

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - UNIOESTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – MESTRADO

CAMILA CARARO TONKELSKI

**O CONSUMO DE BENS CULTURAIS NA ERA DA INTERNET: PRÁTICAS E
USOS DA CULTURA ENTRE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO EM
REALEZA/ PR**

TOLEDO/PR

2017

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - UNIOESTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – MESTRADO

CAMILA CARARO TONKELSKI

**O CONSUMO DE BENS CULTURAIS NA ERA DA INTERNET: PRÁTICAS E
USOS DA CULTURA ENTRE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO EM
REALEZA/ PR**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, no curso de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Linha de Pesquisa “Cultura, Fronteiras e Identidades”, Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, *Campus* Toledo.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias

TOLEDO/PR

2017

Catálogo na Publicação elaborada pela Biblioteca Universitária
UNIOESTE/Campus de Toledo.

Bibliotecária: Marilene de Fátima Donadel - CRB – 9/924

T665c	<p>Tonkelski, Camila Cararo</p> <p>O consumo de bens culturais na era da internet : práticas e usos da cultura entre estudantes do ensino médio em Realeza / PR / Camila Cararo Tonkelski. -- Toledo, PR : [s. n.], 2017.</p> <p>163 f. : il., tabs.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Campus de Toledo. Centro de Ciências Sociais e Humanas.</p> <p>1. Ciências sociais - Dissertações 2. Jovens - Realeza (PR) – Conduta 3. Indústria cultural 4. Comunicação de massa e tecnologia 5. Internet - Aspectos sociais 6. Música e internet - Aspectos sociais I. Dias, Paulo Henrique Barbosa, orient. II. T</p> <p>CDD 20. ed. 302.23 303.4833</p>
-------	--

CAMILA CARARO TONKELSKI

**O CONSUMO DE BENS CULTURAIS NA ERA DA INTERNET: PRÁTICAS E
USOS DA CULTURA ENTRE ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO EM
REALEZA/ PR**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, no curso de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Linha de Pesquisa “Cultura, Fronteiras e Identidades” Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) em 15 de setembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias (Orientador)

UNIOESTE – Toledo

Prof^a. Dr^a. Andréia Vicente da Silva

UNIOESTE – Toledo

Prof^a. Dr^a. Zuleika de Paula Bueno

UEM - Maringá

Dedico esta dissertação às pessoas mais importantes da minha vida.

À mãe Luiza Cararo e à *nonna* Lucia Cararo por todo amor, confiança e paciência dedicados a mim neste período da vida.

Ao *nonno* José Franklin Cararo (*in memoriam*) que foi retirado de minha companhia no momento em que eu desenvolvia este trabalho e que me apoiou durante todo o tempo que estava ao meu lado. A ti, dedico todo o meu esforço.

Aos irmãos, Érica e Mateus e ao namorado Jocemar por todo carinho e incentivo ao longo desta jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas sem as quais esta obra não seria possível e a todos os seres de luz que se manifestaram neste período.

Aos jovens de Realeza/PR que aceitaram participar deste estudo, em especial à estudante Karen que facilitou o meu encontro a tantos destes jovens. Sou grata aos professores Paulo Duarte e Cristiana Suzin que me apresentaram alguns dos jovens entrevistados. Aos diretores, professores, pedagogas e funcionários dos colégios onde a pesquisa foi realizada, que possibilitaram minha entrada no local de pesquisa, além de me ceder aulas para a aplicação dos questionários.

Ao professor orientador, Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias, sem o qual a construção deste estudo seria impossível, dedico minha gratidão e respeito. Sou grata por todo tempo dedicado à minha pesquisa, pelas conversas, ensinamentos, paciência e atenção empregados no meu trabalho. Aos demais professores do mestrado por compartilhar tanto conhecimento conosco. À secretária do curso, Marilucy, por estar sempre atenta aos prazos que precisávamos cumprir. Por nos ouvir, aconselhar e dividir conosco algumas angústias.

Ao professor e amigo Rodrigo Kummer, pelo incentivo e confiança no meu trabalho, pelas conversas, orientações e correções ao longo dos anos em que estudei na UNIPAR.

À mãe Luiza, sou grata pelo apoio incondicional que dedicou a mim durante toda minha vida, em especial a partir do momento que eu ingressei na universidade – período no qual o tempo e o dinheiro tornaram-se ainda mais escassos. Agradeço a você que, apesar da vida humilde que sempre levou, ensinou aos filhos a ter honestidade e força de vontade para realizar todos os objetivos desejados.

À *nonna* Lucia, pelo carinho, amizade e pela constante preocupação de que eu ia “enfraquecer a cabeça” estudando tanto. Ao irmão Mateus, que, apesar de não compreender a minha escolha pela vida acadêmica – e pelos sábados, domingos e feriados na frente de livros, dados e computador – sempre me apoiou, do seu jeito. À irmã Érica que me “alfinetou” durante todo o período de construção do trabalho, repetindo incontáveis vezes “é pouco pra ti” ao mesmo tempo em que assumia todos os meus compromissos domésticos para que eu tivesse mais tempo de estudar.

Ao namorado Jocemar, popularmente conhecido por Colosso, por todo amor, carinho, compreensão, apoio e paciência – muita, muita paciência! – dedicados a mim nesta trajetória.

Aos colegas de trabalho de 2015, em especial à Monica, a “chefe” mais compreensiva do mundo, que flexibilizou o horário de trabalho de uma estagiária que desejava muito estudar para tentar o mestrado. Às amigas Tanecler, Franciele e Eliane que acompanharam pacientemente todo o meu trajeto, pelas incontáveis vezes que perguntaram “E o mestrado?”. A todos os colegas de trabalho que compartilharam comigo algumas etapas desta jornada.

À Mariza, que organizou o programa para tabular os dados quantitativos.

À amiga Daiana, por me ouvir, ouvir, ouvir... Por comemorar comigo angústias e ansiedades em alguns momentos e felicidades em outros. Agradeço por escutar todas as minhas emoções e lamentações, por ouvir um milhão de vezes a palavra “dissertação”, “dissertação”, “dissertação” sem reclamar nenhum momento destas palavras tão repetidas. As companheiras do movimento feminista, Débora, Gabi Nava e Gabi Velho, pelo carinho, amizade, debates e cervejas compartilhados.

Aos amigos e colegas de mestrado, em especial à Talita e Danielle pela companhia nas idas ao mestrado, por tornar estas viagens mais legais e descontraídas e pela amizade que surgiu destas idas e vindas. À Katiuska, Fran e André, pelos debates e conversas travados entre salas de aula, corredores e botecos.

Às melhores anfitriãs que alguém poderia ter no universo: Wanyla e Gabriela, sem as quais minha estadia e locomoção em Toledo certamente seria mais difícil. Sou grata pelo riso compartilhado, pela amizade e pelas incontáveis vezes que li a pergunta “Quando vem pra cá?”.

A todos os amigos que compreenderam minha ausência – inclusive do ciberespaço – nestes últimos meses.

A capes, pelo apoio financeiro.

TONKELSKI, C.C. **O consumo de bens culturais na era da Internet: práticas e usos da cultura entre estudantes do ensino médio em Realeza/ PR.** 2017. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Nível de Mestrado) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – *Campus Toledo*.

RESUMO

A dissertação tem como propósito compreender de que modo os jovens se relacionam com determinados bens simbólicos em uma época em que estes são usufruídos em grande medida com o recurso de aparelhos digitais e por meio da Internet. A pesquisa foi realizada entre os jovens estudantes de ensino médio de Realeza/PR. O objetivo é identificar diferenças nas formas de fruição cultural, propiciadas por aquelas tecnologias, entre jovens de condições socioeconômicas e culturais distintas. Busca-se analisar de que modo os jovens atuam na escolha de atividades, produtos e informações que circulam na rede.

PALAVRAS – CHAVE: Indústria cultural; Internet; Jovens.

TONKELSKI,C.C. **The consumption of cultural goods in the age of the Internet: practices and uses between students of high school in Realeza/PR.** 2017. Dissertation (Post-graduation Program in social sciences Master's level) – State University of West Paraná – Campus Toledo.

ABSTRACT

The dissertation has the propose to understand that way the young relation it with certain symbolic goods at a time when they are enjoyed in large extent with the resource of digital devices and by means of the Internet. The research was realized between the young students of high school in Realeza/PR. The objective is to identify differences in methods of cultural enjoyment, offered by those technologies, between young of distinct social, economic, and cultural conditions. It is seeking to analyze the young choose the activities, products and information that on this network.

Keywords: Cultural industry; Internet; young person.

LISTA DE TABELAS

TABELA 01: Local de acesso à Internet entre jovens do ensino público e privado.....	106
TABELA 02: Local de acesso à Internet entre jovens do ensino urbano e rural	107
TABELA 03: Aparelhos utilizados para ouvir música	124
TABELA 04: Aparelhos utilizados para ouvir música entre estudantes da rede pública e particular de ensino	125
TABELA 05: Aparelhos utilizados para ouvir música entre estudantes da área urbana e área rural.....	127
TABELA 06: Aplicativos e programas utilizados para ouvir música.....	131
TABELA 07: Aplicativos utilizados para ouvir música pelos alunos da rede particular e pública de ensino	132
TABELA 08: Locais em que os jovens costumam ouvir músicas.....	135

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 MUTAÇÕES NO MERCADO DE BENS CULTURAIS	16
1.1 O PROCESSO DE PRODUÇÃO INDUSTRIAL DE BENS CULTURAIS ...	16
1.1.1 A indústria musical	20
1.1.2 Popularização da indústria cultural entre as classes trabalhadoras	23
1.2 NASCE A CIBERCULTURA, MODIFICA-SE A INDÚSTRIA CULTURAL.....	29
1.2.1 Fruição musical no ciberespaço	42
2 AGÊNCIA E AGÊNCIA DOS OBJETOS	51
2.1 TEORIAS DA AGÊNCIA	51
2.2 AGÊNCIA DOS OBJETOS	58
2.3 <i>HABITUS</i> , GOSTOS DE CLASSE E ESTILOS DE VIDA	63
3 JUVENTUDES	67
3.1 JUVENTUDE (S): ENTRE COERÊNCIAS E PARADOXOS	67
3.2 CULTURAS JUVENIS: ALGUNS ASPECTOS.....	75
3.3 JUVENTUDES, ESCOLA E TRABALHO	83
3.4 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DO TEMPO LIVRE PELAS JUVENTUDES.....	88
4 A FRUIÇÃO DE BENS CULTURAIS ENTRE OS JOVENS DE REALEZA/PR	94
4.1 O <i>LÓCUS</i> DA PESQUISA.....	94
4.2 ENCAMINHAMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA.....	98
4.3 RESULTADOS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	100
4.3.1 Posse de equipamentos	100
4.3.2 Acesso a Internet	102
4.3.3 Atividades realizadas na rede	107
4.3.4 Redes sociais	109
4.3.5 A fruição de bens culturais por meio das novas tecnologias digitais	115
4.3.6 Usos na escola	137

4.3.7 Atividades realizadas fora da rede: entre obrigações e utilização do tempo livre.....	144
CONSIDERAÇÕES FINAIS	146
REFERÊNCIAS	149
APÊNDICE 01	155
APÊNDICE 02	157
APÊNDICE 03	163

INTRODUÇÃO

A partir do desenvolvimento da indústria cultural a nível mundial, os bens culturais - livros, jornais, revistas, filmes, novelas, músicas, entre outros – passaram a estar cada vez mais acessíveis a pessoas de todas as classes sociais. Ao mesmo tempo em que estes produtos começaram a integrar significativa parte da vida cotidiana dos sujeitos, os meios de comunicação também se desenvolveram. O dia-a-dia de pessoas de todas as partes do mundo passou a estar repleto destes bens simbólicos. Em consequência, o tempo dedicado à fruição cultural dos produtos considerados “de massa” aumenta a cada dia.

Atualmente, os jovens são a parcela da população que mais têm acesso aos bens culturais. Isso ocorre, em parte, porque eles são os indivíduos que mais utilizam alguns aparelhos digitais e a Internet, em um momento em que o ciberespaço é o cenário onde circula o maior fluxo de bens culturais. E também devido ao tempo livre de que boa parte dos jovens dispõe neste período da vida. Tendo isso em vista, esta pesquisa busca compreender como acontece a fruição cultural entre os jovens estudantes de ensino médio, por meio dos novos dispositivos digitais e da Internet.

O estudo foi realizado na cidade de Realeza, localizada no Sudoeste Paranaense. Esta cidade possui cinco colégios de ensino médio normal e profissional. Entretanto, um deles, a Casa Familiar Rural possui um número reduzido de alunos e falta uma série. Por isso, o estudo foi realizado apenas entre quatro escolas: Colégio Estadual do Campo de Flor da Serra – Ensino Fundamental e Ensino Médio; Colégio Estadual Doze de Novembro - Ensino Médio e Profissional; Colégio Estadual João Paulo II - Ensino Fundamental e Médio e Colégio Real - Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio. A modalidade EJA (educação de jovens e adultos) também não foi contemplada na pesquisa.

A intenção ao fazer um estudo comparativo entre os quatro colégios é verificar se as diferenças socioeconômicas interferem no modo como os jovens se relacionam com os bens simbólicos, com os equipamentos digitais e com a Internet.

A pesquisa foi realizada por meio de dados quantitativos e qualitativos. Em um primeiro momento, foram feitas 10 entrevistas exploratórias entre alunos dos quatro colégios. Posteriormente, foi selecionada uma amostra (25%) do universo estudado e

foram aplicados 169 questionários em todas as turmas dos quatro colégios. Em um momento final, voltei a entrar em contato com os alunos entrevistados na primeira etapa da pesquisa, a fim de sanar algumas dúvidas que surgiram no decorrer do estudo.

O primeiro capítulo se ocupa justamente do desenvolvimento do mercado de produtos culturais e dos meios de comunicação, que atuam simultaneamente divulgando e participando desta indústria. Abordo também os produtos e mídias que se tornaram mais populares entre a classe trabalhadora, que outrora não tinha esta facilidade no acesso aos bens simbólicos. Devido ao arcabouço teórico que utilizo, não faço diferenciação entre mídias e bens simbólicos, tendo em vista que os autores citados no referido capítulo analisam meios de comunicação e produtos culturais conjuntamente. Apresento algumas críticas sobre o processo de desenvolvimento do mercado cultural, embora não me ocupe da discussão acerca da legitimidade ou falta de legitimidade destes produtos. Alguns aspectos sobre o processo de evolução dos aparelhos digitais e da Internet são apontados.

No projeto inicial havia a intenção de reservar um maior espaço da pesquisa à fruição musical, uma vez que esta é o produto cultural mais popular de todos. Por isso, uma parte do primeiro capítulo é dedicada a um breve resgate histórico da industrialização da música, desde o surgimento do fonógrafo até o formato digital, mais popular atualmente. A finalidade é compreender as mudanças relacionadas à fruição musical ao longo do tempo. Contudo, ao longo do decorrer da pesquisa outros bens culturais surgiram constantemente na fala dos jovens, fator que influenciou no resultado final. Deste modo, apesar de haver uma tentativa de focar a música, no resultado final o foco recaiu sobre vídeos de diferentes formatos (seriados, filmes, vídeos curtos), livros e música.

O segundo capítulo é dedicado à teoria que envolve a agência, tanto dos sujeitos quando dos objetos. É apresentado o conceito de *habitus* enquanto princípio gerador de comportamentos e práticas e a teoria de Bourdieu sobre a apreciação do simbólico entre classes sociais distintas. O modo pelo qual os *habitus* atuam condicionando estilos de vida distintos entre indivíduos de condições socioeconômicas diferentes também será analisado (BOURDIEU, 1983; 1997; 2004).

Os estudos de Bourdieu (1983; 1997; 2004), Giddens (2003), Garfinkel (1996) e Penna (2012) foram utilizados na análise de como os sujeitos desenvolvem formas de agenciamentos em suas práticas diárias. Nestes estudos, também são evidenciados

pontos de vistas distintos sobre a relação entre indivíduos e estrutura social, procurando compreender como a agência se desenrola nas relações sociais.

Considerando que nosso estudo tem como um dos enfoques a utilização dos dispositivos digitais, uma parte do capítulo é dedicada ao debate sobre a agência dos objetos, em especial do celular, que atualmente é o aparelho digital mais comum entre as pessoas de todas as classes sociais (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2016). O estudo sobre agência, *habitus* e estilos de vida nos auxiliaram a realizar a análise sobre as diferentes formas de fruição cultural entre os jovens de Realeza/PR.

A terceira parte é dedicada a compreender o debate sociológico sobre a categoria juventude. Neste sentido, descrevemos quem são os sujeitos considerados jovens em nossa sociedade. Algumas características da chamada “cultura juvenil” e a influência do mercado de bens culturais na construção de padrões comportamentais e de consumo desta parcela da população são evidenciados. O papel da família, da escola e meios de comunicação enquanto elementos socializadores também é salientado. São feitos alguns apontamentos sobre a questão do trabalho juvenil. Por fim, uma pesquisa realizada em 2003 sobre a utilização do tempo livre entre os jovens é usada para posteriormente identificarmos mudanças na utilização deste tempo mediante a emergência e popularização das novas tecnologias digitais.

A quarta e última parte, é dedicada ao encaminhamento metodológico e resultados da pesquisa. Embora a principal intenção tenha sido compreender a fruição dos bens culturais por meio das NTICs (Novas Tecnologias de Informação e Comunicação), os aparelhos digitais e as redes sociais também ocupam papel de destaque no estudo, isto ocorre porque é por meio deles que os jovens desenvolvem novas formas de socialização e de fruição dos produtos culturais. Portanto, ao tentar compreender as novas formas de consumo cultural por meio da Internet e das NTICs foi necessário empenhar um esforço considerável na compreensão de como, quando e onde os jovens utilizam estas novas tecnologias, para, posteriormente, verificar tendências e *habitus* de fruição cultural.

1 MUTAÇÕES NO MERCADO DE BENS CULTURAIS

Gostemos ou não, sejamos a favor ou contra, um fato é certo: no mundo onde vivemos, os bens culturais industrialmente produzidos estão presentes na maioria dos lugares, fazendo parte do nosso cotidiano. Considerando as incessantes inovações tecnológicas que caracterizam as sociedades modernas, a intensidade e velocidade cada vez maiores destas inovações na fase tardia da modernidade e que tais movimentos influenciam diretamente o crescimento e expansão da indústria cultural, chegamos a um ponto em que se torna impossível vivermos alheios aos bens culturais industrialmente produzidos.

Não tenho a pretensão de fazer uma reconstituição histórica do processo de industrialização da cultura, mas entendo que a maioria dos fenômenos sociais tem a sua percepção comprometida e limitada quando não são apreendidos de uma perspectiva processual. Tenho como objetivo falar sobre as expressões, manifestações e representações culturais e não da cultura no sentido amplo do termo. Apresento uma breve discussão que me permite abordar de maneira mais direta meu objeto empírico, que é a industrialização do simbólico.

Tendo isso em vista, neste capítulo aponto de forma breve algumas mudanças pelas quais a indústria cultural e os bens por ela produzidos passaram desde o seu surgimento até a atualidade, com a intenção de identificar as transformações e modificações nas relações sociais mediadas por ela. Serão identificadas distintas formas de mediação proporcionadas pelas tecnologias utilizadas durante este processo.

Discurso também sobre as mudanças no modo de criar e perceber os bens culturais. O consumo musical neste contexto terá maior relevância durante o estudo, considerando que a música é o produto cultural que mais tem se adaptado aos meios de comunicação e às diversas novidades tecnológicas. Conforme Lévy (1999) a grande adaptação da música a diferentes contextos tecnológicos deve-se ao fato de que ela é inteligível independente da língua em que a letra da canção é escrita.

1.1 O PROCESSO DE PRODUÇÃO INDUSTRIAL DE BENS CULTURAIS

O que passou a ser denominada indústria cultural se tornou objeto de calorosos debates no âmbito das Ciências Sociais desde a década de 1930. Nestes debates tem se buscado entender de que maneira esta indústria, os produtos criados por ela e os meios

de comunicação influenciam e modificam o comportamento dos indivíduos e as formas de criação e percepção das representações e tipos de expressões simbólicas.

Ocupam lugar de destaque entre os estudiosos da indústria cultural os pesquisadores de uma “tradição” teórica que se convencionou chamar Escola de Frankfurt, contexto intelectual onde foi cunhado este conceito, também associados a uma corrente de pensamento conhecida como teoria crítica. Entre seus expoentes encontram-se Theodor W. Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin, além de Herbert Marcuse e Jürgen Habermas, que é considerado por alguns, herdeiro daquela tradição. A avaliação destes autores é primordial, na medida em que apresentam as mudanças sociais que estavam ocorrendo (principalmente na sociedade norte-americana) no momento em que os produtos da indústria cultural começaram a conquistar espaço e a fazer parte do cotidiano das pessoas.

Na concepção de Adorno (1978) o consumidor é o objeto da indústria cultural, apenas um acessório para que ela funcione. Ele e Horkheimer (2002, p.5) acreditavam que não havia como escapar da influência da indústria cultural, para eles “A cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema”. Os autores entendem que o negócio é a ideologia da indústria cultural. Desta maneira, o cinema e o rádio não constituem uma forma de arte, pois viraram um negócio.

Na perspectiva desenvolvida por estes autores, a indústria cultural caracteriza-se por ser o mercado onde acontece a produção e venda de bens culturais em larga escala. Nesta indústria, as formas de expressões artísticas viram meramente produtos, sendo avaliadas pelo seu valor de troca e não mais por sua originalidade e autenticidade. Eles entendem que as alterações comportamentais dos sujeitos é algo planejado pela indústria cultural. Neste sentido, os autores comparam a indústria cultural a uma indústria da diversão, porém esta diversão promovida pela indústria é planejada para não exigir nenhum esforço dos consumidores. Ela induz os espectadores a não terem pensamentos próprios ou esforço intelectual, assistindo a tudo passivamente. Os autores ilustram a perda de autonomia dos sujeitos perante a indústria cultural utilizando como exemplo a passagem do telefone ao rádio. Segundo os autores, o telefone era liberal, pois permitia que os indivíduos desempenhassem o papel de sujeito. O rádio, sendo democrático, transforma todos os usuários em ouvintes, tornando-os iguais na medida em que eles são sujeitados a ouvir os mesmos programas idênticos.

Diferentemente, Putterman (1994) ao se referir às transformações sociais decorrentes da divulgação em larga escala de obras produzidas industrialmente, salienta que simultaneamente ao desenvolvimento dos meios de comunicação observa-se o surgimento de novas formas artísticas e modos de pensar. Para o autor, a mudança no comportamento dos indivíduos acontece devido ao contato que estes passam a ter com mensagens que anteriormente não chegavam até eles.

Para Umberto Eco (2011) o mundo em que vivemos, repleto de bens culturais, se desenvolve a partir do momento em que todas as classes sociais têm a possibilidade de usufruir dos produtos culturais, quando estes passam a ser fabricados industrialmente. A cultura massificada está associada a “um preciso contexto histórico (aquele em que vivemos), onde todos os fenômenos comunicacionais – desde as propostas para o divertimento evasivo até os apelos para interiorização – surgem dialeticamente conexos” (p.16).

