da identidade do jovem na medida que se instala como um objeto de desejo e adquire um valor subjetivo legitimado pela cultura do consumo. Seu uso na juventude está associado, além da busca por segurança, também ao exercício da autonomia, à vivência da privacidade e a alternativas de entretenimento. Nesse sentido ele incrementa a sensação de pertencimento ao grupo e oferece ao jovem um diferente status frente à sociedade, em função da sua representação social. (VERZA, 2008, p. 57).

Essa busca por identidade, entendimento e aceitação pela sociedade e o meio em que os mesmos habitam, é totalmente refletida nas ações que os jovens tomam e como se relacionam com os demais em seus aparelhos móveis. Os dados coletados durante a aplicação dos questionários apenas reforçaram o perfil dos jovens nos quais realizamos o acompanhamento e análise em profundidade, ainda que um dos três acompanhados tenha se destoadado dos demais, agregando à pesquisa peculiaridades sobre esse eixo da própria sociedade jovem da Fronteira Oeste.

A partir da necessidade de conhecer mais afundo o meio em que os jovens vivem, para entender o motivo de suas demandas em mídia e a escolha do celular para o consumo. Neste artigo, recontamos de uma pesquisa mais ampla, optamos por apresentar apenas uma entrevista por compreender que os conteúdos dão conta dos objetivos e



também por ausência de espaço. A jovem Ana Júlia⁵, mineira, 21 anos, branca, classe média, espírita. A mesma reside no município desde 2011, quando ingressou na Universidade para realizar o curso de Jornalismo no qual se forma em 2015. A entrevista foi realizada na biblioteca da universidade (em meio ao confortável ambiente gelado que o ar condicionado proporciona, o que ocasionou o arrastar da entrevista por horas), pois como ela reside em um pensionato católico que cede quartos para estudantes na cidade, e no local não são permitidas visitas.

O encontro se deu na universidade também pelo fato de ser o local de estágio da entrevistada, ao chegarmos na biblioteca, indagamos se a mesma preferia desligar o celular e obtive a seguinte resposta em meio a um riso nervoso:

Não posso desligar, preciso ficar ligada na hora para voltar desse intervalo, e minhas colegas ficaram de me avisar quando saíssem da sala para me dar a chave porque logo vão pra casa.

Dito isso começamos uma série de perguntas sobre como ela se relacionava em rede, em vista de que sua preferência pelo *facebook* já tinha sido constatada no questionário.

Ah, eu uso bastante o celular pra se comunicar mesmo, mais com o pessoal de Minas, família e amigos, é muito complicado pra gente que vem de fora ficar longe dos pais e essa é uma maneira de se manter mais próximo, porque assim como eu minha mãe também tá sempre com o celular e saber disso traz uma certa segurança, com os amigos daqui eu falo mais pessoalmente porque a gente tá sempre pela universidade, mas quando eu vou pra casa eu volto a falar com todos em igual e mais pelo celular também, porque tento fazer o uso do computador mais pra estudar, então evito usar as redes nele porque dae me concentro mais, mas não desligo o celular (nesse trecho a entrevistada riu diante sua estratégia falha de concentração, segundo ela).

Indagada sobre outras mídias além do *facebook* utilizado para se comunicar, questionamos sobre quais as outras ações que são utilizados no celular nos meios de mídia como canais de vídeo, blogs e afins:

Então, eu penso muito no futuro e a minha profissão me exige estar sempre ligada no que tá acontecendo, eu vejo vídeos, acompanho páginas e blogs do meu interesse já visando isso, mas como tantas opções eu uso tanto pra trabalho quanto pra entretenimento. No youtube, twitter, instagram eu uso mais como lazer mesmo, até porque meus amigos também tem conta neles então a gente pode falar e mostrar coisas que é de interesse comum além de só o que agente gosta. Em todos esses canais eu

⁵ Por questões éticas, optou-se pelo sigilo do nome.



uso pra ver coisas relacionadas ao trabalho mas me divirto também, não tem como fazer um sem fazer o outro porque essas redes proporcionam os dois, entre outras coisas que a gente vai descobrindo com o tempo.

Perguntamos sobre a relação dela com as mídias tradicionais como televisão e rádio.