É por meio do folhetim que as classes populares passam a ter amplo acesso à cultura hegemônica. Isso acontece a partir de meados do século XIX, quando se desenvolvem as tecnologias de impressão e as narrativas passam a ser produzidas em grande número. O folhetim, no início de sua produção, caracterizava-se por ser o rodapé dos jornais, onde eram escritos todo tipo de variedades, desde resenhas e críticas literárias até receitas culinárias. Posteriormente, o espaço ocupado pelo folhetim passou a dedicar-se somente a narrativas novelistas e romances, escritos ou traduzidos para serem publicados em episódios semanais, com vistas a aumentar o comércio de jornais, barateando o custo das produções literárias para que mais pessoas pudessem ter acesso a elas. Os críticos literários não tiveram uma reação positiva perante a emergência do folhetim. Para eles, a verdadeira literatura seria destruída diante da organização comercial e industrial das narrativas (MARTIN-BARBERO, 1997).

A indústria dos livros, jornais e revistas tenta ao máximo, de acordo com Richard Hoggart (1973), abreviar e simplificar a escrita, a fim de não cansar seus leitores e não tornar a leitura maçante. De acordo com o autor o efeito de ler somente este tipo de narrativa é a rejeição, por parte dos leitores, da literatura séria em prol de uma literatura fantástica. Há, evidentemente, forte associação entre a leitura e a escolarização.

O desenvolvimento da produção em série de obras literárias na indústria cultural teria, para Bourdieu (2007, p. 102), ligação com “a extensão do público resultante da

generalização do ensino elementar, capaz de permitir as novas classes (e às mulheres) o acesso ao consumo cultural (por exemplo, através da leitura de romances)”.

Concordando em muitos pontos com seus colegas de Frankfurt, Benjamin (1975) entende que a partir do advento do século XX, as técnicas de reprodução se aperfeiçoaram de tal modo que elas mesmas podem se impor “como formas originais de arte” (p.12). Segundo o autor, desde então a obra de arte seria feita justamente para ser reproduzida. O cinema seria talvez o principal um exemplo disso. Um consumidor apenas não consegue pagar por um filme tal como consegue pagar por um quadro, por isso o filme é criado para ser reproduzido coletivamente, inúmeras vezes.

Conforme Benjamin (1975) as transformações sociais causam mudanças na forma pela qual os indivíduos percebem a arte. O autor argumenta que mediante o surgimento da indústria cultural a arte é percebida através de seu valor de exibição, pois ela está cada vez mais sendo criada para ser exposta, deixando sua função ritualística em segundo plano. Portanto, na medida em que o valor de culto da obra vai perdendo relevância, o valor de exibição se intensifica.

Há um conceito de grande importância em sua obra: aura. Esta é entendida como a autenticidade da obra de arte, sua história e sua duração material, o que a torna original e singular. Para ele o que explicaria socialmente o declínio da aura nas produções artísticas do período no qual escreveu teria sido a necessidade que as massas têm de manter as coisas mais próximas espacialmente e o desejo de possuir o objeto reproduzido. Isso faz com que a obra de arte produzida apenas uma vez seja depreciada, de modo que a quantidade torna-se sinônimo de qualidade. A principal crítica deste autor refere-se ao fato de que ao aperfeiçoar as técnicas de produção, aumentando a reprodutibilidade da obra de arte, esta perde sua aura.

A noção de alienação ocupa papel de destaque nas discussões sobre a produção industrial de bens simbólicos. Para Adorno e Horkheimer (2002), por exemplo, toda a sociedade está alienada à indústria cultural, que por sua vez reproduz todas as obras de maneira semelhante, recusando o que é novo e original. Segundo os autores a indústria cultural determina o que será consumido e desperta nos indivíduos a necessidade de consumir seus produtos. Por meio deste sistema as pessoas são condicionadas a se transformarem no que a indústria cultural quer que elas sejam, ou seja, indivíduos medianos. Estes sujeitos devem gostar de ver e ouvir todas as coisas promovidas pela indústria cultural e evitar criticá-la.

Apesar de concordar com Adorno e Horkheimer em muitos pontos, não penso que os sujeitos possuem um comportamento absolutamente passivo perante os produtos da indústria cultural. Compreendo que os indivíduos possuem a capacidade de escolher entre a multiplicidade de bens culturais que permeiam suas vidas, ainda que muitas vezes esta escolha esteja condicionada pelas condições socioeconômicas do contexto onde cada um vive (BOURDIEU, 1983). Portanto, os sujeitos possuem diferentes graus de agenciamentos que serão utilizados por eles nas práticas diárias, na preferência por determinados bens simbólicos e no modo de fruição cultural.

1.1.1 A indústria musical

No que diz respeito à música, o processo de padronização das obras musicais, exigidas pelo mercado, está na base das críticas de Adorno (1975). Para ele as obras submetidas a este processo são consideradas semelhantes ou idênticas, tirando a possibilidade do indivíduo escolher o que ele quer ouvir. Mais uma vez, a crítica do autor se dirige às consequências que a mercantilização da arte produz na relação entre os indivíduos e os bens culturais. Conforme o autor, aquele tipo de obra, designada por ele música ligeira, é produzida apenas para fazer sucesso, de maneira que as exigências dos consumidores musicais são ilusórias, uma vez que são obrigadas a se moldar a padrões gerais.

A fim de entender melhor a crítica dos autores sobre a indústria musical, torna-se importante contextualizar o processo de industrialização da música. Os primeiros registros de som gravados datam do final do século XIX, com o surgimento do fonógrafo. Segundo Santini (2006, p.16) “A música reproduzida mudou os processos de registro, difusão e consumo, do mesmo modo que, conforme McLuhan (1977), a imprensa mudou as condições de produção e de leituras literárias”.

Anteriormente à possibilidade de registrar os sons, o contato com a música precisava necessariamente de uma condição básica: a presença do ouvinte e do intérprete, no ato da execução musical (SANTINI, 2006). Com o advento da mecanização da música, o cenário de produção, execução e difusão musical muda drasticamente.

Segundo Daniel M. Gohn (2001) o desenvolvimento tecnológico da gravação sonora surge com o fonógrafo, inventado em 1877 por Thomas Edison, com a intenção de gravar a voz humana. A princípio a intenção do fonógrafo era gravar conversas ao

telefone, passando despercebida ao seu criador a possibilidade de gravar músicas com o novo aparelho (SANTINI, 2006).

A grande revolução musical que se inicia com o fonógrafo é a possibilidade de gravar música em suportes físicos, dispensando a presença do intérprete no ato da execução musical (SANTINI, 2006). Segundo Gohn (2001), o fonógrafo foi sendo aperfeiçoado e em 1888 surge o gramofone, criado por Émile Berliner. Enquanto o fonógrafo possibilitava apenas a gravação e reprodução do som, o gramofone viabiliza a cópia do som a partir de um molde de gravação. De acordo com o autor

O processo de duplicação de Berliner abriu o caminho para a música gravada como nós a conhecemos agora, em que permitiu que a mesma performance fosse transferida economicamente e com pouca ou nenhuma perda de fidelidade para centenas e milhares de discos (JONES, 1992, p.25 apud GOHN, 2001, p.4).

Ainda segundo Gohn (2001) a partir destas invenções os sistemas de gravação musical permaneceram evoluindo. Na década de 1920 o fonógrafo se tornou elétrico e na década de 1940 começam a surgir os primeiros discos (LP) modernos. Até este período os discos possuíam um tempo máximo de 3 minutos de gravação. No final da década de 40 é desenvolvido o processo de microsulcos, aumentando o tempo de gravação do LP de 3 para 23 minutos. O LP permanece sendo um sucesso até a década de 1980, quando é lançado no mercado o Compact Disc (CD), do qual falaremos na segunda parte deste capítulo.

Rose Marie Santini (2006) afirma que com o início do desenvolvimento da reprodução técnica nos mais diversos âmbitos, entre os quais a literatura a fotografia e os discos, as obras de arte passam a agregar o valor econômico, tornando-se então, mercadorias. Segundo a autora “Para tornar-se mercadoria, a arte se materializa em um produto potencialmente comercializável” (p.68).

Conforme Adorno (1975) a mercadoria possui sempre o valor de troca e o valor de uso. Na sociedade capitalista, o valor de troca se sobressai ao valor de uso, modificando a relação da sociedade com a arte. No caso específico da música, há uma modificação de sua função, pois quanto mais o valor de troca é exaltado mais este valor se torna objeto de prazer. O que importa é possuir a música (por meio de discos, do rádio ou de outros aparelhos), sendo que seu valor intrínseco é deixado de lado. A consequência disso é a regressão da audição.

A regressão da audição acontece mediante a grande propaganda em torno das canções de sucesso. Por meio da propaganda em torno de uma canção os ouvintes compradores sentem-se impelidos a obter a mercadoria musical. Esta mercadoria, tal como o cinema, pode ser apreciada distraidamente, de modo que os ouvintes não precisam prestar atenção no que estão ouvindo para apreciar a música. Entretanto, a prática da audição desconcentrada torna impossível conhecer a música em sua totalidade (ADORNO, 1975).

Adorno (1986) classifica a música em duas esferas. São elas a música séria, também chamada de música clássica e a música ligeira, entendida enquanto canção de sucesso. Na música séria, cada detalhe é importante na constituição da totalidade da peça, de forma que é necessário entender os detalhes da música para compreender o todo. No caso da música ligeira, os detalhes tornam-se substituíveis, pois nada no sentido musical da música ligeira seria afetado caso lhe fosse tirado uma parte. Segundo Adorno (1975) a música de sucesso é tão padronizada e normalizada que os ouvintes não mantêm mais o interesse na música em si, transferindo este interesse para as “habilidades acrobáticas instrumentais” (p.190).

Contudo, por meio da pesquisa de campo realizada em Realeza/PR, foi constatado que o modo de fruição musical está relacionado também à subjetividade das pessoas e não somente ao tipo de música que elas ouvem. Por exemplo, um jovem entrevistado declarou parar todas as atividades que está realizando em determinados momentos do dia ou da semana com a finalidade de ouvir música ligeira. Em contrapartida, uma jovem declarou ouvir música clássica enquanto estuda, demonstrando uma audição desconcentrada em relação à música séria.

Edgar Morin é um dos autores que se distanciam parcialmente da perspectiva de Adorno. Morin (1973) também faz uma análise da indústria musical, porém ao analisar a música o autor parte de outro ponto de vista, sendo ele a multidimensionalidade da canção. A canção moderna é multidimensional porque possui dupla constituição, verbal e musical, ao mesmo tempo em que está atrelada à dança e ao espetáculo. O espetáculo é a apresentação musical onde o artista exhibe não somente a sua voz, mas também o seu ser.

Atualmente poderíamos acrescentar mais uma dimensão a música: a escrita. O ciberespaço permitiu aos ouvintes o fácil acesso a incontáveis letras e traduções musicais. É comum a performance, a canção e a letra/tradução musicais estarem

disponíveis em um mesmo arquivo na rede, geralmente em forma de vídeo, acessado, na maioria dos casos, pelo site Youtube.

Segundo Morin, a indústria da canção gira em torno do disco. O disco trás inúmeras possibilidades tanto para intérpretes quanto para ouvintes. Por meio do disco pode-se alterar as vozes dos artistas e criar efeitos especiais na música, fazendo com que não seja mais necessário que o cantor tenha uma voz possante. Em contrapartida, ele precisa ter um ótimo sistema de sonorização. A reprodução das gravações, veiculadas pelas transmissões radiofônicas ou privadamente, traz aos ouvintes a oportunidade de ouvir música “a todo instante, todo tempo, em qualquer lugar” (MORIN, 1973, p.150).

A facilidade na divulgação musical e o fato de que a música pode ser compreendida pelos ouvintes, ainda que estes não compreendam o idioma em que ela foi escrita – pois muitas vezes gostamos de canções das quais nem sequer entendemos a letra – faz com que ela seja o produto cultural que melhor se adapta entre os meios de comunicação e aos diferentes públicos, transformando a música no objeto de consumo mais cotidiano de todos (LÉVI, 1999). Morin descreve de que maneira as canções de sucesso são substituídas tão rapidamente por outras canções. Em um primeiro momento a canção é divulgada por uma estação de rádio inúmeras vezes ao dia, despertando no ouvinte a vontade de comprar o disco que possui tal canção. O consumidor ouvirá o disco incessantemente por horas até saturar a vontade de ouvir a canção, que será substituída por outro sucesso. Deste modo, forma-se um ciclo onde as canções de sucesso são substituídas quase semanalmente (MORIN, 1973).

Concordando com Adorno, Morin (1973) entende que o caráter primordial da canção moderna é justamente o divertimento, por isso a música é ouvida distraidamente. Entretanto, o que Adorno entende enquanto regressão da audição, Morin compreende como novas maneiras de utilizar a música. Para o autor a música moderna traz diversas possibilidades novas aos sujeitos, entre as quais a música atrelada à dança, ao espetáculo e a oportunidade de ouvir a canção em diversos locais. É justamente essa facilidade de acesso à canção que faz com que as canções de sucesso sejam produzidas, difundidas e saturadas de maneira tão rápida entre os ouvintes, o que requer novas canções, movimentando o mercado da música.

1.1.2 Popularização da indústria cultural entre as classes trabalhadoras

Vinculado a outra tradição teórica, Richard Hoggart estuda o consumo de bens culturais entre a classe trabalhadora da Inglaterra. Em sua pesquisa o autor consegue identificar a maneira pela qual a indústria cultural atua no cotidiano da classe trabalhadora, criando entre as pessoas a ideia de que todos os bens produzidos por esta indústria são bons. Hoggart (1973) afirma que os meios de comunicação gradativamente vão transmitindo aos operários a noção de que devem substituir os velhos hábitos, considerados antiquados, por hábitos e consumos novos.

Neste processo de substituição do antigo pelo novo, Hoggart (1973), tal como Adorno e Horkheimer, considera que o indivíduo mediano é heroicizado pela indústria cultural. Os jornalistas e locutores lisonjeiam o homem insignificante e vulgar, visto que são esses indivíduos que formam seu grande público. O homem vulgar é visto como virtuoso. “O homem insignificante tem a sensação de que é um grande homem, porque tudo é reduzido à sua escala; os seus limites e as suas reações são os limites estabelecidos” (HOGGART, 1973, p. 23). E ainda

Todos os homens são igualmente bons, mas os homens simples são melhores do que os outros. [...] A solidariedade degenera assim num comunismo informe, comunismo que deriva apenas do consenso feral de que devemos todos orgulhar-nos da nossa insignificância (HOGGART, 1973, p. 82).

Estes indivíduos medianos formam um grande grupo, que aceita sem questionar parte considerável do que lhe é ofertado pelos programas da indústria cultural. O comportamento passivo do grupo vai formando uma mentalidade de rebanho, e todo aquele sujeito que destoar desta mentalidade é considerado um antiquado, desmancha-prazeres, é ridicularizado pelo grupo (HOGGART, 1973).

Neste ponto, devemos compreender o forte sentido que o grupo tem para a classe operária. Pertencer a um grupo proporciona às pessoas o sentimento de familiaridade, de amizade com os demais membros do grupo. Deste modo, evita-se fazer críticas que irão desagradar os outros membros do grupo, por isso o sentimento de conformidade se propaga entre os membros do grupo. Estar em conformidade com a mentalidade do grupo leva os indivíduos a possuírem comportamentos semelhantes. Nesta questão específica o comportamento é aceitar o que a indústria cultural oferece como novo, divertido e moderno (HOGGART, 1973).

Entretanto os sujeitos não possuem comportamentos idênticos ao consumir os produtos da indústria cultural. Como salienta Hoggart (1973), mesmo no caso da classe operária, alguns indivíduos apresentam resistência ao que é considerado moderno pelo grupo. Nesta perspectiva, devemos evitar a compreensão errônea que a cultura, a comunicação, a imprensa e a mídia chamadas “de massa” sejam algo homogêneo.

Conforme Castells se os indivíduos possuem algum grau de autonomia sobre seu comportamento “as mensagens enviadas pela mídia deverão interagir com seus receptores e, assim, o conceito de mídia de massa refere-se a um sistema tecnológico, não a uma forma de cultura, a cultura de massa” (1999, p.360). Isto não quer dizer que os meios de comunicação não influenciem nos comportamentos das pessoas, ou que sejam neutros em relação a isso. Entretanto, essa influência se dá por meio de mensagens que serão interpretadas pelos indivíduos de maneiras diferentes, de acordo com o contexto em que cada um vive.

Compartilhando deste ponto de vista, Thompson (1995, apud GIDDENS, 2001) entende que os meios de comunicação, ao invés de impedirem a formação de um juízo crítico, nos proporcionam novas informações às quais não possuíamos acesso anteriormente à existência destes meios. Thompson critica a Escola de Frankfurt argumentando que os teóricos integrantes desta escola tratam os indivíduos como se todos recebessem passivamente as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação. Segundo o autor as mensagens veiculadas pela mídia são discutidas, interpretadas, reinterpretadas e transformadas pelos indivíduos, de modo que estes se apoderam e incorporam estas mensagens, que por sua vez ajudam a moldar novos conhecimentos, sentimentos, preferências e experiências.

Jesús Martín-Barbero (1997) propõe estudar os meios de comunicação a partir das mediações que eles promovem e das transformações culturais nas quais eles irão desempenhar papel fundamental. Segundo o autor é na década de 1920 nos Estados Unidos que os meios de comunicação irão se desenvolver de forma mais acentuada. Nesta época o “estilo de vida norte-americano” estava sendo difundido mundialmente, fazendo com que a cultura de massa virasse tendência no mercado mundial. Para Martín-Barbero a tecnologia proporcionou mudanças nos meios de comunicação, possibilitando a emergência de novas relações sociais mediadas por estes meios.

A televisão é um dos meios de comunicação mais populares no mundo todo. Isso acontece porque assistir televisão exige pouca concentração por parte da audiência, permitindo que o sujeito desempenhe outras atividades ao mesmo tempo em que assiste

a um programa. Neste sentido, Castells (1999, p.359) entende que “a mídia, em especial o rádio e a televisão tornou-se o ambiente audiovisual com o qual interagimos constante e automaticamente”.

Manuel Castells faz uma análise sobre o surgimento e os motivos que levaram a TV a ser tão bem recebida pela grande maioria da população. De acordo com Castells (1999) A televisão começou a ser difundida entre os consumidores trinta anos após a Segunda Grande Guerra e fez com que os demais meios de comunicação se estruturassem e se reorganizassem de acordo com os novos padrões de comunicação televisiva.

A hipótese de W. Russel Neuman (1991, apud CASTELLS, 1999) é que a predominância da televisão no âmbito da comunicação deve-se à existência de uma audiência preguiçosa, onde os indivíduos sentem-se atraídos pelo caminho que exija o menor esforço possível. Castells (1999) entende que a explicação para o sucesso da comunicação televisiva se encontra nas condições de vida dos indivíduos, que passam o dia trabalhando arduamente e quando voltam para casa não encontram opções diversificadas de envolvimento cultural. Conforme o autor:

[...] o padrão comportamental mundial predominante parece ser que, nas sociedades urbanas, o consumo da mídia é a segunda maior categoria de atividade depois do trabalho e, certamente, a atividade predominante nas casas. Essa observação, no entanto, deve ser avaliada para o verdadeiro entendimento do papel da mídia na nossa cultura: ser espectador/ouvinte da mídia absolutamente não se constitui uma atividade exclusiva. Em geral é combinada com o desempenho de tarefas domésticas, refeições familiares e interação social (CASTELLS, 1999, p.358).

Nesta perspectiva, Hoggart (1973) conclui que as classes trabalhadoras são as mais vulneráveis a influência dos bens massificados. Entretanto, o autor não considera que todos os membros da classe trabalhadora vivem subordinados aos produtos da indústria cultural, pois alguns apresentam resistência às formas de expressão cultural desenvolvidas por esta indústria.

Apesar das críticas negativas que Hoggart (1973) faz à indústria cultural, o autor também considera que a produção industrializada de mercadorias, da qual a cultura de massa faz parte, não trouxe somente malefícios à vida das pessoas, tendo também consequências positivas, como a melhoria da situação de vida das classes trabalhadoras, que têm maior acesso aos bens de consumo, à saúde e à educação. Para Hoggart, o fator

que pode levar a condenar as publicações de massa é que elas dificultam as pessoas de adquirirem uma sabedoria própria.

Em concordância com o pensamento de Hoggart, Rüdiger (2011) entende que se por um lado as condições materiais de existência melhoraram a partir do advento da indústria de massas, por outro lado este progresso “elogiável, é pago com o embotamento da experiência e o bloqueio dos processos de autocultivo progressivo e emancipatório” (p.55). Para Rüdiger, a partir do momento em que o indivíduo está submetido às condições de vida da modernidade, ele se torna incapaz de desenvolver e aperfeiçoar sua individualidade por iniciativa própria.

A burguesia orientou a estruturação da sociedade de forma que a classe trabalhadora não tivesse acesso à cultura – associada aqui ao processo de desenvolvimento do indivíduo, por meio do acesso às humanidades, às letras, às artes e às ciências. O surgimento da indústria cultural suspendeu este privilégio da burguesia, ampliando o campo da cultura “mas em condições que acabaram por estimular a esterilização política, moral, estética e filosófica da criação cultural e por submeter o processo de formação ao fetichismo da mercadoria” (RÜDIGER, 2011, p.55).

O resultado deste processo, conforme Adorno (2004, p.232 apud RÜDIGER, 2011, p.55) é que as massas têm acesso aos bens culturais, mas não conseguem se apropriar dos mesmos “de forma viva, concreta e individual [...] de cultivarem a experiência e desenvolverem progressivamente sua individualidade, conforme era o programa contido originariamente no conceito de cultura”.

Benjamin conclui que “A proletarização crescente do homem contemporâneo e a importância cada vez maior das massas constituem dois aspectos do mesmo processo histórico” (1975, p.33). Entende-se com esta afirmação que, na medida em que os sujeitos passam a ocupar cada vez mais o mercado de trabalho e têm condições de consumir os produtos da indústria cultural, a opinião das massas passa a ser considerada pelos produtores, visto que é ela que irá comprar os produtos.

Para Umberto Eco, as pessoas são persuadidas a consumir determinados itens por meio de mensagens presentes na mídia, de acordo com o autor:

Frequentemente, essas massas impuseram um *ethos* próprio, fizeram valer, em diversos períodos históricos, exigências particulares, puseram em circulação uma linguagem própria, isto é, elaboraram propostas saídas de baixo. Mas paradoxalmente, o seu modo de divertir-se, de pensar, de imaginar, não nasce de baixo: através das

comunicações de massa, ele lhes é proposto sob forma de mensagens formuladas segundo o código da classe hegemônica. Estamos assim, ante a singular situação de uma cultura de massa, em cujo âmbito o proletariado consome modelos culturais burgueses, mantendo-os dentro de uma expressão autônoma própria. Por seu lado, uma cultura burguesa – no sentido em que a cultura “superior” é ainda a cultura da sociedade burguesa dos últimos três séculos – identifica na cultura de massa uma “subcultura” que não lhe pertence, sem perceber que as matrizes da cultura de massa ainda são as da cultura “superior” (ECO, 2011, p.24-25).

De acordo com o pensamento de Eco, é a própria mídia que fornece aos indivíduos a ideologia da cultura de massa, em um ciclo onde os indivíduos são induzidos a consumir determinados produtos que foram criados de acordo com parâmetros burgueses.

Segundo Hoggart (1973) a consequência das produções em massa pela indústria cultural será a abolição da cultura de classe, substituída por uma cultura de todos, uma cultura sem classe. Em contrapartida, Bourdieu (2007) entende que há campos de produção diferentes coexistindo dentro de um mesmo sistema. De acordo com este autor

O campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição – mais ou menos marcada conforme as esferas da vida intelectual e artística – que se estabelece entre, de um lado, o campo de produção erudita enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação destes bens) objetivamente destinados (ao menos a curto prazo) a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o campo da indústria cultural, especificamente organizado com vistas à produção de bens culturais destinados a não-produtores de bens culturais (“o grande público”) que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das classes dominantes (“o público cultivado”) quanto nas demais classes sociais (BOURDIEU, 2007, p.105).

Nota-se que há divergências nas conclusões dos autores no que diz respeito à abrangência dos bens culturais industrialmente produzidos na sociedade. Enquanto Hoggart acredita que haverá bens consumidos em todas as classes sociais, Bourdieu entende que existem campos de cultura cujos bens são majoritariamente produzidos, e, sobretudo, consumidos por agentes localizados em espaços sociais distintos, com competências, práticas e capital social específicos.

Constata-se também que a legitimidade da cultura produzida pela indústria cultural é algo que ainda está em discussão. O que Benjamin (1975) entende como novas formas de obras de arte, Bourdieu chama de “artes médias em vias de consagração” (2007, p.147-148). Para Bourdieu, o que difere as artes médias da arte erudita é a legitimação da segunda, entre outras instâncias de consagração, pelo sistema de ensino, destituindo, por assim dizer, de legitimidade os bens culturais associados a outras esferas sociais.

Apesar da grande acessibilidade que a população tem aos produtos culturais, raramente estes vão interessar a todos os indivíduos. “A distinção com base no tipo de educação e no gosto continuará existindo” (PUTTERMAN, 1994, p.21).

A partir das diferentes perspectivas teóricas expostas acima, objetivou-se expor o impacto que a indústria cultural causou na produção, consumo e percepção dos bens culturais na sociedade moderna. Abordaremos a seguir como, com o surgimento da Internet e das novas tecnologias digitais, os sujeitos passaram a dispor de uma inestimável quantidade de bens culturais, informações e formas de expressão.

As reconfigurações da indústria cultural mediante consolidação de novas tecnologias digitais propiciou não só novas formas de relação com as obras, mas, sobretudo, o advento de formas de relação social inusitadas. Tal processo configuraria o desenvolvimento do que se convencionou chamar de ciberespaço e de um novo “padrão” cultural a ele associado e as mudanças no consumo musical dentro deste contexto. Este “cenário” caracteriza-se por uma nova configuração sociotécnica na qual os usos que os indivíduos fazem do simbólico - conhecimentos, informações e diversas formas de expressão - transformam-se drasticamente.

1.2 NASCE A CIBERCULTURA, MODIFICA-SE A INDÚSTRIA CULTURAL

A intensa comunicação e o imenso acesso a informações e aos bens culturais são algumas das características das sociedades contemporâneas. A proliferação de novas tecnologias digitais nos trouxeram possibilidades nunca vistas antes. A comunicação, o intercâmbio de informações em múltiplos formatos através da troca de mensagens, do compartilhamento de vídeos, textos, músicas, fotos e o acesso à televisão, cinema e rádio estão disponíveis ao simples toque de uma tela. Vivemos em um mundo de constante conexão e interação. Deste modo, a indústria cultural acaba perdendo o

controle total sobre o consumo de seus produtos, que se tornam cada vez mais baratos e acessíveis. O consumo cultural neste contexto passa a ser mediado em grande medida por equipamentos que utilizam tecnologias digitais.

André Lemos (2015) afirma que o aperfeiçoamento das novas tecnologias digitais faz parte de um processo iniciado com o desenvolvimento das “novas tecnologias de comunicação (NTC)” (p. 68). Segundo o autor, as NTC tiveram o seu *boom* no século XIX, por intermédio dos aparelhos eletroeletrônicos. Conforme Lemos

O que chamamos de novas tecnologias de comunicação e informação surge a partir de 1975, com a fusão das telecomunicações analógicas com a informática, possibilitando a veiculação, sob um mesmo suporte – o computador –, de diversas formações de mensagens. Essa revolução digital implica, progressivamente, a passagem dos *mass media* (cujos símbolos são a TV, o rádio, a imprensa e o cinema) para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Aqui a circulação de informações não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos) (LEMOS, 2015, p.69).

A globalização – que implica sobretudo na interdependência entre grupos e nações, nos âmbitos econômico, político, social e cultural – tem como uma base de sustentação e adquiriu seus contornos, de acordo com Giddens (2001) principalmente por meio do “desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, que vieram intensificar a velocidade e o âmbito das interações entre os povos do mundo inteiro” (p.52).

Segundo Giddens (2001) no período pós-guerra iniciou-se uma grande transformação na área das telecomunicações, intensificando a comunicação a nível global. Para o autor, isto resulta de grandes avanços tecnológicos e infra-estruturais neste meio. Ele salienta que estamos vivendo em um período marcado pela interconexão, que é, sobretudo, decorrente do fluxo mundial das modernas comunicações. Nas palavras do autor:

Ao longo das últimas décadas, temos sido testemunha de um processo de convergência na produção, distribuição e consumo de informação. Formas de comunicar, como a impressão, a televisão e o cinema, esferas relativamente independentes no passado, têm vindo a entrelaçar-se extraordinariamente. [...] Os jornais podem ser lidos online, o uso do telefone móvel cresce exponencialmente e a televisão digital e os serviços de difusão por satélite permitem uma diversidade

de escolha sem precedentes. No entanto, é a Internet que está no centro da revolução das comunicações. Com a expansão de tecnologias como o reconhecimento de voz, as transmissões em banda larga, as ligações por cabo, a Internet ameaça eliminar as diferenças entre os *media* tradicionais, tornando-se assim o canal por excelência de oferta de informação, entretenimento, publicidade e comércio para os vários públicos dos *media* (GIDDENS, 2001, p.456, grifo do autor).

Lemos e Giddens, já percebiam que a novidade na indústria cultural contemporânea é justamente a convergência e integração de diversas mídias em um só lugar, que é a Internet. Outra possibilidade que surge com a rede é de produção e emissão de conteúdos pelos próprios internautas, fazendo com que estes sejam produtores e receptores ao mesmo tempo, em um contexto de comunicação bidirecional. Este ambiente é chamado por alguns autores como Pierre Lévy, Arturo Escobar e André Lemos de ciberespaço.

Antes de nos determos na problemática que envolve o ciberespaço e a cibercultura, precisamos entender o processo que tornou possível a existência destas novas formas de comunicação. Buscamos entender a conjuntura que proporcionou o surgimento e a difusão do computador e da Internet, bem como a relevância destes para a circulação de informação e de bens culturais em nossa sociedade. Conforme Castells

[...] no final do século XX estamos vivendo um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa “cultura material” pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação” (CASTELLS, 1999, p.49).

O contexto pós Segunda Guerra Mundial proporcionou o desenvolvimento de várias áreas tecnológicas, referindo-se em especial ao em final do século XX. Castells (1999) destaca os novos avanços tecnológicos na área da medicina, das fontes de energia, dos transportes e técnicas de produção. É neste período, durante e depois da Segunda Grande Guerra, que aconteceram as maiores conquistas e invenções na área da eletrônica como, por exemplo, o computador.

Pierre Lévy (1999) afirma que os primeiros computadores datam de 1945, criados nos Estados Unidos e na Inglaterra. Conforme o autor, os primeiros

computadores eram utilizados para realizar cálculos científicos e foram destinados ao uso militar até a década de 1960, quando seu uso civil foi difundido.

Segundo André Lemos (2015) nesta conjuntura surge a rede Arpanet, que posteriormente deu origem à Internet. A Arpanet foi criada durante a guerra fria como uma tática militar dos EUA, com a finalidade de proteger informações essenciais deste país. De acordo com Castells, a Internet teve sua origem na década de 60 nos Estados Unidos da América, com a finalidade de “impedir a tomada ou destruição de comunicações pelos soviéticos, em caso de guerra nuclear” (1999, p.26).

Considerando o motivo pelo qual a Internet foi criada e o contexto libertário dos anos 60, no qual o compartilhamento de objetos e conhecimentos era uma intenção presente, o resultado foi uma rede aberta que não pode ser controlada “a partir de nenhum centro” (CASTELLS, 1999, p.26). Ainda conforme o autor, apesar de terem surgido na década de 60, as tecnologias da informação passaram a ser difundidas somente após a década de 1970.

Castells (1999) compara a difusão da Internet com o surgimento da escrita, considerando a relevância de ambas para a comunicação. Para o autor, o alfabeto preencheu a lacuna que existia entre o discurso oral e o discurso escrito, sendo de suma importância para a acumulação de conhecimentos.

Entretanto, o resultado do surgimento do alfabeto e posteriormente da imprensa, foi uma separação entre a comunicação escrita e o sistema audiovisual. Deste modo, com a aparição do discurso escrito, os sons e as imagens ficaram restritos ao mundo das artes clássicas e passaram a ter maior destaque somente no século XX, com o surgimento do filme, do rádio e da televisão (CASTELLS, 1999).

A integração entre os modos de comunicação escrito e audiovisuais só acontece com o surgimento da rede interativa, sobre a qual está emergindo uma nova cultura de comunicação (CASTELLS,1999). Ainda de acordo com o autor:

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – integrados a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. [...] Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema e serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 1999, p.354).

Partindo desta mesma perspectiva, André Lemos (2015) entende o desenvolvimento da Internet como uma revolução que torna cada vez mais real a ideia de desenvolvimento de uma aldeia global, tendo em vista que a Internet possibilita a troca de informações de variadas formas, entre pessoas dos mais diferentes lugares do mundo em tempo real.

No princípio deste processo o acesso aos computadores e à Internet é restrito a um pequeno número de setores. Para Castells (1999) o índice de maior uso de computadores estava relacionado às atividades profissionais, porém, o autor salienta que a utilização dos PCs na esfera social estava aumentando.

Na década de 1990, período em que Manuel Castells realizou sua pesquisa, ele concluiu que os computadores pessoais eram utilizados em sua maioria por pessoas com mais instrução e maior poder aquisitivo. Atualmente o que se percebe é que uma parcela considerável da população, em especial os mais jovens, acessa regularmente a Internet. Como apontam os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2015, a parcela da população que mais utiliza a Internet e as novas tecnologias digitais são os jovens de 16 a 25 anos. A comunicação passou a ser crescentemente mediada por aparelhos eletrônicos, sejam eles tablets, celulares, computadores ou notebooks.

De acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) de 2010 95, 1% da população brasileira possuía televisão, 81,4% possuía rádio e 38,3% possuía microcomputador e desta porcentagem apenas 30,7% com Internet. Porém se comparados aos dados do IBGE de 2000, a porcentagem de pessoas que possuem televisão aumentou apenas 7,9%, a porcentagem de pessoas que possui rádio diminuiu em 6,5% à medida que a porcentagem de indivíduos que possuem microcomputador aumentou significativos 27,7%.

O surgimento das novas tecnologias de comunicação e informação condicionam mudanças nas relações e nas estruturas sociais. Arturo Escobar (2005) entende que o desenvolvimento da informação computadorizada e a biotecnologia estão transformando a estrutura e o significado da cultura nas sociedades modernas. As tecnologias de computação e informação estão fomentando discussões sobre o regime de tecno-socialidade, ou seja, das formas de sociabilidade mediadas por aparelhos eletrônicos e do processo de construção social mediado pelas novas tecnologias. Por sua vez a biotecnologia está cedendo espaço à bio-socialidade. A bio-socialidade diz respeito às

intervenções tecnológicas na área da biologia que estão criando uma nova ordem de produção da vida, da natureza e do corpo.

De forma semelhante Castells (1999, p.42) conclui que está surgindo um novo modelo de estrutura social, que tem sua origem no que autor chama de “sociedade na era da informação”. Neste sentido, as novas tecnologias digitais e em especial a Internet reconfiguram práticas culturais que já existiam anteriormente à difusão da rede interativa.

O conjunto de práticas culturais que emergem justamente com o desenvolvimento da informática e do ciberespaço foi nomeado de cibercultura. De acordo com Lemos (2015) a cibercultura tem sua origem nos anos 1970, com a microinformática:

[...] a cibercultura surge como os impactos socioculturais da microinformática. Mais do que uma questão tecnológica, o que vai marcar a cibercultura não é somente o potencial das novas tecnologias, mas uma atitude que, no meio dos anos 1970, influenciada pela contracultura americana, acena contra o poder tecnocrático. O lema da microinformática será: “computadores para o povo” (computer to the people)” (LEMOS, 2015, p.99).

Em concordância com as percepções de Lemos, Pierre Lévy (1999) sustenta a tese de que o surgimento do ciberespaço é resultado de um movimento social liderado majoritariamente por jovens, que desejavam o desenvolvimento de comunidades virtuais, a intercomunicação e a inteligência coletiva. A partir deste movimento, os computadores começaram a ser difundidos entre os indivíduos. O resultado é que o preço dos computadores ficou acessível às pessoas comuns, e estas não necessitavam mais da assistência dos informatas para usar o computador.

Francisco Rüdiger (2011) afirma que o termo cibercultura passou a ser popularizado entre intelectuais na década de 90, mesmo período em que a difusão da Internet teve seu maior crescimento. Conforme o autor, Robert Wiener foi um dos precursores da cibernética. Preocupado com os problemas comumente enfrentados pela humanidade – entre eles fome, guerras, doenças e violência – Wiener acreditava que a cibernética poderia auxiliar na resolução destes problemas sociais.

Para Hilton (1964, p.146 apud RÜDIGER, 2011, p.48) apenas “os seres humanos que aprenderem a usar a máquina com sabedoria serão por ela liberados para alcançar a sua excelência”. Rüdiger (2011) apropria-se dos estudos de Hilton (1964) e

Simondon (1989) para concluir que uma revolução cibernética, ou seja, a resolução de problemas sociais por meio da tecnologia, só será possível a partir da reestruturação dos sistemas de ensino dos quais a massa participa, a fim de promover uma educação que seja ao mesmo tempo tecnológica e reflexiva.

Segundo Simondon (1989 apud RÜDIGER, 2011) para o pensamento burguês, que tendia a considerar homens e máquinas enquanto opostos, cultura e tecnologia eram entendidas como forças incompatíveis, de modo que o pensamento cibernético poderia auxiliar harmonizar estas duas forças. Conforme o autor, considerando que é por meio da cultura que o homem se relaciona com o mundo, torna-se impossível negar a importância da tecnologia nesta relação. Deste modo, a tecnologia deve ser incorporada pela cultura.

De acordo com Pierre Lévy (1999, p.17) a categoria cibercultura “especifica o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Por sua vez, o ciberespaço é o cenário onde se propaga a cibercultura. O ciberespaço, também chamado de rede por Lévy é entendido como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (1999, p.17). Ainda conforme o autor, o termo ciberespaço não se refere somente às condições materiais que possibilitam a comunicação digital, mas também a todo o universo de conhecimentos presentes neste espaço e aos indivíduos que nutrem e ajudam a manter este universo.

Através dos estudos de André Lemos (2015) é possível perceber que o desenvolvimento do ciberespaço deve-se ao surgimento das tecnologias digitais, que substituem as tecnologias analógicas. Isso acontece porque os arquivos digitais – sejam eles arquivos de texto, imagem ou som – possuem um mesmo formato, sendo traduzidos em *bits*. Os *bits* são códigos binários organizados a partir dos algarismos 0 e 1. O desenvolvimento da tecnologia digital possibilitou o armazenamento, a cópia e a distribuição dos mais variados arquivos entre os computadores de todo o mundo.

Escobar (2005) entende que tradicionalmente a tecnologia é considerada como neutra, visto que a mesma não é qualificada nem como boa, nem como ruim e não pode receber a culpa de como os seres humanos a utilizam. Para o autor, a teoria implícita nesta ideia é um evolucionismo determinista, onde a tecnologia e a ciência são o ponto de partida para chegar a um progresso social. Para Escobar a sequência desta evolução

teria início na ciência, passando pela tecnologia, pela indústria, pelo comércio e chegando finalmente ao progresso social.

Entretanto, novos estudos estão surgindo e alterando a ideia de linearidade das mudanças tecnológicas. O cerne destas renovações teóricas é a ideia de construtivismo social, onde se considera que os processos sociais são inseparáveis das inovações tecnológicas e que ambos são regulados por meio de acordos e arranjos dentro de determinada estrutura social (ESCOBAR, 2005).

Pierre Lévy (1999) conclui, em termos semelhantes aos de Escobar que, se por um lado as técnicas são produzidas pelo ser humano, as ferramentas que o próprio ser humano imaginou e inventou ajudam a moldar o homem. Ele entende que não se pode separar o mundo material das ideias, das técnicas e dos seres humanos, como se cada um fizesse parte de uma esfera separada da sociedade, pois é por meio da relação entre estes campos que os homens atribuem significados ao mundo e à própria existência. “Por trás das técnicas agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, interesses econômicos, estratégias de poder, toda a gama dos jogos dos homens em sociedade” (LÉVY, 1999, p.24).

Uma sociedade é condicionada pelas técnicas que inventou e utiliza, na medida em que estas abrem possibilidades sociais e culturais que não existiriam sem o seu desenvolvimento. Desta maneira, uma técnica não pode ser classificada como boa, como má ou como neutra, visto que isso depende dos contextos em que cada uma é utilizada e das possibilidades que cada técnica faz surgir ou desaparecer (LÉVY, 1999).

Portanto, esta perspectiva mais recente a partir da qual as novas tecnologias e o contexto em que as mesmas foram produzidas são indissociáveis, ganha relevância na análise. É neste sentido que Escobar (2005) considera que a cibercultura está fomentando uma reformulação da natureza da modernidade. Para o autor, a cibercultura ajuda a configurar novas possibilidades de relações entre natureza, seres humanos e máquinas.

Diz ele:

[...] um computador conectado ao ciberespaço pode recorrer às capacidades de memória e de cálculo de outros computadores da rede (que, por sua vez, fazem o mesmo), e também a diversos aparelhos distantes de leitura e exibição de informações. Todas as funções da informática são distribuíveis e, cada vez mais, distribuídas. O computador não é mais um centro, e sim um nó, um terminal, um componente da rede universal calculante. Suas funções pulverizadas

infiltram cada elemento do tecnocosmos. No limite, há apenas um único computador, mas é impossível traçar seus limites, definir seu contorno. É um computador cujo centro está em toda parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si (LÉVY, 1999, p.44).

Sintetizando alguns argumentos de Rüdiger (2011), Lévy (1999) e Castells (2003, apud SANTINI, 2006) pode-se dizer que a essência da cibercultura é a inteligência coletiva, que o ciberespaço é um ambiente privilegiado para o desenvolvimento deste tipo de inteligência e que a cultura presente na Internet está relacionada com a cultura dos sujeitos que criaram esta rede e é elaborada coletivamente, ultrapassando interesses individuais e influenciando costumes e hábitos dos indivíduos que utilizam a rede.

A cibercultura é uma cultura da leitura e da escrita, ao contrário da cultura de massificada pré – digital, que era uma cultura apenas da leitura. A cibercultura traz a possibilidade de acessar uma grande quantidade de informações provenientes de vários lugares do mundo. Além disso, o indivíduo passa a ter a oportunidade de produzir conteúdo, de ser um escritor (LEMOS, 2010).

Para ele a diferença crucial entre o sistema de massa e o sistema pós – massivo, é que no primeiro havia um pólo controlando a emissão de dados para a massa de leitores que não poderiam tornar-se escritores sem ter acesso a este pólo. No segundo todos os indivíduos conectados à rede são livres para escrever e tem a possibilidade de conversar entre si sobre o que foi produzido, sem necessitar da autorização de ninguém para produzir conteúdo.

O autor chama de liberação da emissão esta possibilidade de produzir conteúdo na rede sem precisar da aprovação de ninguém, para o autor esta emissão só faz sentido coletivamente e em rede. Lemos elege três princípios da cibercultura, sendo o primeiro princípio a emissão, o segundo a conexão generalizada e aberta com a possibilidade de nos comunicar livremente com aqueles que pensam como nós. O terceiro é a reconfiguração da comunicação, visto que os usuários da rede estão em um meio comunicacional extraordinariamente mais rico, onde a informação circula livremente (LEMOS, 2010).

Resumidamente, podemos entender a cibercultura como a cultura que se forma em torno dos novos aparelhos eletrônicos e da sociabilidade mediada por eles. Tal cultura envolve sons, imagens, textos e vídeos em uma rede amplamente aberta e

flexível, onde o ponto central é a comunicação e a interação coletiva. Por sua vez, a interação envolve também valores, percepções e práticas dos indivíduos que se relacionam na rede. Conforme Escobar (2005) as novas tecnologias estão baseadas nas construções e reconstruções culturais ao mesmo tempo em que ajudam estas construções/reconstruções a tomarem forma. É disso que se trata a cibercultura, da relação cultural que se forma entre os homens e as novas mídias tecnológicas, visto que a realidade humana e social é um produto tanto das máquinas quanto das atividades humanas (ESCOBAR, 2005).

A partir do surgimento dos computadores e dos demais aparelhos eletrônicos que possuem acesso à Internet, o relacionamento entre indivíduos e grupos se adaptou às novidades tecnológicas. Nesta perspectiva, surgem novos meios de comunicação e interação entre os sujeitos, que são chamados de forma generalizada de comunidades virtuais. As comunidades virtuais são essenciais para a formação de uma inteligência coletiva, é por meio delas que os usuários alimentam o ciberespaço, trocando arquivos e mensagens.

Rosanne Stone (1992 apud LEMOS, 2015) defende a tese de que as comunidades virtuais se desenvolveram em quatro fases. Segundo a autora, a primeira fase é a dos textos e ocorreu no século XVII. Nesta primeira fase, surge o testemunho virtual, método pelo qual os cientistas escreviam seus experimentos e mandavam para seus pares, que validavam o experimento. Deste modo, os cientistas formaram uma comunidade onde era possível avaliar o trabalho de seus pares por meio da leitura de um texto que descrevia o experimento.

A segunda fase trata-se da fase dos meios de comunicação, da qual falamos na primeira parte deste capítulo. Neste período o telefone, o rádio, o fonógrafo e a televisão permitiam que determinado conteúdo fosse compartilhado com vários indivíduos, que tinham acesso a uma mesma experiência. A comunidade formada nesta fase era composta por telespectadores, ouvintes e espectadores (STONE, 1992 apud LEMOS, 2015).

Nos anos 1970 desenvolve-se a terceira fase, marcada pelo surgimento da “primeira comunidade virtual baseada na tecnologia da informação” juntamente com o desenvolvimento dos BBBs¹. (STONE, 1992 apud LEMOS, 2015 p, 147).

¹ Conforme o site Wikipédia, os BBBs (*bulletin board system*) foram os primeiros softwares desenvolvidos com a finalidade de permitir a conexão entre computadores. Esta conexão acontecia por via telefônica.

Atualmente, estamos vivendo a quarta fase de desenvolvimento das comunidades virtuais, que surge juntamente com o ciberespaço, abrange as comunidades virtuais mediadas por computadores e é mediada por redes telemáticas² (STONE, 1992 apud LEMOS, 2015).

Me deterei a partir daqui em explicar o que é uma comunidade virtual, bem como alguns dos instrumentos comunitários mais populares no ciberespaço contemporâneo. Início apresentando algumas definições propostas.

Manuel Castells (1999, p.385) define comunidade virtual como sendo “uma rede eletrônica de comunicação interativa autodefinida, organizada em torno de um interesse ou finalidade compartilhados, embora algumas vezes a própria comunicação se transforme no objetivo”. Para Laurel (1990 apud ESCOBAR, 2005) as comunidades virtuais são formadas por um conjunto de pessoas que se relacionam por meio de aparelhos eletrônicos e redes especializadas.

Segundo Barry Wellman (2001, apud SANTINI, 2006, p.182) “as comunidades virtuais são como redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação e um senso de integração de identidade cultural”. Segundo Wellman, na Internet a sociabilidade acontece entre indivíduos que criam inúmeros vínculos com pessoas desconhecidas, onde todos estes sujeitos vêm uns aos outros de maneira igualitária, considerando em menor grau características sociais e valorizando mais comunicação.