Como eu já disse antes, eu tento me informar por outras plataformas, dae nem faço uso dessas mais convencionais, as vezes se eu to conversando com alguém nele e a pessoa comenta algo sobre a tv, olho mas pra checar sobre o assunto e rádio eu nunca ouço mesmo, até porque monto minhas listas com minhas músicas preferidas e ouço isso quando quero ouvir música.

Ao final da entrevista, pedimos para ela traçar o relacionamento com seu aparelho e o que ele significa para a entrevistada:

Ele é meu filho (risos), se eu fico sem ele eu morro eu acho (mais risos). Mas sério, como eu disse pra gente que mora longe da casa dos pais ele é mais que um aparelho de ligação, é um laço que liga a gente porque faz com que eu esteja com meus pais 24 horas por dia. E tipo, ele é minha fonte pro mundo, é nele e através dos canais que eu já disse antes que vejo o mundo e fico sabendo de tudo que preciso e quero saber, mesmo que sejam bobagens pra outras pessoas, meu celular é meu tudo, eu cuido dele e em troca ele me deixa por dentro das coisas que eu gosto, perto dos meus amigos e família, além de guardar todas as minhas coisas como foto, música e até minhas senhas que eu sempre esqueço (risos).

O aparelho da entrevistada era um iPhone 3, no qual se encontrava envolto em uma capa que fazia alusão à bandeira dos Estados Unidos, semelhante a um botão que a mesma portava em sua mochila cor vinho, o que confirma a renda alta que a mesma possui para a aquisição de tais especiarias, sendo a ela única entrevistada a ser independente financeiramente dos pais. Ao terminar a entrevista a mesma recolheu seus pertences e se recolheu ao trabalho, subindo distraidamente enquanto jogava no celular. Ana Julia correspondeu a 70% dos entrevistados que prezavam pelas mídias para se informar e se comunicar com a sociedade, as questões respondidas por ela no questionário e na entrevista eram paralelamente iguais ao número de pessoas correspondentes a essa porcentagem.

4.3 O que encontramos



Algumas impressões e constatações ao final das abordagens apontaram para dados bastante peculiares na pesquisa. As abordagens nos mostram que os jovens da fronteira passam a utilizar mais os dispositivos móveis a fim de estar sempre interligados na sociedade e no meio digital construído pelos mesmos para torná-los mais próximos, e disponibilizam de mídias como rádio e TV em seus aparelhos para exibir as veiculações.

Apenas um dos entrevistados apresentou independência financeira, sendo o mesmo que dispõe de plano pós-pago no celular, os demais ainda dependem financeiramente de pais ou tutores para manter os gastos para utilizar as ferramentas disponíveis nos aparelhos.

Em relação ao consumo de mídia, nos aprofundamos na ferramenta mais utilizada pelos jovens, o *facebook*. Os mesmos alegam que a rede social é a mais utilizada, pois dispõe de várias utilidades em um só local, podem manter conversas, visitas e conhecer pessoas através de seus perfis, compartilhar imagens, vídeos, notícias entre outras variedades de entretenimento e informação em um só local. Mas apesar de ser a mais acessada, o *Twitter* e *youtube* não são deixados de lados por usuários da rede, pois alegam que o *Twitter* serve como uma ferramenta de ‘desabafo contínuo’, e sua técnica apesar de não ser exclusiva do meio é melhor aplicada nele.

O *YouTube* mantém seus internautas pela comodidade em seus canais, e por ser exclusivamente uma rede de vídeos já ter cativado seu público fixo, que acompanha seus canais, *vlogs*⁶ e *playlist*⁷. O que segundo os jovens é ótimo, pois podem ouvir e ver algumas mídias ao mesmo tempo, e não de maneira aleatória já que são os eles que decidem o que vão ver e ouvir.

A surpresa maior na pesquisa não foi dentro das mídias estudadas, mas sim na ‘substituição’ de muitos dos serviços disponibilizados pelas mesmas por um aplicativo: o *WhatsApp*. Tal aplicativo utilizado exclusivamente para troca de mensagens, ganha espaço entre os jovens, pois funciona no meio digital não causando nenhuma perda de crédito como acontece na troca de SMS. O mesmo ainda permite que nas ‘conversações’ possam ser compartilhados vídeos e imagens, sejam elas em grupo ou individuais entre duas pessoas.