Santini (2006) conclui que as comunidades virtuais são também comunidades de conhecimento, na medida em que a interatividade entre os indivíduos que participam destes grupos favorece a troca de informações, o que por sua vez capacita os sujeitos para utilizar as ferramentas tecnológicas de maneira inteligente. Neste sentido, explicarei brevemente algumas comunidades virtuais, que posteriormente se desenvolveram em outros arranjos e proporcionaram o surgimento de redes sociais.

Segundo André Lemos (2015) um dos serviços mais utilizados no ciberespaço é o e-mail, ou correio eletrônico. Por meio dele os indivíduos trocam arquivos ou informações escritas. O email foi o primeiro serviço desenvolvido pela Arpanet, ainda no final da década de 1960. Os *chats* eram outra forma de comunicação muito utilizada na Internet, eles permitem a conversa entre usuários em tempo real.

² As redes telemáticas são formadas pela junção do conjunto de tecnologias utilizadas nas telecomunicações e na informática. O surgimento das redes telemáticas possibilitou o desenvolvimento de melhores condições no formato e na troca de arquivos entre os usuários destas redes.

Os cibercafés ou cafés eletrônicos são uma adaptação dos primeiros cafés que surgiram na Europa como um ambiente de socialização onde a intenção dos sujeitos era ler, escrever ou conversar. Na sua versão eletrônica, os cibercafés são ambientes virtuais nos quais são debatidas ideias e onde circulam manifestações artísticas e culturais, movimentados por tribos culturais (LEMOS, 2015).

Outro exemplo é a Usenet. A Usenet foi criada por estudantes universitários com a finalidade de organizar fóruns de conversa sobre determinados temas. Os fóruns são organizados por meio dos *newgroups*, que são agrupados por assuntos. O autor também destaca os jogos virtuais onde os usuários podem se conectar com os outros jogadores em tempo real, possibilitando que os jogadores se ajudem mutuamente a alcançar os objetivos propostos nos jogos (LEMOS, 2015).

Estas interações sociais e formas de relacionamentos se reconfiguraram no ciberespaço, dando origem às redes sociais. De acordo com a pesquisa de campo, a ferramenta mais utilizada na interação juvenil na Internet é a rede social. As redes sociais são compostas por dois elementos principais: atores e conexões. Os atores são os nós, indivíduos ou grupos da rede e as conexões são formadas pelas interações que ocorrem na rede. Deste modo, rede social é uma “metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre diversos atores” (RECUERO, 2009, p.24). Para a autora, uma comunidade virtual pode se desenvolver sob diversos formatos. Sendo assim, muitas comunidades – como páginas e grupos - passam a existir dentro das redes sociais.

Cabe salientar aqui que os usuários do ciberespaço podem transitar em várias comunidades virtuais e redes sociais ao mesmo tempo (LEMOS, 2015). Entretanto, engana-se quem pensa que por existirem apenas virtualmente não há limites sobre o que pode ser compartilhado ou falado nestas comunidades. Apesar de a rede ser aberta e de haver liberdade para expressões de opiniões, compartilhamentos de informações e uma variedade de bens simbólicos em inúmeros formatos através dela, nas comunidades virtuais alguns limites são impostos. Neste caso por meio de um bombardeamento de mensagens ofensivas ou, quando a violação for muito grave, os intrusos tem seus computadores – e atualmente os demais aparelhos eletrônicos – abarrotados por arquivos enormes que paralisam o sistema do dispositivo (CASTELLS, 1999).

Lemos (2015) e Lévy (1999) nomeiam a moral existente dentro das comunidades virtuais e redes sociais de netiqueta. Lévy (1999) caracteriza a netiqueta como sendo um conjunto de leis consuetudinárias que regem a moral dentro destes

ciberespaços. Segundo o autor a netiqueta diz respeito principalmente à pertinência das informações que são lançadas nas comunidades virtuais, bem como a reciprocidade na troca de conhecimentos. Os ataques pessoais ou as argumentações pejorativas contra qualquer indivíduo geralmente são desencorajados dentro das comunidades, resultando na exclusão dos usuários que fazem isto frequentemente.

Ainda conforme Lévy (1999) precisamos ter em mente que os contatos físicos não são simplesmente substituídos pelas relações virtuais. As relações físicas e virtuais coexistem em um mesmo cenário. Deste modo as comunidades virtuais e redes sociais não são irreais ou ilusórias, elas existem de fato e possibilitam novos modos de comunicação entre os sujeitos, onde a aproximação espacial torna-se dispensável. O autor salienta que é necessário tomar cuidado com o pensamento de que os novos aparelhos eletrônicos, ao possibilitar a comunicação virtual substituem os antigos modos de comunicação.

Com vistas a isso entendemos que as comunidades virtuais e redes sociais trazem a possibilidade de comunicação instantânea e de variadas formas (por áudio, vídeo, imagens ou texto) a indivíduos de diferentes partes do mundo que possuem afinidades em comum. Entretanto, isto não exclui a possibilidade de sujeitos que frequentam os mesmos espaços físicos e ambientes sociais se relacionarem também no mundo virtual (LÉVY, 1999).

Com o desenvolvimento das comunidades virtuais na era digital qualquer internauta pode compartilhar os mais diversos arquivos, tornando-os acessíveis para todos os demais indivíduos que utilizam a Internet, desde que estes arquivos não estejam protegidos por direitos autorais que impeçam a troca. Entretanto, as pessoas que utilizam frequentemente a rede não compartilham somente arquivos e informações, dividem também modos de vida, hábitos, costumes e possuem comportamentos semelhantes em alguns aspectos.

Este cenário se amplia ainda mais a partir da possibilidade de se conectar a rede por meio de aparelhos mais leves, pequenos e móveis. O aparelho mais utilizado atualmente é o *smartPhone*. De acordo a Pesquisa Tic Domicílios 2015, no referido ano 89% da população brasileira acessava a rede por meio de celulares.

Diego Jair Vicentin (2008) entende que os *smartPhones* são semelhantes a computadores de bolso, visto que por meio deles podemos acessar páginas da Internet, conectarmos às redes, editar textos ou planilhas, ver vídeos, ouvir música utilizar o GPS (*Global Position System*) e fazer ligações telefônicas. Conforme o autor todas estas

facetar do celular, juntamente com o fato dele ser um aparelho móvel e de fácil porte, torna o *smartPhone* um dos objetos de consumo mais desejados da contemporaneidade.

Todavia, Vicentin (2008) salienta que a mobilidade celular está restrita aos locais onde há rede celular. O autor define a mobilidade como uma “propriedade de uma dada estação móvel de transitar livremente tanto pelo espaço espectral quanto pelo territorial e, a partir daí, servir de interface para um outro espaço (o ciberespaço)” (p.52). Portanto a mobilidade, no que diz respeito aos domínios da rede, aumenta a capacidade de conexão com o ciberespaço,

Antes das tecnologias de comunicação sem fio, o acesso ao ciberespaço estava restrito a *pontos de conexão*; hoje, com a multiplicação dos sistemas de telefonia celular, o acesso ao ciberespaço está restrito a *áreas de conexão*. Esta extensão de domínios segue de maneira aparentemente irrefreável; a rede de telefonia celular desvincula o acesso ao ciberespaço de pontos territorialmente imóveis e pré-fixados, como acontece nas tecnologias de conexão por cabo. A partir do celular, o ciberespaço impõe sua presença, ganha limites fluidos que, enquanto usuários não sabemos com exatidão até onde se estendem; temos apenas um indicador, na tela do aparelhinho, que informa a intensidade do sinal (VICENTIN, 2008, p.57).

1.2.1 Fruição musical no ciberespaço

O desenvolvimento da cibercultura por meio dos computadores e sua ampliação com os *smartPhones* condicionou novas práticas de aquisição e de escuta musicais. Estas mudanças influenciaram principalmente os jovens, tendo em vista que esta parcela da população é a que com mais facilidade se adapta às inovações tecnológicas. Para compreendermos de que modo as novidades tecnológicas – e principalmente os celulares – modificaram os hábitos de consumo musical entre aquela parcela da população precisamos voltar à década de 1980. Neste período a música começou a ser digitalizada, abrindo infinitas possibilidades de audição e de modificação musical. De modo geral, foram jovens que descobriram o potencial da música digital e desenvolveram novas formas de utilização desta música.

De acordo com Pierre Lévy (1999) foi a partir dos anos 1980 que a informática começou a se incorporar nos setores de telecomunicação, cinema, televisão e editoração. Conforme o autor, as músicas foram as primeiras a serem produzidas e gravadas de modo digital. Para Santini (2006) com o desenvolvimento das “tecnologias digitais, a

música passou a ser gravada através de computadores que transformaram o som numa sequência de *bits*, e assim surgiu o registro de música em *Compact-Disc* (CD)” (2006, p. 72).

Entre os benefícios que o CD trouxe para o mercado está o aumento do tempo de gravação para 74 minutos (GOHN, 2001) e a possibilidade de evitar os chiados ou arranhões, deixando o som mais puro para o ouvinte (SANTINI, 2006). Conforme Santini (2006) as gravadoras acreditavam que iriam enriquecer ainda mais com o lançamento de CDs, visto que estes tinham sua fabricação barateada se comparados com os custos do vinil.

Os primeiros CDs foram lançados em escala industrial ao mercado em 1982 pela gravadora PolyGram (SANTINI, 2006). Segundo Gohn (2001, p.5) após o lançamento do CD no mercado foram desenvolvidos outros formatos digitais de música, entre eles “o DAT (*Digital Audio Tape*) em 1987, o DCC (*Digital Compact Cassette*) e o MD (*Mini Disc*) e 1991, mas nenhum destes obteve sucesso suficiente de modo a competir com o CD”.

Além de todas as melhorias no som que o CD trouxe, a grande possibilidade desenvolvida com o surgimento da música digitalizada e transformada em *bits* foi o compartilhamento de arquivos sonoros via Internet. Esta nova possibilidade reconfigurou drasticamente o cenário de produção, cópia, difusão e consumo musical. A partir da possibilidade de compartilhar música via Internet, esta passa a não depender mais de um suporte material. A digitalização da música possibilitou o surgimento do formato MP3, tornando a música mais acessível e barata, devido ao grande compartilhamento de arquivos sonoros. Este cenário fez com que a venda de CDs diminuísse e que as grandes gravadoras perdessem seu monopólio na indústria da música (VLADI, 2011; SANTINI, 2006).

Anteriormente à existência da rede, a música até podia ser distribuída sem a participação da indústria musical, entretanto, precisava de um suporte material para isso. Pelo menos um álbum precisava ser comprado da indústria fonográfica para depois ser copiado e compartilhado com outras pessoas. Com o surgimento da música transformada em *bits*, juntamente com a popularização da Internet ampliou-se a possibilidade de compartilhamento musical em uma escala nunca vista antes, tornando viável a troca de arquivos musicais entre pessoas de todas as partes do mundo. As gravadoras passam a perder o controle total sobre os arquivos musicais compartilhados

e os artistas independentes ganharam espaço, podendo divulgar suas canções de forma gratuita (VLADI, 2011; SANTINI, 2006).

Todavia a possibilidade de compartilhar músicas na rede não se desenvolveu de maneira tão rápida e fácil. Como salienta Santini (2006) a difusão de arquivos musicais na Internet enfrentou alguns problemas. Entre eles, o tamanho do arquivo a ser compartilhado. Conforme a autora

Nos primeiros anos da Internet, a transmissão de um arquivo de áudio requeria a compressão dos dados para que a informação fosse suficientemente compactada para poder ser transmitida. Esta conversão poderia ser feita através de programas ou hardware específicos que comprimiam os arquivos antes de serem enviados pela rede. Entretanto, a compressão naquele contexto significava perda de qualidade: quanto maior a compressão, maior também a quantidade de informação que se perdia (SANTINI, 2006, p. 77).

Ainda de acordo com a autora foram desenvolvidos muitos programas e formas de comprimir os arquivos de áudio com a finalidade de melhorar o compartilhamento de músicas na rede. Todavia a qualidade musical dos arquivos sempre era deteriorada, até o desenvolvimento do formato MP3. Santini (2006) entende que o desenvolvimento do MP3 data de 1987. Segundo a autora a inovação na compactação de músicas desenvolvida no MP3 foi “retirar das músicas os sons cujas frequências não são captadas pelo ouvido (médio) humano” (p.78).

Esta inovação permitiu reduzir consideravelmente o tamanho dos arquivos sem perder a qualidade dos mesmos. Deste modo, em 1992 o MP3 já era utilizado na gravação de sons em CD-Rom e popularizou-se ainda mais por meio da Internet. Entretanto, para baixar e compartilhar arquivos em formato MP3 foi preciso desenvolver alguns programas que possibilitassem a troca de arquivos (SANTINI, 2006).

O primeiro programa a ser desenvolvido com a finalidade de ouvir músicas em formato MP3 no computador foi o Winamp. O Winamp foi apresentado por um norte-americano de 17 anos em 1997 e ainda está disponibilizado para *download* de forma gratuita na Internet. Após o surgimento do Winamp, diversos outros programas foram criados e disponibilizados na rede com a finalidade de fazer *download* e *upload* de MP3 (SANTINI, 2006).

Estes programas deram origem às redes P2P³ (*peer to peer*). De acordo com Castro (2007) estas redes e o formato MP3 foram adotados rapidamente tanto por fãs de música quando por músicos que desejavam distribuir suas músicas de forma barata e acessível, por meio da Internet. Conforme a autora as redes P2P reuniram principalmente “jovens internautas interessados em música, fossem eles músicos ou fãs, rapidamente fizeram do ciberespaço um reservatório de música diversificada e, acima de tudo, gratuita” (CASTRO, 2007, p.59).

O pioneiro dos programas P2P foi o Napster. De acordo com Santini (2006, p.82) o Napster foi o primeiro programa a permitir o “compartilhamento de música *on-line*”. O Napster não fornece músicas, mas permite a troca de arquivos por meio da conexão entre os computadores dos usuários do programa. O Napster foi disponibilizado na rede em 1999 e funciona da seguinte maneira: quando uma música é procurada por meio deste programa, o computador “utilizado busca o arquivo em outros micros que tenham o mesmo programa instalado. Caso encontre a música que se está buscando, o *software* faz o *download* diretamente do(s) outro (s) usuário (s)” (SANTINI, 2006, p.83).

O Napster fez muito sucesso durante o ano 2000, trazendo a possibilidade para o usuário comum o acesso ao compartilhamento de arquivos sonoros. Entretanto, pelo fato de o programa ter possibilitado o *download* gratuito de músicas, ele foi processado pelas cinco maiores gravadoras do ramo fonográfico. A partir disso o Napster continuou existindo, mas agora as músicas são compradas, de forma que o usuário tem que pagar pelo *download* de cada faixa (CASTRO, 2007).

Após o desenvolvimento do Napster surgiram inúmeras redes descentralizadas e *softwares* com a finalidade de promover o compartilhamento de músicas. Não cabe aqui elencar os mais utilizados, pois a lista é imensa. Conforme Santini (2006) até hoje muitos dos arquivos de MP3 disponíveis na Internet são ilegais, entretanto por não haver um servidor central disponibilizando as músicas, as gravadoras não encontram um meio legal para impedir o compartilhamento de músicas na Internet.

Após o desenvolvimento de inúmeros *softwares* para compartilhar músicas em formato MP3, restava descobrir uma maneira de libertar o arquivo MP3 do computador. E foi a empresa Diamond Multimedia que encontrou esta maneira, inventando um

³ As redes P2P (par a par ou ponto a ponto em português) são redes de computadores interligados que permitem o compartilhamento de arquivos sem necessitar de um servidor central. Cada computador pode alimentar a rede com arquivos ou fazer o *download* dos mesmos.

tocador de MP3 chamado “Rio”. O “Rio” possibilitava o armazenamento e a reprodução de músicas em formato MP3, tornando necessário somente fazer o *download* da música na Internet e transferi-la para o aparelho, que era similar a um Walkman (SANTINI, 2006).

O “Rio” se popularizou muito rápido, despertando em algumas empresas a vontade de desenvolver tocadores de MP3. Entre estas empresas, estavam a “Sony, Apple, Philips, Creative Technology, Microsoft, BenQ” (SANTINI, 2006, p.82). Ainda segundo a autora, em 1998 existia somente *player* portátil “Rio” e em 1999 dois novos concorrentes surgiram no mercado, sendo eles o Nomad Jukebox (Creative Technology) que tinha a capacidade de armazenar 1.500 músicas e o iTunes (Apple). No ano de 2001 surgiu outra grande novidade, o iPod. Criado pela Apple, o iPod tinha a impressionante capacidade de armazenar 10.000 músicas em um aparelho do tamanho de um maço de cigarros.

Para evitar problemas judiciais com as gravadoras, a Apple investiu em uma loja virtual chamada iTunes Music Store. Esta loja vende músicas e vídeos, como filmes e clipes musicais (CASTRO, 2007). O iPod ainda é vendido pela Apple e a iTunes Music Store continua existindo e tem se adaptado ao mercado, sempre inovando e lançando novos modelos de iPod. A Apple passou também a desenvolver modelos de celulares.

Como foi salientado anteriormente, o aparelho digital mais utilizado contemporaneamente é o *smartPhone*. Entre todas as versões e marcas de *smartPhones*, o mais desejado é o iPhone. Conforme Vicentin (2008, p. 14) o iPhone foi desenvolvido pela Apple a partir da “observação de que outras tecnologias tendiam a convergir em direção ao celular como, por exemplo, a função de tocador de música, rivalizando assim com seu iPod”. Atualmente, o iPhone já está em sua sétima versão.

Percebemos que as novas práticas relacionadas ao consumo musical estão diretamente ligadas a aparelhos cada vez mais potentes e menores que entre várias funções, conseguem reproduzir músicas. Neste contexto de constantes inovações o rádio também tem se adaptado às novidades tecnológicas no ramo da música. Conforme Castells (1999) o Walkman trouxe aos indivíduos, em especial aos adolescentes, a oportunidade de fazer uma seleção musical de acordo com o gosto de cada um ao mesmo tempo em que permitia levar esta seleção musical para qualquer lugar. Do mesmo modo o rádio também passou a se especializar, criando estações temáticas.

As rádios *on-line* surgiram em meados dos anos 1990. A diferença entre as estações de rádio tradicional e as rádios *on-line* é que na primeira todos os ouvintes

estão escutando “a mesma coisa, ao mesmo tempo, no mesmo canal” (SANTINI, 2006, p.98) à medida em que nas web-rádios os ouvintes podem personalizar o seu próprio canal, por exemplo, criando *playlists*. A Internet possibilita que os ouvintes ouçam as rádios convencionais, mas também podem montar sua própria rádio conforme o gosto musical de cada um. Conforme a autora

Com as rádios on-line, o estilo preferido de cada usuário está disponível com um leque de escolha elevado à enésima potência. Escolher uma entre 100 rádios de qualquer gênero, saber antecipadamente o que vai tocar, não ter DJs nem comerciais, usar o computador enquanto ouve sua rádio, gostar de uma música ou artista e adquiri-la sem sair da cadeira, só clicando uma vez na página da estação virtual. Se tudo ainda não satisfaz, o ouvinte ainda pode criar sua própria web-rádio (SANTINI, 2006, p.99).

Esta grande disponibilidade de arquivos sonoros e de formas de ouvir músicas na Internet faz com que as gravadoras sintam-se prejudicadas com a distribuição ilegal de músicas. Isto desencadeia diferentes reações por parte da indústria fonográfica.

Conforme Vladi (2011) a partir do surgimento das músicas digitalizadas em formato MP3 houve uma grande mudança na indústria fonográfica, que resultou na diminuição da venda de álbuns físicos. Este contexto fez com que as *majors* (grandes gravadoras) perdessem a hegemonia do mercado musical. Segundo a autora, para entendermos melhor as mudanças que ocorreram no mercado da música no século XXI, é necessário destacar que ainda no final dos anos 1990 as *majors* possuíam o monopólio sobre 85,28% da venda de discos. Nas palavras da autora

Estas empresas gigantescas ditavam as regras do mercado de música mundial e tinham controle da produção e do que poderia ou não circular pelos meios de comunicação massivos, posicionando-se de forma hegemônica dentro das indústrias culturais. A música é parcela importante na engrenagem da economia mundial e quando esta parte da indústria começa a perder o poder considerável da sua compra, venda e circulação, novos modelos de negócio começam a ser criados (VLADI, 2011, p.76).

Por conseguinte, a crise na indústria da música foi gerada pela resignificação da escuta musical a partir do momento em que se tornou possível fazer o *download* das músicas em formato MP3 – ainda que a possibilidade de copiar os CDs já ameaçasse aquela hegemonia – e carregá-las por toda parte por meio de aparelhos digitais.

Entretanto, as *majors* ainda regem parte do mercado musical, dividindo o espaço com o consumo de música *on-line* (VLADI, 2011).

No ciberespaço, as músicas são consumidas de diversas formas. Existem sites como o Vagalume e o Letras que fornecem letras e traduções musicais, além do acesso à *playlists* e álbuns de músicas. O Vagalume proporciona o acesso a diversas notícias sobre o “mundo” da música e a rádios *on-line*. Estes sites oferecem diversos aplicativos para *smartPhones* e computadores, bem como a possibilidade de compartilhamento musical – seja em forma de vídeo ou letra - nas redes sociais.

Por outro lado há sites dedicados exclusivamente ao consumo de vídeos, como o Youtube. O Youtube fornece vídeos dos mais variados temas, entretanto, um dos tipos mais usufruídos neste site são os vídeos musicais. Este site também possibilita ao usuário criar *playlists* de música, em outros casos o próprio Youtube vai desenvolvendo uma *playlist* com base nos estilos musicais que o usuário ouve. Existem rádios *on-line*, como a Kboing, que possibilitam ao ouvinte montar a sua *playlist* ou ouvir a *playlists* prontas, que geralmente são formadas por músicas do mesmo artista ou gênero musical. Sites como o Sua Música disponibilizam músicas para serem ouvidas *on-line* ou para *download*. Habitualmente estas rádios oferecem também notícias sobre música, além de eleger as músicas e artistas mais populares do momento e realizar propagandas de eventos musicais.

Além dos diversos programas e sites destinados ao compartilhamento musical, nada impede que músicas sejam compartilhadas nas redes sociais, por exemplo o Facebook, ou por meio de aplicativos como o WhatsApp.

De modo geral, os *smartPhones* vem de fábrica possuindo aplicativos para ouvir músicas. Mas também pode-se baixar diversos aplicativos destinados ao consumo musical por meio da Internet. Entre os jovens de Realeza, os aplicativos e sites mais populares para ouvir música no *smartPhone* são o Youtube, Spotify e Palco MP3. Geralmente os aplicativos reproduzem diversos formatos musicais, não estando restritos somente ao formato MP3.

Desta maneira, torna-se necessário salientar que o MP3 não é o único formato de arquivos musicais utilizados atualmente, mas o destacamos durante a pesquisa tendo em vista que por meio dele a música se tornou tão acessível e barata estando disponível a um simples clique ou toque no botão *download*.

Devemos ressaltar que a Internet e o ciberespaço não proporcionam somente benefícios aos usuários da rede. Por um lado a Internet possibilita o acesso aos mais

variados bens culturais, informações e comunicação de forma rápida e barata. Entretanto, devido à extrema rapidez no acesso de diversos conteúdos, muitas informações passam despercebidas e não são interpretadas no ato da leitura. Portanto temos acesso a milhares de informações e conteúdos, contudo, não temos interesse de analisar todos os conteúdos que chegam até nós, nem tempo hábil de verificar se são verídicos ou de interpretá-los totalmente no ato da navegação na rede. Também existem diversos problemas em relação aos direitos autorais do que é publicado na rede, embora novos modelos de direitos autorais estejam sendo desenvolvidos para solucionar estes problemas.