5 CONCLUSÃO

⁶ **Vlog** é a abreviação de **videoblog** (vídeo + blog), um **tipo de blog em que os conteúdos predominantes são os vídeos**. Fonte: <http://www.significados.com.br/vlog/>

⁷ Termo utilizado no meio da radiodifusão para se referir a uma determinada lista de canções, que podem ser tocadas em sequência ou embaralhadas. Fonte: <http://dicionario.babylon.com/playlist/>



A sociedade retratada no meio digital em muitos casos se torna um refúgio da realidade para os jovens, pois, no espaço virtual, todos os adolescentes podem disfarçar melhor a ansiedade, a confusão, os medos e a alegria da passagem à vida adulta (ESTEFENON, 2009). As mídias passam a ser não mais uma fonte de entretenimento e informações, mas sim com o avanço das novas ferramentas, construíram canais sociais, onde se percebe uma comunidade conectada o dia inteiro, e, mais, permanecendo com os aparelhos na palma da mão e sempre ao seu alcance.

Notamos, com este estudo, a grande inserção dos jovens da fronteira no meio digital através do celular, durante a aplicação dos questionários muitos faziam uso do aparelho, mesmo em companhia de outras pessoas, trocavam mensagens e navegavam pela rede, sem que desviassem sua atenção ao que estava acontecendo em seu redor.

A maioria dos jovens observados, e em perguntas informais durante as entrevistas se mostram insatisfeitos com seus aparelhos ao relatarem que os mesmos não têm tantas usualidades em relação a aparelhos lançados recentemente, ainda assim não conseguiriam passar um longo período sem seus dispositivos móveis. Por fim, duas situações merecem destaque: a primeira: se constituiu uma nova sociedade a partir desses dispositivos, em que se estabelecem relações e novas formas de estar juntos social ou virtualmente, onde jovens se conhecem e se reconhecem através de opiniões e preferências veiculadas pela mídia. E a segunda, é que apesar das mídias digitais serem exaltados pelos jovens como necessário, os aparelhos são adquiridos e mantidos pelos pais e/ou tutores dos entrevistados, o que dificulta a troca frequente dos dispositivos por outros mais atuais, o que é exigido por eles cada vez que o mercado oferece uma nova ferramenta. Ainda assim nenhum abre mão de ter aparelho de uso pessoal, mesmo que sem todas as ferramentas que o mercado oferece periodicamente, bem como a conservação de seus contatos, aplicativos e arquivos pessoais quando se é trocado o dispositivo. Isso demonstra que o espaço fronteiro também se reconfigura a partir da inserção dos jovens nas mídias digitais.

REFERÊNCIAS

- EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana Graciela Bruno. **Geração Digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para crianças e adolescentes.** Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2009.
- CARNEIRO, Camilo; SEVILLA, Gabriela; AVILA, Róber. **Faixa de fronteira do Rio Grande do Sul: economia, infraestrutura e gestão do território.** Textos para Discussão FEE N° 107. Porto Alegre, outubro de 2012.



- DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- ESCOSTEGUY, Ana C. Os Estudos Culturais. In: HOHLFELDT, A., MARTINO, L. C., FRANÇA, V. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- _____. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- ESCOSTEGUY, Ana C; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.
- IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**.
<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431800&search=rio-grande-do-sul/sao-borja>> Acesso em 13 de ago. 2014.
- FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC RIO: Editora Sulina, 2009. p. 99-117.
- JACKS, Nilda. Televisão e identidade nos estudos de recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- RAMONET, Igmacio. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- TELLES, André. **Geração Digital: como planejar o seu marketing para uma geração que pesquisa no Google, se relaciona no Orkut, manda mensagens pelo celular, opina em Blogs, se comunica pelo MSN e assiste a vídeos no YouTube**. São Paulo: Landscape, 2009.
- TRAVANCAS, Isabel. **Juventude e Televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- _____. Fazendo etnografia no mundo da comunicação In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- VERZA, Fabiana. O uso do celular na adolescência e sua relação com a família e grupo de amigos. (dissertação de mestrado). Porto Alegre: Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grand do Sul, 2008.