Resgatando os estudos de Lévy e de Lemos citados anteriormente, torna-se necessário enfatizar que as relações mediadas pela tecnologia não provocam a extinção das relações físicas. Do mesmo modo, não podemos opor a realidade à virtualidade, pensando nas duas como campos distintos e irreconciliáveis, uma vez que estas se complementam em uma relação dialética e coexistem em um mesmo mundo.

A cibercultura não é resultado somente das inovações técnicas, mas das apropriações que os indivíduos fazem destas novas tecnologias. As tecnologias, em especial as tecnologias digitais que proporcionam acesso à rede, possuem a potencialidade de aumentar a comunicação entre os sujeitos, uma vez que podemos conversar a todo instante com outras pessoas por meio dos diversos dispositivos que têm se desenvolvido nos últimos anos.

Conforme Lemos (2015) o homem interagiu com a tecnologia durante toda a história da civilização. Deste modo, a tecnologia é inerente à sociedade, ajudando na construção da vida social e do homem. O autor conclui que as novas tecnologias digitais não criam a interatividade, elas apenas possibilitam o desenvolvimento de outras formas de interação.

Todas as mercadorias culturais e dispositivos tecnológicos que convivemos cotidianamente têm papel central no desenvolvimento das nossas práticas diárias. Neste sentido, Miller e Horst (2015) entendem que

É impossível tornar-se humano de outra forma além de socializar dentro de um mundo material de artefatos culturais que incluem a ordem, agentes e relacionamentos entre as próprias coisas e não apenas o relacionamento com pessoas. Os artefatos fazem muito além de apenas expressar a intenção humana (MILLER; HORST, 2015, p. 105).

Com vistas a isso, os autores entendem que a característica mais extraordinária da cultura digital é a grande velocidade com que os indivíduos passam a utilizar estas coisas. Em um pequeno período de tempo os sujeitos se adaptam de tal maneira às novas capacidades tecnológicas, que no momento em que uma destas deixa de existir o homem sente-se como se tivesse perdido “tanto um direito humano básico e um braço prostético valioso com o qual somos humanos” (MILLER; HORST, 2015, p. 107). Do mesmo modo, Lemos (2015) entende as tecnologias como prolongamentos do corpo humano.

A emergência destas novas tecnologias engendram novas modalidades de agenciamento nos processos de apropriação de bens simbólicos. Nestes processos nunca existiu uma situação de absoluta passividade. Sem minimizar as assimetrias de forças operantes nas relações que envolvem a produção e o uso de formas de expressão simbólicas (mais ou menos materializadas), parte dos desdobramentos da intervenção daquelas tecnologias confere aos agentes competências que os mesmos não detinham em outros períodos históricos.

Tendo isso em vista, o próximo capítulo será dedicado a uma discussão sobre a teoria da agência e, em menor medida, sobre a agência dos objetos. O modo pelo qual diferentes classes sociais desenvolvem distintas maneiras de fruição cultural também será tema do capítulo a seguir.

2 AGÊNCIA E AGÊNCIA DOS OBJETOS

Ao discordar dos apocalípticos, na medida em que acredito que os sujeitos possuem margens de escolha, apresento aqui alguns autores que analisam em suas obras formas distintas de agenciamento, a fim de, posteriormente identificar por meio de quais práticas os jovens que estudamos acessam a quantidade gigantesca de informações e produtos culturais que circulam em suas vidas na era digital.

A segunda parte do capítulo dedica-se a compreender a teoria sobre a agência dos objetos. Isso por que em um ambiente constantemente mediado pelas novas tecnologias digitais, não podemos ignorar a influência destes aparelhos como transformadores ou mediadores de novas relações sociais. Por último, será salientado de que maneira os *habitus* de classes atuam na relação entre os agentes e os bens culturais.

2.1 TEORIAS DA AGÊNCIA

Bourdieu (1983) parte de uma análise da estrutura para realizar sua discussão sobre a teoria da prática. Para o autor, estrutura e sujeito formam uma relação dialética, por meio de um processo onde o indivíduo interioriza aspectos da estrutura e depois os exterioriza – ainda que inconscientemente – por meio de seus atos e da sua compreensão sobre o mundo.

O centro da teoria da prática é o conceito de *habitus*. É o *habitus* que dará origem ao modo de agir e às estratégias adotadas pelos indivíduos. Conforme o autor:

As estruturas constitutivas de um tipo particular de meio (as condições materiais de existência características de uma condição de classe), que podem ser apreendidas empiricamente sob a forma de regularidades associadas a um meio socialmente estruturado, produzem *habitus*, sistemas de *disposições* duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares” sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente (BOURDIEU, 1983, p.60-61 grifos do autor).

As práticas sociais são condicionadas pelos *habitus*, ou seja, pelo conjunto de disposições existentes nas estruturas sociais, que ao mesmo tempo estruturam e são estruturados por estas práticas. Para o autor, a relação entre as práticas dos indivíduos e a estrutura social acontece por meio de jogos sociais (BOURDIEU, 1983, 1997, 2004).

Ao falar em jogos sociais, Bourdieu (1983, 1997, 2004) não está dizendo que existem regras claras e objetivas sobre as atividades praticadas pelos agentes sociais em seu dia-a-dia, mas que estas práticas acontecem com certa “regularidade” em determinado campo. Por campo, Bourdieu (1997) entende os diversos universos sociais autônomos que são regidos por leis próprias. Por exemplo, o campo econômico movido pelos negócios, o campo da arte movido apenas pela arte, sem objetivos comerciais. A razão para que os agentes atuem de determinados modos é porque eles incorporam o sentido do jogo interiorizado naquele campo. O sentido do jogo, por sua vez, é incorporado por meio do *habitus*.

É por meio do *habitus* incorporado que os indivíduos concretizam as práticas sociais. Estas são motivadas pelo conjunto de experiências passadas que o sujeito viu e vivenciou ao longo de sua vida. Por isso, as pessoas agem e desenvolvem estratégias sendo orientadas pelas consequências de atos semelhantes, realizados anteriormente por elas mesmas ou por outros indivíduos (BOURDIEU, 1983; MONSMA, 2000).

Devido a isso, as práticas desempenhadas pelos sujeitos cotidianamente geralmente estão de acordo com a estrutura objetiva em que estes vivem. Uma pessoa que vive desde sempre em determinado meio social e econômico – a estrutura objetiva – conhecerá apenas as experiências resultantes deste meio, e irá resolver seus problemas cotidianos de acordo com as experiências passadas dos sujeitos que vivem neste meio.

Bourdieu (1983; 1997; 2004) acredita que os indivíduos possuem estratégias para se ajustar aos jogos sociais. Entretanto, o autor não sugere que estas estratégias são conscientes, como se um sujeito premeditasse o resultado de uma ação para depois realizá-la. Para Bourdieu, as estratégias e as práticas sociais vão se desenvolvendo de acordo com a situação vivenciada no momento pelo sujeito e com o *habitus*. As estratégias dos agentes sociais para desenvolver seus afazeres, que o autor chama de “*a fazeres*” diários, correspondem às práticas que estão “por vir”, ou que serão realizadas (BOURDIEU, 1997, p.143).

Sobre a noção de estratégia, Bourdieu argumenta que

[...] pode-se recusar a ver a estratégia como o produto de um programa inconsciente, sem fazer dela o produto de um cálculo consciente e racional. Ela é produto do senso prático como sentido do jogo, de um jogo social particular, historicamente definido, que se adquire desde a infância, participando das atividades sociais [...]. O bom jogador, que é de algum modo o jogo feito homem, faz a todo instante o que deve ser feito, o que o jogo demanda e exige. Isso supõe uma invenção permanente, indispensável para se adaptar às situações indefinidamente variadas, nunca perfeitamente idênticas. O que não garante a obediência mecânica à regra explícita, codificada (quando ela existe). [...] O sentido do jogo não é infalível; ele se distribui de maneira desigual, tanto numa sociedade quanto numa equipe. [...] Mas essa liberdade de invenção, de improvisação, que permite produzir a infinidade de lances possibilitados pelo jogo (como no xadrez), tem os mesmos limites do jogo (BOURDIEU, 2004, p.81 – 82).

Portanto, na mesma medida em que os jogos sociais permitem aos indivíduos realizar improvisações em seu cotidiano, eles também limitam a agência dos sujeitos, tendo em vista que estes irão agir dentro de um campo social, reproduzindo através das práticas o *habitus* que incorporaram neste campo.

Camila Penna (2012) conclui que ao utilizar o conceito de *habitus* para explicar as ações dos indivíduos, Bourdieu restringe a capacidade reflexiva dos sujeitos, como se estes agissem de forma automática ou inconsciente.

Apesar de concordar com Penna (2012) quando a autora diz que na teoria de Bourdieu a capacidade de consciência dos sujeitos fica restrita, não me parece que o autor queira passar a impressão de que os sujeitos agem de forma “automática”. Isso porque ao considerar que um indivíduo tem capacidade de agência, entende-se que esta pessoa tem o poder de escolher entre diversas soluções para um mesmo problema, ou um modo de agir entre muitos outros (BOURDIEU, 1983; 1997; 2004).

Na teoria desenvolvida por Bourdieu (1983; 1997; 2004) há uma série de disposições presentes na estrutura social condicionando as práticas dos agentes. Deste modo, para este autor é função do sociólogo compreender e analisar quais são as disposições e as regularidades causadas por elas nos diversos campos e classes sociais (PENNA, 2012).

A agência é tratada de forma mais direta em Anthony Giddens. Uma das grandes diferenças entre as teorias de Bourdieu e Giddens, também apontada por Penna (2012), é a reflexividade do agente em Giddens. Segundo Giddens (2003, p.6) “O monitoramento reflexivo da atividade é uma característica crônica da ação cotidiana e envolve a conduta não apenas do indivíduo mas também de outros”. Conforme o autor,

os indivíduos refletem e regulam seus comportamentos, esperando também que os demais sujeitos façam o mesmo. Além da monitoração de suas práticas e das práticas dos outros indivíduos, os agentes monitoram o cenário e o contexto – o campo, se usarmos o conceito proposto por Bourdieu – onde as ações se desenrolam.

Contudo, quando Giddens fala em monitorar o fluxo cotidiano da vida, ele não está propondo que a reflexividade seja sinônimo de “auto-consciência”, como se esta superasse a falta de consciência dos indivíduos em Bourdieu. A reflexividade se refere apenas à monitoração do fluxo de atividades desempenhada pelos sujeitos e também do contexto em que estas se desenvolvem (GIDDENS, 2003; PENNA, 2012).

Em relação à agência humana, Giddens (2003) entende que esta só existe na medida em que há uma intenção que direciona a realização de um comportamento ou ação. Caso não exista uma intenção por detrás de determinada ação esta representa apenas uma resposta reativa, e não a agência de um indivíduo. A agência diz respeito à capacidade transformadora que os indivíduos têm. Deste modo, por meio da agência o sujeito pode interferir e modificar determinadas situações. Conforme o autor

Ser capaz de “atuar de outro modo” significa ser capaz de intervir no mundo, ou abster-se de tal intervenção, com o efeito de influenciar um processo ou estado específico de coisas. Isso pressupõe que ser um agente é ser capaz de exibir (cronicamente, no fluxo da vida cotidiana) uma gama de poderes causais, incluindo o de influenciar os manifestados por outros. A ação depende da capacidade do indivíduo de “criar uma diferença” em relação ao estado de coisas ou curso de eventos preexistente. Um agente deixa de o ser se perde a capacidade para “criar uma diferença”, isto é, para exercer uma espécie de poder (GIDDENS, 2003, p. 17).

Entretanto, o poder de ação ao qual o autor se refere está circunscrito a determinados contextos. Dentro destes contextos existem coerções sociais que regulam a autonomia dos atores dentro dos sistemas sociais, o que não significa que os sujeitos estão totalmente subordinados a estes sistemas. Neste sentido Giddens (2003) descarta a possibilidade de pensar a estrutura somente como limitadora ou externa às ações humanas. A estrutura atua ao mesmo tempo restringindo e facilitando as ações dos atores sociais.

Giddens acredita na dualidade da estrutura, ou seja, que as ações dos agentes são produzidas e reproduzidas apoiando-se em regras e recursos dos quais os indivíduos têm consciência prática e que, por sua vez garantem a reprodução do sistema. Para o autor a

existência da estrutura depende dos agentes humanos, que, mais do que Bourdieu pensava, conseguem refletir sobre as razões de suas práticas e descrevê-las discursivamente – ainda que às vezes mintam sobre elas (GIDDENS, 2003; PENNA, 2012).

Os indivíduos possuem um alto nível de instrução em relação aos conhecimentos utilizados na produção/reprodução da estrutura. A maior parte destes conhecimentos é de caráter prático e não teórico (GIDDENS, 2003; PENNA, 2012). Conforme o autor “a maioria das regras envolvidas na produção e reprodução das práticas sociais são apenas *tacitamente* aprendidas pelos atores: eles sabem como ‘prosseguir’” (GIDDENS, 2003, p.26-27, grifo nosso).

Para Giddens (2003) as regras presentes nas práticas sociais são aprendidas *tacitamente* pelos sujeitos, ou seja, elas são aprendidas de forma implícita, são subentendidas pelos atores sociais. Neste sentido, Giddens, assim como Bourdieu, conclui que os agentes são, em certa medida, inconscientes sobre a origem dos fatores ou elementos que condicionam as intenções ou razões manifestadas em suas práticas. Ainda que consigam refletir continuamente sobre elas.

Conforme Giddens, de algum modo os sujeitos sempre conseguem relatar suas próprias práticas. Contudo suas ações podem ser totalmente desconhecidas de acordo com outras descrições – por exemplo, as descrições e análises sociológicas críticas – e provavelmente os atores sociais não saibam muita coisa sobre as consequências de suas ações (GIDDENS, 2003; PENNA, 2012).

Do ponto de vista elaborado por Giddens, o pensamento sociológico e a consciência prática, reflexiva e discursiva dos agentes não são duas coisas absolutamente distintas. A principal diferença entre os sociólogos e os atores sociais é que, enquanto os primeiros se ocupam da análise crítica da sociedade, os segundos estão mais preocupados com a utilização prática de seu conhecimento (GIDDENS, 2001 apud PENNA, 2012).

Outra posição teórica sobre a agência dos indivíduos é elaborada por Harold Garfinkel. Conforme Penna (2012) Garfinkel publicou seu texto “Estudos em etnometodologia” em um período bem próximo à publicação de “Esboço de uma teoria da prática” de Bourdieu. Apesar de terem sido publicados na mesma época, os dois textos diferem muito em relação à capacidade de reflexividade dos agentes.

De acordo com Garfinkel (1996, p.118) a etnometodologia refere-se às ações práticas dos agentes em seu cotidiano, ou ao “raciocínio sociológico prático” dos

indivíduos. Ao contrário de Bourdieu, Garfinkel acredita que todos os agentes têm a possibilidade de ver, compreender e relatar as atividades que realizam no seu dia a dia de forma consciente. Sendo assim, as formulações etnometodológicas aproximam-se da noção de reflexividade elaborada por Giddens (PENNA, 2012).

Garfinkel fala em estrutura operacional, que é a base do entendimento comum entre os indivíduos. Este entendimento comum consiste em um acordo compartilhado pelos sujeitos em relação a temas essenciais. Existem, para ele, métodos através dos quais os indivíduos reconhecem se o que foi feito ou dito por outras pessoas está de acordo com as regras da vida cotidiana (GARFINKEL, 1996).

Contrastando com percepções de Bourdieu, Garfinkel não acredita que as estruturas sociais atuem de tal forma sobre os comportamentos dos sujeitos que acabem por padronizá-los (BOURDIEU, 1983; GARFINKEL, 1967 apud PENNA, 2012). Segundo Penna

Isso não significa dizer que os métodos sociais que estão na base do entendimento comum não sejam fortes o suficiente para constranger o comportamento e as ações dos indivíduos. Com efeito, como demonstram os experimentos de Garfinkel (1967), as pessoas ficam inseguras, intolerantes e com a sensação de ansiedade quando não são tratadas de acordo com o papel interpretado por elas no escopo do entendimento comum. Isso ocorre porque são postos em xeque seus conhecimentos sobre a estrutura social, conhecimentos estes que têm status de lei para os indivíduos, uma vez que são utilizados por eles como prescrições para se localizarem em situações sociais semelhantes (PENNA, 2012, p.201).

O cerne da crítica feita por Garfinkel está na ideia de que apesar do compartilhamento de um entendimento comum sobre os métodos, regras ou procedimentos sociais presentes na estrutura operacional, ela não fará com que todos os sujeitos ajam de uma forma preestabelecida pela estrutura (GARFINKEL, 1967 apud PENNA, 2012).

Portanto, além de discordarem em relação à reflexividade dos agentes, as teorias de Garfinkel e de Bourdieu também se desencontram em relação à compreensão sobre o que é e como atua a estrutura. Enquanto é muito comum nos textos de Bourdieu (1983, 1997, 2004) a presença de conclusões como “reproduzir aspectos da estrutura através das práticas” ou “incorporar o *habitus* presente em determinada estrutura objetiva”,

Garfinkel rejeita a ideia de uma padronização social das práticas dos agentes (PENNA, 2012).

Ao rejeitar a ideia de que a estrutura irá condicionar os comportamentos dos agentes de forma unilateral, Garfinkel não está negando, evidentemente, que o contexto tem influência sobre as práticas dos sujeitos. Para Garfinkel, próximo, neste ponto, dos argumentos de Giddens, os atores sociais atuam de acordo com algumas regras, mas também são criadores destas regras em um processo cotidiano. Sendo assim, as regras não existiriam sem as ações dos indivíduos, elas são criadas e apoiadas nas interações sociais (PENNA, 2012).

A crítica de Garfinkel (1967 apud PENNA, 2012) se dirige ao fato de que as perspectivas estruturalistas encaram os sujeitos enquanto “idiotas culturais”. Para Garfinkel, as pessoas são vistas por estas perspectivas como reprodutoras de “características estáveis da sociedade ao agir em concordância com alternativas preestabelecidas e legítimas de ação que a cultura comum prevê” (PENNA, 2012, p.201).

Sendo assim, Garfinkel (1996) compreende que os agentes têm a capacidade de produzir conhecimentos sobre sua vida cotidiana, refletir sobre eles e relatar sobre o que estão fazendo – de modo que os métodos empregados nas reflexões e análises da vida cotidiana pelos agentes são os mesmos procedimentos utilizados pelos sociólogos em suas análises profissionais sobre a sociedade. Segundo o próprio autor o cerne de seu estudo é “a relatabilidade racional das ações práticas enquanto realização prática contínua” (p.114).

Ao compreender todas as pessoas enquanto sociólogos – leigos ou profissionais – Garfinkel (1996) se distancia um pouco da perspectiva de Giddens (2003). Isso porque Garfinkel (1996) compara todas as atividades – cognitivas e práticas – dos agentes aos métodos utilizados nas análises sociológicas profissionais, enquanto Giddens (2003) não crê que os agentes saibam descrever suas práticas sob o ponto de vista sociológico crítico, mas que eles usam sua reflexividade do ponto de vista prático (PENNA, 2012).

Apesar das divergências entre os autores em relação ao maior ou menor grau de agência dos indivíduos dentro do contexto social em que vivem, nota-se que de modo geral Bourdieu, Giddens e Garfinkel entendem que os indivíduos possuem algum grau de competência para modificar situações e causar transformações na vida cotidiana deles e de outros sujeitos. Percebe-se, nos autores abordados, que a capacidade para os

agenciamentos encontra-se condicionada em diferentes medidas pelas estruturas que são reproduzidas e/ou modificadas de acordo com as ações dos sujeitos que vivem nestes sistemas sociais.

A principal divergência entre os três teóricos encontra-se relacionada ao nível – ou a falta de – reflexividade dos agentes. Resumidamente, Bourdieu (1983) conclui que os agentes desconhecem os motivos de suas práticas, baseando suas ações em experiências passadas. Giddens (2003) acredita que os agentes têm consciência prática de suas intenções, isto é, eles têm razões para suas ações e sabem descrevê-las. Garfinkel (1996) conclui que os agentes possuem a capacidade de reconhecer os motivos de suas práticas, e os fazem seguindo métodos específicos, além de refletir sobre elas e descrevê-las de modo que suas atividades diárias são organizadas/programadas e relatadas de modo semelhante ao trabalho de um sociólogo.

Em relação à estrutura, Bourdieu (1983) acredita na reprodução dos *habitus* apreendidos em uma estrutura objetiva. Este autor argumenta que “improvisações” podem ser realizadas, mas sempre de acordo com a estrutura objetiva e as experiências passadas do agente. Giddens (2003) e Garfinkel (1996) compartilham de uma noção comum de estrutura, ambos acreditam que as regras sociais são elaboradas e sustentadas pelos sujeitos em seu dia-a-dia (PENNA, 2012).

2.2 AGÊNCIA DOS OBJETOS

Considerando o papel central que as novas tecnologias digitais ocupam em nosso cotidiano, em especial o celular, acho fundamental enfatizar a existência de uma discussão sobre a agência dos objetos, visto que ela irá me ajudar a descrever os dados analisados.

Quando falamos em agência, a compreendemos como um processo dialético. A agência humana modifica ou reproduz as estruturas sociais através das ações cotidianas e as estruturas condicionam a agência dos indivíduos por meio das regras e acordos compartilhados pelos membros nestes sistemas. Entretanto, como salienta Merencio (2013) as abordagens sobre agência desconsideram os elementos não-humanos que também fazem parte das relações sociais.

Ignorar a presença e a agência dos objetos nas relações sociais significa “eliminar e obscurecer uma grande parcela do entendimento das motivações e ações nossas e dos demais” (MERENCIO, 2013, p.187). Neste sentido, a agência dos objetos

também condiciona ações e proporciona mudanças no cotidiano e nas relações entre os indivíduos. Nosso foco aqui será as transformações ocorridas na relação entre pessoas e bens culturais – sejam eles formas de expressão ou objetos materiais – a partir do momento em que são condicionadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação.

Entre os autores que discorrem sobre a agência dos objetos está Alfred Gell. Conforme Merencio (2013, p.189) as noções de objeto e pessoa encontram-se muito próximas na abordagem de Gell, os objetos são tratados como seres humanos com base no argumento de “que eles também são destino e origem de agência social”. A agência em Gell é atribuída a pessoas ou coisas que são vistas como causadoras de eventos ou ações, independente de seu estado físico.

Todavia, os objetos sozinhos não são capazes de agenciamentos. Eles precisam da ação humana para despertar neles o potencial da agência, neste sentido, as agências dos objetos teriam um caráter de passividade. É o ser humano agenciador ativo que irá produzir, usar e dar significado aos objetos. No momento em que a agência dos objetos é “despertada” eles também interferem nas relações sociais (GELL, 1998 apud MERENCIO, 2013).

Ao contrário de Gell, Bruno Latour (2008 apud MERENCIO, 2013) não divide a agência em ativa e passiva. Para o autor, as relações existentes entre pessoas e objetos na vida cotidiana são híbridas. Tanto sujeitos quanto objetos possuem a mesma capacidade de agenciamentos e são encarados como atores ou elementos. A agência destes elementos ocorre dentro da rede social. A agência em Latour é definida como a competência destes atores em persuadir outros elementos a executarem determinadas ações. A rede a que Latour se refere

[...] agrega elementos heterogêneos, sujeitos e objetos, pois só assim [...] é possível alcançar o social; sem os objetos não haveria sociedade, já que muitas interações são mediadas por e através de objetos. Seguindo essa lógica, um ator humano só é o que é devido à sua posição em uma rede ordenada de elementos heterogêneos (LATOUR, 2008, apud MERENCIO, 2013, p.193-194).

A partir da perspectiva desenvolvida por Latour, a agência distribui-se por toda a rede entre objetos e pessoas, de modo que os objetos não são considerados apenas ferramentas, mas agentes capazes de modificar ações e situações. Nas abordagens feitas por Gell e Latour os objetos são entendidos apenas enquanto matéria sem vida,

precisando necessariamente do ser humano para agirem dentro de determinado contexto social (MERENCIO, 2013).

Entretanto, Ingold (2008, apud MERENCIO, 2013) critica esta perspectiva. Para o autor, ao tratar os objetos enquanto matéria sem vida continua-se focando na agência humana em relação aos objetos. O autor entende que o mundo não se encontra cheio de objetos, e sim de coisas. A diferença crucial entre objetos e coisas é que no primeiro caso o objeto encontra-se totalizado e encerrado dentro de um limite ou de uma superfície. No que diz respeito às coisas as ações acontecem semelhantes a “um parlamento de fios [...] que podem se entrelaçar com fios de outros elementos, vazando através da superfície de sua forma e se estendendo, não sendo, portanto, contidas em si”, movimentando-se e tecendo linhas que funcionam como extensões delas mesmas (p. 196).

Daniel Miller (2013) em seu livro “Trecos, troços e coisas” pretende demonstrar que uma análise densa da materialidade pode nos auxiliar a analisar mais profundamente as pessoas. O autor propõe deixar de lado a perspectiva semiótica que considera as coisas como superficiais e supérfluas na vida dos indivíduos em prol de uma perspectiva onde as coisas agem modificando e condicionando os comportamentos e a vida das pessoas.

Por conseguinte, Miller (2013) salienta a necessidade de desenvolver uma teoria onde as coisas tenham importância por si mesmas e não apenas dentro das relações sociais, concluindo que os objetos ou a cultura material nos auxiliam em nosso desenvolvimento enquanto seres humanos justamente pelo fato de nós não os percebermos em nosso entorno. Precisamente esta habilidade que os objetos possuem de passarem despercebidos faz com que eles desempenhem um papel fundamental na produção de nossa identidade, sem que tenhamos consciência disso.

Neste ponto, o autor recupera as discussões de Bourdieu para concluir que nosso crescimento se dá no meio das coisas que foram transmitidas a nós por nossas gerações passadas. Estas coisas ajudam a formar o ambiente cultural em nosso entorno, nos orientando em nossas ações. Conforme o autor “todo o sistema de coisas, com sua ordem interna, fazem de nós as pessoas que somos. Elas são exemplares em sua humildade, sem nunca chamar atenção para o quando devemos a elas” (p.83). O motivo para produzirmos tantas coisas é que elas potencializam nossa humanidade e melhoram nossa qualidade de vida. Portanto, dentro da Teoria das coisas, não separa-se objetos e

sujeitos. Os objetos, trecos ou coisas tornaram-se parte de nós mesmos (MILLER, 2013).

Por outro lado, Miller (2013) utiliza-se dos estudos de Simmel (1968; 1978) para enfatizar a contradição existente em relação à existência dos trecos. As coisas podem ser benéficas no momento em que aumentam nossas potencialidades, mas elas têm também a possibilidade de serem ruins, pois quando não conseguimos assimilar a cultura dos trecos eles podem passar a nos oprimir. Para Simmel a cultura por si mesma é contraditória, os benefícios e os riscos trazidos com ela fazem parte de um mesmo processo. Deste modo, a cultura material tem a potencialidade tanto de nos servir quanto de nos oprimir. Portanto, os novos aparelhos digitais podem auxiliar as pessoas que sabem utilizá-los em suas atividades diárias ou oprimi-las quando estas não sabem como usar todas as funções e potencialidades destes dispositivos.

A partir dos estudos citados acima sobre a agência das coisas ou dos objetos, podemos perceber que as NTC, e em especial os celulares *smartPhones* têm um grande potencial de agência, modificando até mesmo o cotidiano dos sujeitos. Por meio destes celulares super modernos podemos executar em um só aparelho inúmeras funções que antes precisaríamos de várias mídias para realizar. Não precisamos mais de relógios para ver as horas, de calendários ou de agendas para organizarmos nossos compromissos, de computadores para acessarmos e-mails ou redes sociais, nem de tocadores de MP3 para ouvirmos músicas, visto que estes pequenos dispositivos podem conter aplicativos onde há a possibilidade tanto de ouvir músicas *on-line* quanto de baixar músicas em diferentes formatos, não ficando presos ao tradicional formato MP3. Fora isso também há uma série de possibilidades quase ilimitadas de acessar o ciberespaço, tanto para publicar materiais quanto para utilizá-los e também para comunicar-se com outros indivíduos.

Todavia, ao possuir agência estas coisas realizam ações não esperadas ou planejadas pelos indivíduos (MILLER, 2013). No caso específico do celular, este aparelho pode simplesmente não pegar rede, desligar sozinho ou cair e quebrar, impossibilitando os agentes humanos de realizarem as ações que haviam planejado utilizando o celular.

Para Sandra Rúbia Silva (2007) o celular é um ícone da atualidade. A autora concorda com o pensamento desenvolvido por Miller em sua Teoria das coisas, salientando que o celular auxilia os indivíduos a formarem a si mesmos, visto que tais aparelhos possuem um significado simbólico que permite ao sujeito sentir-se

pertencente do mundo social. Os consumidores a partir desta perspectiva não são vistos como meros produtos – como pensavam Adorno e Horkheimer – mas como sujeitos que têm a possibilidade de utilizar os bens culturais de acordo com normas definidas por eles próprios. Sendo assim, o

[...] uso de celulares é determinado pelo ambiente social e cultural – ocorrem apropriações e reapropriações dessa tecnologia global a partir de especificidades locais, o que demonstra que as práticas de consumo, muito além da posse de bens, estabelecem modos de ser e viver que interagem com a construção de subjetividades (SILVA, 2007, p.5).

A autora continua sua reflexão elencando três eixos temáticos que podem ser úteis na análise da relação entre celulares e sujeitos. O primeiro é de que os celulares, por serem sinônimos de interatividade e conectividade, possuem papel fundamental na inserção ou no sentimento de pertencimento dos indivíduos em meio a um contexto de modernidade (SILVA, 2007).

O segundo ponto é que existe uma relação emocional entre os sujeitos e seus celulares que faz com que as pessoas sintam-se dependentes de seus aparelhos e do conteúdo contido neles. A terceira perspectiva é que toda esta importância e centralidade que o celular adquiriu no cotidiano dos indivíduos deve-se ao fato de que “possuir e usar um celular torna-se uma maneira de estar no mundo – mediada pelas tecnologias de comunicação e informação – que é cada vez mais característica da cultura contemporânea” (SILVA, 2007, p.12-13).

A partir das perspectivas desenvolvidas pelos autores percebemos que os consumidores dos bens culturais industrializados não são pura e simplesmente uma audiência, são mais do que isso. Estas novas tecnologias e equipamentos potencializam a agência, uma vez que o ciberespaço amplia o leque de bens simbólicos disponíveis, além de possibilitar aos indivíduos a produção e divulgação de conteúdos ou mercadorias de produção própria.

Se anteriormente à existência da Internet e dos aparelhos digitais os sujeitos tinham como possibilidade comprar somente as mercadorias que estavam disponíveis ao seu entorno, em formato físico, ou seja, consumir apenas os produtos que foram planejados pela indústria para serem utilizados por aquele segmento social, por meio da rede há a possibilidade de usufruir de bens culturais de todas as partes do mundo.

Os aplicativos, sites e ferramentas disponíveis no ciberespaço não irão necessariamente determinar os usos que os sujeitos farão da cultura, eles apenas condicionarão novos usos, que, por outro lado, também serão condicionados pelo contexto objetivo onde os indivíduos vivem (BOURDIEU, 1983).

A partir da pesquisa de campo, verificamos que novas formas de relações sociais, fruição e produção cultural, comportamentos e práticas estão emergindo, condicionadas pela expansão no uso de novas mídias, em especial dos *smartPhones* pelos indivíduos, principalmente pelos jovens, que continuam sendo os que mais utilizam as tecnologias digitais. Em contrapartida, outros comportamentos, práticas, modos de fruição e meios de comunicação estão sendo deixados de lado, ou tem seu tempo de uso diminuído em prol das novas mídias e dos produtos em formato digital.

2.3 *HABITUS*, GOSTOS DE CLASSE E ESTILOS DE VIDA

O terceiro item deste capítulo é dedicado a uma breve discussão sobre a implicação direta das condições objetivas de existência, a formação dos *habitus* e a relação deste com a fruição ou gosto cultural. Para isso, utilizamos o texto “Gostos de classe e estilos de vida” de Bourdieu (1983).

Segundo Bourdieu (1983) há uma tendência de que contextos materiais de existência semelhantes produzam *habitus* parecidos entre os sujeitos que compartilham determinadas condições objetivas de vida. O autor argumenta que estes *habitus* atuam homogeneizando parcialmente as práticas dos indivíduos. Devido a isso, algumas regularidades são encontradas entre agentes que compartilham modos de vida semelhantes. É o *habitus* que engendra racionalidades específicas em grupos sociais distintos. O que faz com que os grupos sociais se diferenciem é justamente a oposição aos demais grupos. Esta distinção social aparece nas práticas sociais, gostos e racionalidades dos agentes. Em grande medida, a diferenciação entre as classes sociais acontece de forma simbólica. Para o autor

A sistematicidade e a unidade só estão no *opus operatum* porque elas estão no *modus operandi*: elas só estão no conjunto das "propriedades", no duplo sentido do termo, de que se cercam os indivíduos ou grupos – casas, móveis, quadros, livros, automóveis, álcoois, cigarros, perfumes, roupas – e nas práticas em que se manifesta sua distinção – esportes, jogos, distrações culturais – porque estão na unidade originariamente sintética do *habitus*,

princípio unificador e gerador de todas as práticas. O gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas [...] (BOURDIEU, 1983, p.83).

Portanto, para Bourdieu (1983) não há como dissociar as preferências, gostos e práticas dos indivíduos de sua condição material de existência. É justamente a estrutura que irá condicionar o que o autor chama de estilo de vida. As escolhas das diferentes classes sociais acontecem de acordo com as *necessidades* materiais deste grupo, ou seja, o que os indivíduos pertencentes a esta classe entendem como fundamental e indispensável. Por isso, o que às vezes é encarado enquanto *necessidade* por um grupo social abastado é visto como *luxo* ou fantasia por classes sociais inferiores. As classes sociais mais ricas sinalizam sua distinção em relação às mais pobres por meio do consumo e utilização de bens mais raros. Quanto mais rico for determinado grupo, mais artigos raros ele irá utilizar.

A disposição estética está relacionada diretamente às condições de existência. Sendo assim, enquanto as classes mais ricas possuem uma relação familiar com os bens culturais legítimos, as classes subalternas, quando entram em contato com estes bens, o fazem por meio da instituição escolar. Estes diferentes modos de contato com as obras de arte legítimas condicionam formas de fruição absolutamente distintas (BOURDIEU, 1983).

Além disso, a preferência das classes superiores e dos grupos populares são muito diferentes. Embora alguns membros das classes menos favorecidas empenhem um esforço em conhecer as obras consideradas legítimas, a maioria dos indivíduos que fazem parte destas classes preferem em grande medida “os espetáculos mais espetaculares [...] e pelo aspecto mais espetacular destes espetáculos, trajes, música, ação, movimento fantástico e, sobretudo, a paixão por todas as formas de cômico” (BOURDIEU, 1983, p. 91). Estas preferências estão relacionadas aos valores presentes nos *habitus* dos grupos populares. Os *habitus* destes grupos estão fortemente marcados por uma cultura que envolve o desejo de felicidade, de riso e de diversão.

Segundo Bourdieu (1983) o maior sinal de distinção entre as classes sociais pode ser percebido de acordo com a competência – ou a falta dela – para a apreciação das obras de arte consideradas legítimas. Em sua pesquisa, o autor conclui que os agentes mais despreparados em termos de competência de apreciação estética das obras de arte

geralmente interrogam-se sobre qual a função destes bens, não prestando atenção à sua real forma.

Contudo, as classes populares desejam demonstrar conhecimento sobre as obras consideradas legítimas, por isso quando questionadas sobre os tipos de música ou os pintores que mais gostam, escolhem sempre aqueles que lhes parecem mais nobres. Entretanto, os grupos mais pobres não *conhecem* os bens culturais legítimos, eles os *reconhecem*. Dizer que eles *reconhecem* estes bens significa que eles sabem que determinados pintores, cantores, compositores, cineastas e escritores existem, ainda que não tenham tido contato com suas obras, ou que não saibam apreciá-las legitimamente (BOURDIEU, 1983).

O modo pelo qual as classes mais abastadas, que possuem contato direto com as obras de arte legítima desde a infância apropriam-se destes bens culturais é muito distinto do modo pelo qual as classes populares se relacionam com os mesmos bens. Enquanto os grupos mais ricos desenvolvem um “gosto natural” pela arte legítima, alguns membros das classes menos favorecidas empenham esforço em conhecer as obras de arte legítimas. Geralmente o primeiro contato dos agentes de grupos sociais mais pobres com os bens culturais considerados legítimos acontece no ambiente escolar. Deste modo, enquanto as classes ricas têm sua relação com as obras de arte legítimas marcada pela experiência e pela contemplação, os grupos populares têm esta mesma relação marcada pela racionalidade do aprendizado (BOURDIEU, 1983). Conforme o autor

Assim, o que a ideologia do gosto natural opõe, através de duas modalidades de competência cultural e de sua utilização, são dois modos de aquisição da cultura: o aprendizado total, precoce e insensível, efetuado desde a primeira infância no seio da família, e o aprendizado tardio, metódico, *acelerado*, que uma ação pedagógica explícita e expressa assegura. O aprendizado quase natural e espontâneo da cultura se distingue de todas as formas de aprendizado forçado, não tanto, como o quer a ideologia do "verniz" cultural, pela profundidade e a durabilidade de seus efeitos, mas pela modalidade da relação com a cultura que ele favorece. Ele confere a certeza de si, correlativa à certeza de deter a legitimidade cultural, verdadeiro princípio do desembaraço ao qual identificamos a excelência; ele produz uma relação mais familiar, ao mesmo tempo mais próxima e mais desvolta, com a cultura, espécie de bem de família que sempre conhecemos e do qual nos sentimos o herdeiro legítimo: a música não são os discos e a eletrola dos vinte anos, graças aos quais descobrimos Bach e Vivaldi, mas o piano da família, ouvido desde a infância e vagamente praticado até a adolescência; a pintura não são os museus,

de repente descobertos no prolongamento de um aprendizado escolar, mas o cenário do universo familiar (BOURDIEU, 1983, p.97).

Essa diferença na apropriação que as classes pobres e ricas mantêm com os bens culturais legítimos também acontece em relação ao estilo de vida destas classes, e, mais uma vez, as classes populares buscam reproduzir aspectos das classes dominantes. A “cultura popular” está marcada pela tentativa de reproduzir a cultura dominante com produtos mais pobres. Sendo assim, substituem-se os consumos de luxo por bens de menos valor. Por exemplo, substitui-se o couro por uma imitação do mesmo e o champanhe por vinhos gasosos, na tentativa de “imitar” o modo de viver das classes dominantes. Esse reconhecimento da cultura legítima, a tentativa de reproduzi-la e de dissimular a ignorância sobre a forma legítima de fruição das obras legítimas por parte das classes subalternas faz parte da “lógica específica da dominação simbólica” (p. 107). É no reconhecimento da cultura legítima por todas as classes que ela mantém seu *status* de legítima (BOURDIEU, 1983).

Embora o texto ao qual nos referimos na terceira parte deste capítulo seja de fundamental importância na compreensão de como as estruturas objetivas condicionam gostos e estilos de vidas diferentes entre classes sociais distintas, ele deve ser utilizado com cuidado quando comparado a nossa pesquisa de campo, pois as realidades pesquisadas por Bourdieu e por nós são muito diferentes.

Devido à falta de muitas instituições culturais – como museus, cinemas, castelos, teatros, entre outros – em Realeza, a comparação entre as fruições culturais, os aparelhos usados para isso e a utilização do tempo livre entre os jovens de diferentes níveis socioeconômicos deve ser feita com muita cautela, pois estas distinções aparecem de forma muito sutil.

Entretanto, antes de nos determos na análise da pesquisa de campo, vamos dedicar o próximo capítulo a compreender as discussões em torno da categoria juventude, tendo em vista que nossa pesquisa foi realizada com esta parcela da população.

3 JUVENTUDES

Este capítulo abordará formulações e argumentos empregados nas análises da categoria juventude(s), bem como as correntes sociológicas que debatem este tema. Será exposto o processo de formação de um mercado de bens culturais voltados especificamente para esta parcela da população, bem como a criação de representações imagéticas relacionadas à juventude e a formação de culturas juvenis em torno deste sistema. A influência dos meios de comunicação e do ambiente escolar nas socializações juvenis também será elucidada.

3.1 JUVENTUDE (S): ENTRE COERÊNCIAS E PARADOXOS

A noção contemporânea de juventude é construída social, cultural e historicamente. A percepção da juventude enquanto um período de passagem da condição infantil para a adulta nem sempre existiu, ela está relacionada ao desenvolvimento da modernidade (WEISHEIMER, 2013). É utilizada socialmente na classificação dos sujeitos, bem como na padronização de seus comportamentos e na fixação de direitos e deveres para esta parcela da população (GROPPO, 2008).

Nas remotas sociedades rurais as crianças a partir dos 5 anos já auxiliavam a família nos trabalhos domésticos e agrícolas, pois precisavam ajudar a prover os meios de sua existência. A juventude passava despercebida nestas sociedades, tendo em vista que a dedicação dos indivíduos exclusivamente ao trabalho acontecia desde muito cedo (POCHMANN, 2004). Para Catani e Gilioli (2008) nas sociedades tradicionais a passagem da infância para a condição adulta era realizada por meio de ritos de passagem e na maioria das vezes não havia nenhuma fase que intermediasse esta transição.

A concepção moderna de juventude diz respeito a uma determinada fase da vida. Tal fase corresponde ao processo de transição entre a primeira etapa da vida, a infância, também uma construção social – marcada pela dependência dos pais ou responsáveis – e a fase adulta – definida pelo total desenvolvimento do ser humano, bem como da consciência de suas responsabilidades cidadãs. A vida adulta caracteriza-se pela capacidade que os sujeitos desenvolvem de prover os meios necessários para sua própria existência, de se reproduzir e de exercer a cidadania por meio da participação nos direitos, deveres e decisões que regem o meio social onde vivem (ABRAMO, 2005).

O desenvolvimento da categoria social juventude, tal como a conhecemos hoje é, segundo Ariès, resultado do surgimento do sistema capitalista e da aparição de novas relações sociais decorrentes deste sistema (ARIÈS, 1981 apud WEISHEIMER, 2013). Este autor elege dois processos essenciais que influenciaram na noção contemporânea de juventude.

O primeiro diz respeito às transformações na organização familiar que aconteceram após o século XII, quando se torna possível observar uma separação entre a esfera da vida pública e da vida privada nas famílias e modificações da configuração no grupo familiar. É neste processo que o núcleo familiar passa a ser composto apenas pelo casal e os filhos, tal como o conhecemos hoje. A partir do desenvolvimento da família nuclear, a preparação dos jovens para vida pública passou a ser responsabilidade dos pais (ARIÈS, 1981 apud WEISHEIMER, 2013).

O segundo processo refere-se ao fato de que alguns setores aristocratas e burgueses passaram a enviar os filhos para escolas a fim de prepará-los melhor para a vida futura. Desta maneira, substituiu-se a educação proporcionada pela família pelo sistema de ensino escolar. A princípio apenas as elites – particularmente os meninos – tinham acesso a este nível de instrução. Entretanto com o passar dos séculos este ensino passou gradativamente a ser disponibilizado para meninas e a fazer parte da vida dos jovens da pequena burguesia, das classes médias e por fim das classes trabalhadoras (ARIÈS, 1981 apud WEISHEIMER, 2013; ABRAMO, 2005; GROPPPO, 2008). Há uma formulação de Weisheimer que pode ser lida como uma síntese deste processo:

[...] podemos dizer que o aparecimento da noção da juventude como a conhecemos hoje resulta de processos iniciados pela modernidade e que implicaram uma crescente racionalização e individualização das práticas sociais, promovendo a distinção entre a esfera privada (família) e a pública (escola) (WEISHEIMER, 2013, p.18-19)

Outro aspecto fundamental na construção da juventude como a compreendemos atualmente é a cronologização da trajetória da existência humana. Esta cronologização surgiu concomitantemente à institucionalização escolar, que resultou na criação de grupos etários uniformes. Deste modo, no momento em que o ensino passa a ser universalizado – e a escola passa a ser considerado local de frequência legalmente obrigatória, desempenhando controle social – as diferenças e capacidades individuais

dos alunos passam a ser desconsideradas em prol da organização dos grupos por meio de séries (GROPPO, 2008).

Conforme Weisheimer (2013) o início da juventude é caracterizado por fatores biológicos e sociais, sendo marcado principalmente pela entrada do indivíduo na puberdade. Já o término da juventude é estabelecido apenas por fatores sociais que estão relacionados ao desenvolvimento de uma série de responsabilidades civis, profissionais, conjugais, domésticas e paternais.

Por conseguinte, a juventude é definida principalmente pelo processo de entrada no mercado de trabalho. Gradativamente os jovens buscam a independência financeira em relação aos pais ao mesmo tempo em que vão desenvolvendo e incorporando novas subjetividades, que são resultado das novas formas de socialização das quais os jovens participam, especialmente aquelas associadas à sua inserção no mercado empregatício. Os jovens são os sujeitos que estão vivenciando uma fase transitória da infância à vida adulta. Entretanto, o início e fim deste ciclo da vida não é o mesmo em todas as sociedades, tampouco nos segmentos no seu interior, varia, portanto, conforme os contextos sociais (WEISHEIMER, 2013).

A compreensão de que a passagem da juventude para a vida adulta deveria ser feita de forma sequencial desenvolveu-se após a Segunda Guerra Mundial. Esta transição deveria acontecer em uma sucessão de fatos ordenados, onde o primeiro é o término dos estudos, seguido pelo ingresso no mercado empregatício, saída da casa dos pais e por fim pela constituição de uma nova família (CAMARANO E MELLO, 2006 apud WEISHEIMER; KIELING, 2013).

Deve-se considerar que atualmente esta linearidade sequencialmente ordenada não é mais válida como marco de passagem da juventude à vida adulta. Conforme as autoras citadas acima, a mudança na concepção de transição de uma etapa da vida para outra é resultado de transformações sociais nos âmbitos público e privado. As modificações na esfera pública são consequência, sobretudo, das dificuldades que os jovens têm de se inserir no mercado de trabalho que está em constante transformação e exigindo cada vez mais aprimoramento profissional. Em relação à dimensão privada, há uma separação entre três aspectos que se desenvolviam juntos: a vida sexual, o casamento e o nascimento dos filhos.

Desenvolve-se a partir da metade do século XX um novo padrão de transição. A entrada no mercado de trabalho continua sendo o componente principal de passagem da juventude à vida adulta, visto que promove a independência do jovem em relação aos

pais. O que difere neste novo padrão transitório é a falta de linearidade dos acontecimentos que marcam a transição. Observa-se entre as experiências contemporâneas das juventudes a permanente instabilidade do processo de ensino, das condições de emprego, da autonomia em relação aos pais e da conjugalidade. Deste modo há uma grande oscilação entre processos que antes eram sequenciais e estáveis, tornando esta etapa transitória mais heterogênea e complexa (PAIS, 2001 apud WEISHEIMER; KIELING, 2013).

Emerge também na segunda metade do século XX a massificação do ensino universitário, o desenvolvimento de um mercado voltado para o consumo juvenil juntamente com o movimento crescente da indústria cultural, do qual falaremos na segunda parte deste capítulo. Observado inicialmente nos Estados Unidos, este processo alastrou-se posteriormente para outras partes do mundo. O resultado disto é que, na medida em que distintos locais de socialização juvenil abrigam diversos sujeitos da mesma faixa etária, estes passam a se comportar e a pensar de modo similar (GROPPO, 2008).

Abramo (2005) entende o período da juventude enquanto uma “moratória”, ou seja, um momento em que o indivíduo tem suas responsabilidades adiadas, ocupando o tempo para se preparar melhor para as atividades que surgirão juntamente com a vida adulta. De modo geral a condição juvenil diz respeito a um período em que o sujeito – em tese – deve possuir liberdade para não participar do mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que tem como obrigação se dedicar aos estudos/formação.

Todavia, como observa Pochmann (2004, p. 231) embora todas as pessoas no Brasil passem pela fase da juventude, o “modo de ser jovem difere muito, principalmente quando há diferenças significativas entre estratos de renda no conjunto da população”. Portanto, este modelo de condição juvenil proposto por Abramo não abrange todos os jovens, visto que distinções continuam existindo.

Sposito (2004 apud SILVA; OLIVEIRA, 2007) estabelece uma distinção entre a condição juvenil, relacionada à maneira pela qual determinada sociedade dá sentido a esta fase da vida e a situação juvenil que se refere aos percursos vividos pelas juventudes, de acordo com o contexto sociocultural onde vivem.

Em relação à idade que marca o início do ciclo juvenil, há um consenso entre 14 e 15 anos. Em contrapartida a idade em que este ciclo termina é muito relativa, sendo definida pelo contexto social de onde determinado grupo juvenil pertence. De acordo com Waiselfisz (2002 apud KIELING, 2013) a juventude iniciaria aos 14 anos e

terminaria aos 25. Para a Organização Ibero-Americana de Juventude esta etapa da vida teria seu início aos 14 anos e terminaria somente aos 30 anos (WEISHEIMER, 2013).

Conforme KIELING (2013) no Brasil os jovens são identificados pelo IBGE como a parcela da população que possui entre 15 e 24 anos. O IBGE subdivide a população jovem em três faixas etárias: os Jovens Adolescentes que possuem de 15 a 17 anos, os Jovens de 18 a 20 anos e os Jovens Adultos de 21 a 24 anos. Este estudo irá abordar todas as parcelas das juventudes, tendo em vista que os jovens do ensino médio em Realeza possuem de 14 a 24 anos.

Percebe-se que o período determinado como juventude no Brasil abrange um intervalo de 9 anos. Abramo (2005) nos alerta sobre a expansão da duração desta fase da vida. A autora salienta que a partir do aumento no recorte temporal que abrange a juventude, este período da vida começa a possuir um sentido próprio, deixando de ser sinônimo apenas de um momento de preparação.

Estas modificações na vigência da condição juvenil são resultado da diversificação dos âmbitos de socialização além da escola e da família, que englobam instâncias onde se pode desenvolver o lazer e a cultura, resultando assim na formação de novas identidades e valores dos sujeitos jovens. A entrada na vida adulta passa a acontecer mais tarde, fato que continua aumentando o tempo que corresponde à juventude (ABRAMO, 2005).

Weisheimer (2013) avalia que precisamos estar atentos a variedade de contextos sociais, identidades e experiências presentes na vida dos jovens. O autor enfatiza a necessidade de percebermos a pluralidade de juventudes. Nesta mesma perspectiva, Pais (1990) e Abramo (2013) entendem que geralmente os jovens são compreendidos como integrantes de um único e singular grupo cultural, o que de fato não são.

Ao considerarmos a heterogeneidade desta condição e as desigualdades a ela associadas, a juventude passa a ser percebida enquanto singularidade porque é vivenciada por todas as classes sociais, mas de formas muito diversas. As diversidades são produzidas e produzem situações e significações distintas entre os grupos sociais (ABRAMO, 2013).

Deste modo, devemos considerar o paradoxo existente em torno do conceito juventude. Este paradoxo diz respeito às diferentes ideias que o conceito engloba.

A juventude pode se referir a uma *unidade*, quando entendida como uma fase da vida e como *diversidade* quando se refere às múltiplas características sociais que diferenciam os jovens uns dos outros. Do mesmo modo, os jovens podem apresentar

similaridades em relação ao consumo cultural, anseios e perspectivas para o futuro, ao mesmo tempo em que são marcados por *diferenças sociais* oriundas do contexto em que vivem (PAIS,1990).

Apesar de existirem diferentes grupos juvenis, Groppo (2008) acredita que ainda assim podemos falar em termos de uma “condição juvenil” relativamente comum que atua como base na construção dos grupos juvenis e das juventudes. Os tipos de grupos juvenis da modernidade são caracterizados como grupos juvenis escolares, grupos juvenis coordenados por adultos e grupos juvenis informais (EISENSTADT, 1976 apud GROPPPO, 2008). Este estudo focará o primeiro tipo de grupo juvenil.

São os grupos juvenis que formam as juventudes. Estes grupos são homogêneos, pois organizam-se de forma a reunir sujeitos com faixas etárias similares. Tais grupos compostos por indivíduos etariamente semelhantes reúnem pessoas entendidas enquanto “jovens”, que devem assumir comportamentos desejados, autorizados ou determinados aos jovens (EISENSTADT, 1976 apud GROPPPO, 2008).

Tendo como base os estudos de Mannheim (1982) e Weisheimer (2013), é possível perceber a importância de considerar os estudos referentes às gerações quando se propõe analisar temas relacionados às juventudes. Conforme Weisheimer (2013) um dos principais enfoques teóricos da sociologia da juventude é o estudo das gerações. Geração é definida pelos autores como uma condição ou situação histórica e social vivenciada por determinada parcela da população. Entretanto, todas as pessoas pertencentes a uma mesma geração não irão necessariamente vivenciar o mundo da mesma forma, considerando que as experiências de cada um dependem muito do contexto onde cada indivíduo vive.

Em contrapartida, não podemos cair na total generalização. Considerando, por exemplo, a juventude brasileira, percebe-se que ela está destinada a viver em um mesmo período histórico, enfrentando as mesmas transformações econômicas e políticas e passando para outras etapas da vida em momentos aproximados (SINGER, 2005). A esta condição Weisheimer (2013, p.60) chama “situação de geração”.

É importante perceber que a reprodução e as transformações sociais pelas quais a humanidade passa são fruto de uma dialética, cujo motor principal é a sequência de gerações que surgem continuamente, inovando a sociedade. Isto acontece porque a elaboração e o acúmulo da cultura são feitas sempre por sujeitos e gerações diferentes. Cada geração que surge consegue absorver os saberes desenvolvidos em gerações

anteriores ao mesmo tempo em que complementam estes conhecimentos com novas informações (MANNHEIM, 1982 apud WEISHEIMER, 2013).

Verifica-se que a juventude atua como um elo entre futuro e passado. É a juventude que promove a renovação da sociedade, pois o contato permanente entre adultos e jovens promove a transição de uma geração para outra. Devido justamente a este intenso contato, os jovens são cada vez mais influentes às gerações mais velhas, de modo que passam a atuar como propagadores de novos conhecimentos, tendo em vista que a inovação pela qual a sociedade passa constantemente é apreendida mais facilmente pelos jovens do que pelos outros grupos sociais (WEISHEIMER, 2013).

Um exemplo disso é que geralmente são as pessoas mais jovens que ensinam as mais velhas a utilizarem as novas tecnologias digitais e informacionais. Deste modo, os jovens passam a ser entendidos como um dos “recursos latentes” da sociedade, considerando que possuem uma predisposição maior a promover transformações sociais, bem como de criar e inventar novas coisas (WEISHEIMER, 2013, p.65).

Tendo sido enunciado no início do capítulo que a noção de juventude é uma construção social, torna-se necessário considerar as demais categorias sociais com as quais a juventude se relaciona. Entre as categorias que utilizaremos nesta pesquisa estão: classe social, gênero, situação rural ou urbana e momento histórico. Deste modo faremos o cruzamento entre a categoria social juventude e as demais categorias citadas anteriormente (GROPPO, 2008).

Conforme Groppo (2011 e 2008) existem dois modelos clássicos de análise das rebeldias juvenis, em um deles há tendência a se considerar as rebeldias juvenis como um estímulo necessário às mudanças sociais. No outro modelo – funcionalista – os conflitos e crises que envolvem a juventude são entendidos como disfunções, ou seja, como desvios sociais. Isso acontece porque no modelo funcionalista da sociedade considera-se que existem estados sociais ditos “normais”. Deste modo tudo aquilo que foge ao padrão de normalidade na sociedade, afeta o funcionamento “correto” da sociedade. A este modelo associa-se a corrente analítica geracional.

Pode-se identificar duas correntes sociológicas nas discussões sobre juventudes: a geracional e a classista. Não seguiremos rigorosamente nenhuma das duas neste trabalho, pois utilizaremos aspectos que consideramos válidos nas duas correntes.

A corrente geracional considera a juventude como uma etapa da vida, portanto entende a juventude enquanto unidade. Tem como base o modelo funcionalista, de modo que os conflitos e crises que envolvem a juventude são entendidos como

disfunções relativas à socialização entre as gerações. Assim como existem crises, existe também a continuidade da socialização, que ocorre quando a juventude assimila sem muitos conflitos os costumes das gerações mais antigas (PAIS, 1990).

A base desta corrente é a ideia de que os sujeitos pertencentes a uma mesma geração vivenciam o mundo de forma semelhante, considerando que compartilham o mesmo contexto social. A reprodução social acontece mediante a relação entre as gerações. Nesta corrente fala-se em cultura juvenil, no singular, tal cultura se contrapõe à cultura das demais gerações (PAIS, 1990).

Já a corrente classista tende a considerar que os sujeitos experimentam o mundo conforme a sua classe social. Portanto nesta corrente a reprodução social ocorre por meio das relações entre classes sociais. A transição dos jovens para a vida adulta aconteceria de acordo com os mecanismos de sua classe social. Esta corrente fala em culturas juvenis, tais culturas são entendidas como culturas de classe e as diferenças entre os jovens resultariam da participação dos mesmos em diversas classes sociais (PAIS, 1990).

Ambas as correntes possuem propostas analíticas válidas. Deste modo, a corrente geracional torna-se importante ao considerar as relações entre as várias gerações na construção da cultura jovem e na reprodução da sociedade, de modo dialético, entre rupturas e continuidades. Entretanto, peca ao entender que existe apenas uma cultura juvenil que se oporia às demais culturas. Tal corrente emprega demasiada atenção ao contexto social geral em que os sujeitos vivem, desconsiderando as peculiaridades dos contextos sociais locais em que os sujeitos se desenvolvem.

A corrente classista torna-se essencial ao considerar as relações de classe na reprodução social e no desenvolvimento das juventudes, entretanto sua falha reside em considerar somente a classe como fator de diferenciação entre as juventudes e culturas juvenis, desconsiderando que possam existir distinções entre sujeitos das mesmas classes sociais (PAIS, 1990). Como foi sinalizado anteriormente, diferentes categorias sociais podem nos auxiliar melhor a entender as juventudes, e ao utilizar somente a classe social como foco acabamos deixando de lado as demais categorias que também são importantes na formação das identidades juvenis.

Até agora abordamos o sentido moderno de juventude. Entretanto, alguns autores já falam no sentido “pós-moderno” de juventude. Na concepção “pós-moderna” de juventude, esta categoria social deixa de fazer sentido enquanto etapa da vida e passa

a significar um “estado de espírito” ou uma “forma de ser” a que todos os sujeitos, independente da idade, podem assumir (GROPPO, 2008, p.253-254).

Deixa-se de lado a juventude em prol de uma “juvenilização”, ou seja, a juventude deixa de ser considerada período de transitoriedade e passa a ser encarada enquanto um estilo de vida, consumista. A “juvenilização” passou a ser a imagem mais desejada pelos consumidores da indústria cultural (SANTOS, 1992 apud GROppo, 2008).

Segundo Groppo (2011, p.14) atualmente são observados dois movimentos em torno da condição juvenil no âmbito das ciências sociais. O primeiro movimento, citado nos parágrafos anteriores, é a ideia de que a juventude torna-se um “estilo de vida”. O segundo propõe reinterpretar as formas de resistência juvenis enquanto “culturas” ou “subculturas”. A partir desta perspectiva, ao invés de considerar as rebeldias juvenis como desvios – como é o caso do funcionalismo – elas passam a ser entendidas como parte importante da criação de identidades e no desenvolvimento de diversidades sociais e culturais.

Apesar de entendermos a juventude, de modo geral, enquanto uma fase de transição, não podemos limitar a compreensão dos jovens somente a esta percepção, como se ela não atuasse modificando a sociedade. Os jovens são indivíduos que participam ativamente na construção da realidade social, e ao mesmo tempo em que são consumidores culturais também produzem culturas (WEISHEIMER; ZORZI, 2013). Devemos salientar que da mesma maneira que não existe uma juventude única e singular também não existe somente uma cultura juvenil, falaremos, portanto, de culturas juvenis (CATANI; GILIOLI, 2008).

3.2 CULTURAS JUVENIS: ALGUNS ASPECTOS

As juventudes na contemporaneidade se desenvolvem em meio a um contexto extremamente volátil, onde tudo se transforma rapidamente, desde as tecnologias digitais – das quais falamos no primeiro capítulo – até as relações sociais. Estas alterações contínuas no modo de vida dos indivíduos causam falta de equilíbrio e instabilidade pessoal. Os sujeitos estão sempre procurando se adaptar às mudanças (KEHL, 2004; RIBEIRO JÚNIOR, 2008). Em oposição à estável família tradicional, os jovens de hoje precisam conviver com o divórcio dos pais, a entrada e saída de novos integrantes familiares e a grande onda de desemprego (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Este complexo contexto social requer dos sujeitos uma constante readaptação às mutações que ocorrem cotidianamente, fazendo com que os mesmos precisem se manter sempre no “agora” (GROPPO, 2011). Nestor García Canclini (2015) nomeia esta situação de viver no hiperpresente. As culturas juvenis desejam viver e consagram o hiperpresente porque não sabem direito como lidar com o futuro nem com o passado, visto que não confiam em nenhum tempo que não seja o que está acontecendo neste instante. Entretanto, esta não é uma atitude específica das juventudes, atingindo também outras gerações.

Deste modo há uma relação entre o grande consumo de bens culturais, a obsolescência programada e a celebração do momento presente no cotidiano. A instantaneidade dos investimentos e rendimentos do mercado está vinculada ao sentimento de instabilidade que permeia a sociedade. Nega-se a temporalidade – passado e futuro – com vistas a produzir e vender sempre produtos novos, promovendo a ampliação do mercado (CANCLINI, 2015).

A indústria cultural fabrica bens para serem trocados periodicamente, tanto em relação aos produtos como aparelhos domésticos e roupas quanto em relação aos bens culturais, como as canções. Eles são produzidos para se tornarem obsoletos. Nesta estrutura, forma-se a ideia de que somente o tempo presente importa. Segundo Canclini (2015, p.220) “Conseguem converter a aceleração e a descontinuidade dos gostos em estilo permanente dos consumidores”. É por meio deste ciclo de continua atualização dos produtos que o mercado mantém e expande sua produção. Atualmente uma das parcelas da população que mais alimenta este mercado é a juventude.

As culturas juvenis estão relacionadas à cultura de massa que é divulgada pelos meios de comunicação e são frequentemente associadas à cultura do consumo. As organizações midiáticas desenvolveram um conjunto de símbolos e representações ligadas à juventude, e os divulgam constantemente. Estas imagens relacionadas aos jovens passaram a transcender idades e se disseminaram entre todas as gerações mediante a propaganda midiática, elas foram desenvolvidas em meados do século XX nos Estados Unidos, posteriormente se espalhando por todo o mundo (WEISHEIMER; ZORZI, 2013).

Conforme Kehl (2004) a compreensão de que os jovens poderiam compor uma parte significativa dos compradores da indústria se desenvolveu a partir da década de 1950 e na década posterior já se falava em “cultura dos jovens” (p.92). Nos anos 1950 a geração adolescente que surgiu nos Estados Unidos era diferente das gerações passadas.

Esta nova geração de adolescentes foi resultado do período próspero que se desenrolou no pós-guerra nos Estados Unidos. Nesta época surgiram inúmeros locais destinados à convivência juvenil, como a *high school* – equivalente ao ensino médio brasileiro – rodeada de clubes, estabelecimentos comerciais e atividades voltadas ao entretenimento da juventude. Por conseguinte, a adolescência passa a ser associada à urbanidade, tendo em vista que os jovens começam a desfrutar esta fase de vida em lugares dedicados somente a socialização deles.

Isto proporcionou a avaliação de que jovens representam um significativo segmento do mercado consumidor. Por estar desligando-se de valores morais e religiosos que eram fortemente presentes nas gerações anteriores e por exercer sua sexualidade e liberdade abertamente, os jovens passaram a ser considerados uma fatia do mercado com grande potencial consumidor, tendo em vista que compraria todos os produtos que supostamente eram essenciais para alcançar a felicidade. Isto caracterizou as gerações juvenis do pós-guerra como adolescentes hedonistas, onde o maior propósito era o prazer, e parte deste prazer era alcançado consumido as mercadorias da indústria cultural (KEHL, 2004).

Abria-se aos jovens um enorme mercado de diversos produtos voltados para eles. Isso inclui vestimentas, discos, maquiagens, carros, refrigerantes e doces que eram sinônimo do *american way of life*. Este estilo de vida do jovem norte-americano posteriormente se espalhou por todo o mundo. Ser jovem se tornou sinônimo de ser belo, descolado, livre e sexy e transformou-se num modelo de vida a ser seguido pelas demais gerações (KEHL, 2004). Deste modo, o processo de abertura de um mercado voltado especificamente para o consumo juvenil e a juvenilização da cultura são duas faces de um mesmo processo (WEISHEIMER, 2013).

Embora saibamos que nem todos os jovens têm condições de comprar muitos dos produtos oferecidos pela indústria cultural, eles se identificam com estas mercadorias devido à imagem de jovem consumidor que o mercado de bens culturais criou (KEHL, 2004). Somente em sentido amplo é que podemos falar de uma *cultura juvenil*. Esta cultura estaria atrelada aos valores – dos quais falamos no parágrafo anterior – difundidos entre todos os grupos juvenis e classes sociais. Entretanto, mesmo se considerarmos que esta *cultura juvenil* exerce influência sobre todas as juventudes, é preciso perceber que ela será vivenciada pelos jovens de acordo com suas trajetórias de vida e contextos onde eles estão inseridos (PAIS, 1990, grifos do autor).

Catani e Gilioli (2008) acreditam que a existência de uma cultura juvenil, no singular, é algo forjado pela indústria cultural. Segundo a imagem juvenil difundida pelas organizações midiáticas, a essência da juventude está fundamentada nos costumes, práticas e estilos de vida das juventudes de classe média. Na realidade, o que acontece é que este mercado de bens culturais reforça ainda mais uma série de distinções e exclusões entre os diversos grupos juvenis. Como exemplo os autores citam a inexistência ou insuficiência de oportunidades para os jovens pobres utilizarem locais como “restaurantes, concertos, *shows* e *shoppings* ou de ter acesso a viagens turísticas e bens culturais”. A esta parcela da juventude sobram locais públicos – e muitas vezes malcuidados ou abandonados – como parques, praças, ruas e terrenos vazios, além de estabelecimentos comerciais voltados às pessoas de baixa renda (CATANI; GILIOLI 2008, p.20).

Do mesmo modo, como a maior parcela da população jovem não possui condições de comprar a enorme gama de objetos oferecidos pelo mercado, muitos jovens acabam cometendo delitos, na ânsia de possuir tais produtos que se tornaram sinônimo de status e satisfação. Como salientado anteriormente, a aquisição daqueles bens passou a estar intimamente associada ao prazer (COSTA, 2004).

Como resultado deste contexto cultural, onde os jovens são instigados a consumir, ao mesmo tempo em que a grande maioria da juventude não tem acesso a tudo o que a mídia oferece, são construídas duas representações principais sobre os jovens pelos meios de comunicação: a delinquência e a moda (CATANI;GILIOLI, 2008). A mídia atua, por meio de discursos, produzindo identidades juvenis idealizadas, categorizando os principais problemas que envolvem esta fase da vida e elegendo as aspirações, estilos de vida e princípios a serem seguidos pelos adolescentes (FREIRE FILHO, 2008).

Tanto nos países desenvolvidos quanto no Brasil a delinquência é assunto recorrente na imprensa. Os principais temas relacionados à delinquência que aparecem na mídia são “as altas taxas de gravidez adolescente, as doenças sexualmente transmissíveis, o consumo de álcool e drogas e a violência” (CATANI;GILIOLI, 2008, p.24).

O tema delinquência passou a estar presente nos meios de comunicação a partir de uma série de filmes norte-americanos que exploravam a imagem do jovem enquanto rebelde, selvagem e delinquente. Estes filmes tinham como assunto a juventude que se distanciava dos padrões estabelecidos pela sociedade. O *jovem desviante* era visto hora

como uma vítima da sociedade, hora como um mal que deveria ser banido em prol da ordem social. A princípio estes filmes estavam relacionados à juventude pobre, entretanto posteriormente passaram a abranger outras classes sociais. Entre alguns dos filmes citados pelo autor e mais conhecidos no Brasil estão Juventude Transviada (*Rebel without a cause*, 1955) e Sementes de violência (*Blackboard jungle*, 1955) (FREIRE FILHO, 2008, p. 39).

Em relação à imagem de adolescente “por dentro da moda” Freire Filho (2008) cita a existência de algumas revistas, principalmente femininas, como a pioneira norte-americana *Seventeen* (1944) e a mais popular no Brasil atualmente, *Capricho*. De modo geral, estas revistas produzem e divulgam uma imagem idealizada de adolescentes altamente consumistas, saudáveis, sexys, responsáveis, populares e autoconfiantes.

Catani e Gilioli (2008) fazem uma distinção entre estilo e moda juvenis. Os estilos juvenis espelham a autonomia de grupos juvenis em relação à indústria da moda. A moda estaria mais relacionada ao consumismo estimulado pela mídia e pelo mercado de bens culturais. Deste modo, as “tribos urbanas” seriam grupos juvenis que adotam os mesmos modismos, utilizando produtos semelhantes que os identifica enquanto membros da tribo. As tribos juvenis podem ser compostas tanto de jovens com comportamentos desviantes, como os *punks*, quanto por jovens com atitudes voltadas intensamente para o consumo, como as *patricinhas*.

Embora não abordaremos em profundidade a multiplicidade de culturas e tribos juvenis existentes, é indispensável sinalizar para algumas delas, a fim de exemplificar a heterogeneidade presente entre as juventudes. Neste sentido, algumas das tribos juvenis citadas pelos autores são:

[...] *patricinhas*, *clubbers*, *hip-hoppers* (cujas expressões são o *breakdance*, o *rap* e a *gratagem*), *alternativos*, *sarados*, *nerds*, *executivos* ou *cowgirls* (moda *playboy* ou “sertaneja”) e *break-girls* (ou *b-girls*). [...] *gays*, *bacatinhas*, *nada-a-ver-com-os-outros*, *playboys*, *modelos* (ou “o povo da moda”), *webdesigners*, *publishers* e *fotógrafos*, apontando para um grupo recente: as *camelinhas* ou *neopatricinhas*. Não nos esqueçamos também dos *mauricinhos* (versão masculina das *patricinhas*), *darks*, *góticos*, *rockabillys*, *hippies*, *surfistas*, *skatistas*, *hooligans*, *junkies*, *ravers*, *cybermanos* ou *internéticos*, *pitboys* (*playboy* + *pitbull*, raça canina conhecida pela agressividade) e aqueles ligados a diversos estilos musicais: *funk*, *reggae* (*rastafáris*), *samba*, *pagode*, *forró*, *rock* (entre os quais há vários subgrupos), “*romântico*” e *new agers*. Há, ainda, os grupos de jovens ligados à diversas religiões e partidos políticos, bem como *ongueiros* (CATANI;GILIOLI, 2008, p.25-26).

Conforme Martín-Barbero (2008) os jovens se abrigam nas tribos juvenis porque tem em comum o sentimento de instabilidade. Alguns manifestam a valorização das práticas consumistas, típicas da ordem capitalista estabelecida. Outros acabam demonstrando rejeição à sociedade. No segundo caso isto não deve ser visto como rebeldia, pois é resultado da constante mutabilidade social, tendo em vista que até mesmo modelos ou formatos de instituições de socialização que deveriam promover alguma estabilidade social estão em processo de aguda transformação.

É o caso da família e da escola (SPOSITO, 2005). Alguns autores como Sposito (2005), Martín-Barbero (2008), Silva e Oliveira (2007) falam que estas instituições estão passando por “crises”. Neste sentido, Sposito (2005) entende que elas foram de suma importância na construção e sustentação da condição juvenil ocidental. Todavia, para a autora o que ocorre atualmente é a *desinstitucionalização* da vida juvenil, causada pela crise nestas instituições tradicionais. Tal crise estaria atrelada ao descumprimento de suas finalidades originais – disseminar entre os jovens a cultura adulta dominante – bem como à ineficácia das mesmas enquanto organizadoras sociais.

Entretanto, evitando estas formulações generalizantes, compreendemos que não é a instituição familiar ou escolar que está em crise, mas sim um padrão de família nuclear que passa a ser questionado e modificado à medida que novos modelos e arranjos familiares vão surgindo. Em relação ao âmbito escolar, o que ocorre são transformações sociais que modificam este espaço, fazendo com que ele admita novos comportamentos que anteriormente não admitia. De acordo com Sposito (2005) a partir destas modificações que estão acontecendo nos âmbitos escolar e familiar abre-se espaço para que os jovens tenham maior liberdade de experimentar e desenvolver sua subjetividade, e como vimos anteriormente, muitos a desenvolvem nas tribos juvenis ou em seu tempo de lazer.

Ainda que as novas tecnologias de comunicação e informação tenham se tornado mais acessíveis, há uma enorme diferença entre os indivíduos que utilizam estas tecnologias cotidianamente e aqueles que só possuem acesso a elas esporadicamente. Estas situações demonstram a “marca de classe” condicionando a relação entre os sujeitos e os novos aparelhos digitais. Além de auxiliar a determinar o local que os jovens ocupam na sociedade, estas marcas e sinais ajudam a perpetuar a desigualdade social. Isso acontece porque as potências tecnológicas são mediadas pela sociedade e

podem significar tanto a emancipação quanto a exclusão social. Como a nossa estrutura social é excludente ela acaba limitando as oportunidades de conexão e integração que as novas tecnologias digitais proporcionam, fazendo com que estas acabem reproduzindo a desigualdade (BOURDIEU; GIL CALVO, 1985 apud MARTÍN-BARBERO, 2008).

Apesar de os jovens viverem em um mesmo contexto de inovações tecnológicas, nem todos irão vivenciar esta situação da mesma forma. As juventudes possuem modos diversos de se manterem conectadas ou desconectadas, e estar conectado no mundo atual pode significar um novo modo de expressar as reivindicações juvenis nesta conjuntura social altamente mediada pelos meios de comunicação digitais (CANCLINI, 2015).

As juventudes atuais são a primeira geração de jovens que se desenvolveu tendo amplo acesso à televisão colorida com controle remoto, formando assim a cultura do *zapping*, ou seja, de mudar constantemente de canal, vendo apenas alguns fragmentos de cada informação (CANCLINI, 2015). Esta cultura de *zappear* entre canais televisivos se estendeu a outros meios de comunicação e tecnologias, de modo que os adolescentes se habituaram a transitar rapidamente de uma informação ou notícia a outra(s).

Alguns destes jovens também tiveram acesso desde a infância ao computador e a Internet. Tendo isso em vista, procuraremos entender o que significa crescer em um cenário de habitual conexão midiática e interconectividade e o que este quadro modifica no cotidiano e nas relações sociais, considerando ao mesmo tempo em que as mídias distanciam os sujeitos espacialmente a interconectividade os aproxima (CANCLINI, 2015). Também pretendemos compreender como os jovens vivenciam estes dois lados opostos de um mesmo processo.

Para Lucas Seren (2011) algumas das principais características da geração de jovens do século XXI é a dependência financeira em relação aos adultos e o pouco grau de responsabilidades, além de um amadurecimento intelectual contínuo causado pelo grande acesso às “novas tecnologias de informação e comunicação” (NTIC) e a diversos movimentos estéticos e filosóficos. Os jovens estão se relacionando a todo instante com culturas juvenis transnacionais e globais, o que desperta neles atitudes diferenciadas, que podem suscitar desde a crítica a estas expressões culturais quanto a aceitação total das mesmas. Conforme o autor

A recepção e utilização das tecnologias eletrônicas e audiovisuais são refletidas nas atitudes juvenis, no comportamento, nos estilos de vida, nos padrões de gosto e nas formas de expressar suas reivindicações e identidades. Os jovens são hoje os apadrinhadores de uma tradição renovada, incorporando novos valores a uma ética cotidiana que não se refere à moral tradicional baseada no trabalho, na família e na religião. As relações, antes preestabelecidas e definidas pelos laços culturais tradicionais, agora se transformam numa relação sujeito-mundo [...] (SEREN, 2011, p.75).

Percebemos então que as novas maneiras de fruição cultural e de formação de identidades estão intimamente atreladas aos meios de comunicação digitais. Os jovens encontram-se no centro desta cultura consumista onde a abundância de produtos culturais é inimaginável. Assim sendo, as juventudes atuais têm como local de encontro não somente a escola, a família, o bairro ou os locais próximos à sua casa, pois um universo de informações e comunicação está disponível a eles por meio da rede (SEREN, 2011). As novas tecnologias digitais se tornaram tão importantes na construção das subjetividades e identidades juvenis porque a família e a escola não têm controle sobre elas, tal como tinham na época em que a transmissão do conhecimento acontecia via material impresso (GROPPO, 2008).

Considerando que as juventudes contemporâneas transitam constantemente entre as culturas regionais, nacionais e internacionais, a principal questão que pode ser levantada em relação às juventudes de hoje é como as mudanças nos modos de registros contemporâneos auxiliam o jovem a se constituir. Tendo em vista que o acesso corriqueiro a virtualidade modifica o modo pelo qual os jovens se relacionam com o mundo, com o ensino, com outros indivíduos e com os bens culturais, além de condicionar novas formas de protestos, alguns “autores ousam falar de geração “bc (*before computer*) e ac (*after computer*)” (SEREN, 2011, p.72).

As culturas juvenis são permeadas por um grande excesso de informações, que estão disponíveis na rede fragmentadamente. De modo geral, os jovens não conseguem organizar mentalmente todo o fluxo de notícias que chega até eles diariamente. Isso se acentua entre as juventudes com poder econômico elevado, tendo em vista que justamente esta parcela de jovens possui maior acesso aos aparelhos conectados à Internet (CANCLINI, 2015). Deste modo, no próximo capítulo analisamos quais as diferenças de conexão e fruição cultural entre as juventudes de maior ou menor poder econômico.

A tecnologia pode ser uma ferramenta fundamental para entender como os jovens constroem e dão significado as suas identidades e subjetividades. É a partir do contexto descrito acima que pretendemos compreender de que modo as juventudes se relacionam com os produtos indústria cultural e interagem com a sociedade quando mediados pelas novas tecnologias digitais. Embora os apocalípticos acreditem que as NTICs tornem os jovens viciados nos aparelhos digitais e acabem por “fechar” os jovens em si mesmos tirando eles do mundo real, as pesquisas sobre a interação juventudes e tecnologias digitais tem demonstrado o contrário. As juventudes conseguem se manter conectadas à Internet ao mesmo tempo em que saem com seus amigos e frequentam locais públicos, geralmente optando por estarem acompanhados do que isolados (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Além disso, como demonstra nossa pesquisa, os próprios jovens possuem um acordo tácito – subentendido por eles, uma vez que eles não percebem a existência desta combinação – de em quais lugares ou situações devem ou não utilizar seus dispositivos digitais. Por exemplo, a maioria dos jovens afirmou evitar usar seus *smartPhones* quando estão na companhia de amigos. Ou ainda, o uso de redes sociais voltadas para a conversa – como o WhatsApp – em ambientes como a escola não é tão intenso, justamente por eles privilegiarem a interação física com seus amigos.

3.3 JUVENTUDES, ESCOLA E TRABALHO

Por ser uma das instâncias socializadoras tradicionais, a escola é local privilegiado no desenvolvimento da sociabilidade juvenil. Neste lugar ocorre a socialização do conhecimento que foi desenvolvido pelos seres humanos ao longo do tempo. Estes conhecimentos são sintetizados e são eleitos os saberes que deverão ser apreendidos no âmbito escolar. A escola é local de reprodução sistemática da cultura e da educação (SEREN, 2011).

De acordo com Silva e Oliveira (2007, p.31) a educação não se limita ao espaço escolar, ela está relacionada aos diversos processos socializadores proporcionados pelas mais variadas instituições sociais, como a “família, igreja, movimentos sociais, grupos artísticos, lazer, esporte, trabalho e escola; não podemos esquecer dos espaços virtuais, tais como a internet e seus recursos de formação de grupos e atitudes”. Ao contrário da época moderna, onde os pilares da educação eram a escola, família e religião,

contemporaneamente a educação se desenvolve em uma ampla rede com diversos locais de socialização.

Neste sentido, é fundamental a compreensão de que, se por um lado a família e a escola passaram a não ser mais as únicas instituições que atuam na formação das crianças e jovens, por outro lado há uma convergência de inúmeros processos de socialização no desenvolvimento juvenil. A mídia surge aqui como um terceiro elemento socializador fundamental para os jovens. Todavia, devemos lembrar que estes locais de socialização são movidos por lógicas culturais distintas (SETTON, 2002). Conforme o pensamento desenvolvido pela autora

A proposta é considerar a família, a escola e a mídia no mundo contemporâneo, como instâncias socializadoras que coexistem numa relação de *interdependência*. Ou seja, são instâncias que *configuram* uma forma permanente e dinâmica de relação. Não são estruturas reificadas ou metafísicas que existem acima e por cima dos indivíduos (Elias, 1970). São instituições constituídas por sujeitos em intensa e contínua interdependência entre si e, portanto, não podem ser vistas como estruturas que pressionam umas às outras, mas instâncias constituídas por agentes que se pressionam mutuamente no jogo simbólico da socialização (SETTON, 2002, p. 110, grifos da autora).

A autora utiliza-se da comparação deste conjunto de múltiplas socializações com um jogo tendo em vista que tanto as agências quanto os agentes presentes neste sistema desenvolvem ações e reações que configuram o modo pelo qual as instituições familiares e escolares, os meios de comunicação, e os sujeitos irão se inter-relacionar (SETTON, 2002).

Apesar de ter perdido seu papel central a escola continua sendo local indispensável nas formações juvenis. É neste espaço que os sujeitos passam boa parte de suas existências, embora alguns passem mais tempo na escola do que outros devido à precoce inserção no mercado de trabalho. Outros, ainda, conciliam estudos e trabalho (SILVA; OLIVEIRA, 2007). Neste sentido, torna-se impossível desconsiderar que diferenças sociais e econômicas condicionam os modos pelos quais as juventudes irão se relacionar com a escola e o trabalho (SPOSITO, 2005)

Com base nos estudos de Weisheimer e Zorzi (2013) entende-se que os espaços escolares são fundamentais na construção das identidades e na interpretação do mundo que os jovens irão desenvolver ao longo da vida. Entretanto, deve-se evitar a ideia de que a socialização escolar ocorre unidirecionalmente, visto que este é um processo

dialético que ultrapassa sua finalidade principal de reprodução de conhecimento, pois os indivíduos que estão lá para serem educados provocam transformações no âmbito escolar. Segundo Silva e Oliveira (2007) apesar de o ambiente escolar ser movido pela lógica dos adultos, são as juventudes que se desenvolvem nele, questionando e modificando o modelo educacional proposto pelo mundo adulto.

Todavia, nem todas as escolas são semelhantes ou tem o mesmo propósito. A escola voltada para a burguesia e a escola destinada à classe trabalhadora se desenvolveram com propósitos muito distintos. Segundo Sposito (2005) a escola surgiu como um ambiente organizado pelos princípios burgueses. Este primeiro tipo de escola foi desenvolvido com vistas a ser um ambiente de produção e reprodução de conhecimentos e de valores, além de estar voltado para a recreação e desenvolvimento estético e cultural de crianças e jovens. A própria palavra escola tem sua origem na Grécia e quer dizer local de ócio. Este lugar foi planejado para ser o espaço onde as juventudes iriam incorporar princípios e saberes, a fim de se preparar para a vida adulta. Contudo, este modelo de escola nunca serviu a todas as classes sociais. A escola voltada para a classe proletária desenvolveu-se com vistas a formar indivíduos disciplinados para o trabalho.

Em sua origem, a escola planejada para acolher a classe trabalhadora é um espaço voltado para os indivíduos incorporarem os valores do mercado empregatício. Este modelo escolar visa disciplinar e preparar as crianças e jovens para o trabalho industrial na vida adulta. Entretanto, a partir da década de 1970 ocorreram diversas transformações no mercado de trabalho, causando desempregos e abalando este modelo de instituição escolar, que tinha como principal objetivo preparar os alunos para o mercado empregatício (SILVA; OLIVEIRA, 2007).

Pochmann (2004) entende que o sistema capitalista tem passado por modificações a partir do final do século XX. Tais transformações requerem mudanças no processo de formação educacional, visto que o modelo de escola vigente tornou-se obsoleto. Conforme o autor

[...] a transição da sociedade industrial para a chamada sociedade do conhecimento estaria exigindo uma maior preparação em termos de educação e formação, contradizendo, de forma geral, o período fordista anterior. Em razão disso, o tempo de preparação para o ingresso no mercado de trabalho passa a ser maior, assim como a educação e a formação precisam ser continuadas ao longo da vida útil das classes trabalhadoras (POCHMANN, 2004, p. 224).

Esta situação modifica o modo pelo qual os indivíduos vivenciam sua juventude, tendo em vista que grande parte da população jovem passa boa parte de seu tempo conciliando trabalho e escola, fato que não era muito recorrente há algumas décadas atrás.

O trabalho é atividade indispensável para a existência humana, sendo representado pela habilidade que o homem possui de modificar a si mesmo e ao mundo natural. Historicamente o trabalho tem como objetivo central subsidiar a sobrevivência do ser humano (POCHMANN, 2004). O autor realiza uma pesquisa entre os jovens filhos de classes trabalhadoras que precisam do emprego para sobreviver. Para Pochmann, a entrada prematura no mercado empregatício – seja ele formal ou informal – nunca é uma escolha, mas sim uma necessidade oriunda de uma classe social.

Apesar de estar acontecendo no Brasil um processo de conscientização sobre a grande quantidade de crianças, adolescentes e jovens no mercado de trabalho, no ano de 2004 em nosso país 70% de jovens estavam ativos no mercado empregatício. Este número é reduzido a 10% nos países considerados desenvolvidos (POCHMANN, 2004). Em Realeza, 42% dos estudantes conciliam sua vida escolar com o trabalho, em turnos que variam de 2 a 10 horas diárias.

Para promover a redução do número de adolescentes e jovens no mercado de trabalho torna-se necessário oferecer oportunidades que visem adiar o máximo possível as atividades empregatícias desta parcela da população. Isso somente aconteceria mediante um programa a nível nacional que financie a “inatividade” destes jovens – do mesmo modo que as famílias mais abastadas financiam a “inatividade” de seus filhos – para que estes possam dedicar-se mais tempo aos estudos escolares (POCHMANN, 2004).

Em síntese, os jovens filhos de classes pobres precisam começar a trabalhar muito cedo. Com pouca escolaridade eles acabam ocupando vagas menos retribuídas. Já os filhos das classes mais ricas conseguem, em geral, manter-se somente estudando e quando entram para o mercado de trabalho o fazem em melhores condições profissionais do que os jovens pobres, ocupando então as melhores vagas (POCHMANN, 2004). Deste modo, as próprias escolas atuam reproduzindo as distinções sociais, que se perpetuam principalmente devido a divisão dos sistemas de educação entre público e privado (SEREN, 2011).

De acordo com Frigotto (2004) a principal questão que envolve a maneira pela qual os jovens se relacionam com o emprego e a escola é a classe social. Conforme o autor “a inserção precoce no emprego formal ou ‘trabalho informal’, a natureza e as condições de trabalho e a remuneração ou acesso ou não à escola, a qualidade dessa escola e o tempo de escolaridade estão ligados à origem social dos jovens” (p.193). Percebe-se então, que todas as juventudes estão enfrentando dificuldades no mundo do trabalho devido à escassez de empregos e a exigência de altos níveis de escolaridade para ocupar um cargo no mercado de trabalho. Contudo, estas dificuldades acentuam-se em relação às classes mais pobres.

Deste modo, forma-se um ciclo onde a ampliação no período de formação faz com que o mercado de trabalho seja mais competitivo, visto que uma maior qualificação profissional passa a ser exigida, causando a insuficiência de empregos principalmente para a parcela jovem da população. Este cenário faz com que o jovem passe mais tempo vivendo com os pais (KEHL, 2004). A total independência financeira dos pais é cada vez mais adiada devido a este contexto. Mesmo que os jovens possuam formação escolar e profissional superior à de seus pais, eles se deparam constantemente com subempregos de salários baixos ou mesmo com o desemprego (POCHMANN, 2004). Ainda que os jovens possuam mais escolaridade que as gerações mais velhas, estes se encontram em um momento em que as perspectivas de mobilidade social por meio do emprego encontram-se reduzidas (SILVA; OLIVEIRA, 2007).

Um dos pontos cruciais que envolvem educação e trabalho na contemporaneidade é a rapidez com que devemos aprender a lidar com novos temas e novas tecnologias que surgem cotidianamente em cada ramo empregatício. Segundo Groppo (2008) a sociedade atual é entendida por muitos enquanto sociedade de conhecimento ou da informação. Algumas das características são os “conhecimentos acumulados e reformulados de modo intenso; aprendizado constante desses conhecimentos mutantes (p. 257).

Para Pochmann (2004) isso acontece porque estamos passando por um período em que está emergindo uma nova economia, que por sua vez, exige outro tipo de formação escolar. Para que os saberes escolares se desenvolvam de acordo com as exigências do mercado de trabalho, torna-se necessário que conhecimento e tecnologia sejam apreendidos e desenvolvidos simultaneamente por professores e alunos.

Conforme Gomes (2008, p.265) “Ensinar, é antes de mais nada, comunicar”. Desta forma, os saberes acumulados são comunicados entre os agentes que frequentam

as escolas. Há que se lembrar ainda que o modo como os indivíduos conversam entre si são condicionadas pelos modelos e meios midiáticos de determinado contexto histórico.

De acordo com o que foi salientado no primeiro capítulo, as novas tecnologias digitais fazem com que os modos de comunicação audiovisuais e escritos coexistam simultaneamente em um mesmo espaço. Isto modifica e amplia as maneiras de comunicação e socialização. Torna-se necessário então, o entendimento de que os valores familiares, escolares e midiáticos se desenvolvem em um sistema de interdependência na vida dos jovens (MORIN, 1983 apud SETTON, 2002; GOMES, 2008).

Considerando que independente do modelo escolar, seja ele público ou privado, o objetivo primordial da educação é formar os agentes para o futuro, torna-se insustentável ignorar as novas exigências tecnológicas durante a formação escolar, tendo em vista que elas estão modificando a estrutura social (GOMES, 2008; MARTÍN-BARBERO, 2008). Na era da sociedade da informação, não basta apenas conhecer, é necessário apreender a acompanhar as constantes inovações tecnológicas e o constante fluxo de novidades.

Diante do exposto objetivou-se elucidar uma parte do processo pelo qual as juventudes passaram a se construir e a serem percebidas pela sociedade na modernidade e contemporaneidade. Buscamos salientar a importância de duas instâncias fundamentais nas socializações juvenis: a escola e os meios de comunicação. Embora uma terceira instância não menos importante também tenha sido abordada, a família. A utilização de mídias no ambiente escolar é uma relação que está sendo amplamente discutida pelos educadores, apesar de estar longe de ter uma conclusão unânime nos ambientes escolares.

3.4 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DO TEMPO LIVRE PELAS JUVENTUDES

Torna-se interessante verificar de que maneira parte das juventudes brasileiras utiliza seu tempo livre, bem como alguns de seus hábitos e costumes a fim de identificar possíveis ressignificações de comportamentos – oriundas das apropriações de novas tecnologias digitais, sobretudo a navegação na Internet – em relação ao seu tempo de lazer.

Para isso, será utilizada uma análise feita por Brenner, Dayrell e Carrano (2005) sobre a pesquisa Perfil da juventude brasileira, que foi realizada em 2003. Embora esta pesquisa tenha sido realizada há um tempo considerável, ela é a mais completa sobre a juventude brasileira e nos permite, ainda que com cuidado, fazer a comparação entre as mudanças e semelhanças nos comportamentos juvenis de 2003 – época em que as novas tecnologias digitais ainda não estavam tão acessíveis a grande maioria da população – e os comportamentos juvenis da atualidade, mediados em grande escala pela cibercultura e pelas novas tecnologias.

A análise sobre a utilização das formas de lazer e do tempo livre entre as juventudes é de suma importância para compreender os comportamentos, preferências culturais e práticas que ajudam a caracterizar esta fase da vida. Os autores destacam a relevância destes momentos enquanto geradores de sociabilidade e os comparam a laboratórios sociais onde são experimentadas e desenvolvidas uma diversidade de subjetividades e identidades. É justamente nestas ocasiões, em que os adultos diminuem sua monitoração em torno dos jovens, que estes desenvolvem suas personalidades, geralmente de acordo com os valores compartilhados pelo grupo (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

As denominadas atividades de *pura sociabilidade* podem ser definidas como geradoras de tensões emocionais agradáveis e de formas descomprometidas de integração social (ELIAS e DUNNING, 1992). Essas formas *descomprometidas* possuem, entretanto, uma grande efetividade social para o estabelecimento de valores, conhecimentos e identidades. No espaço-tempo do lazer os jovens consolidam relacionamentos, consomem e (re) significam produtos culturais, geram fruição, sentidos estéticos e processos de identificação cultural (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005, p.177, grifos dos autores).

Atualmente as chamadas atividades de “pura sociabilidade” são desenvolvidas, em grande parte, por meio dos dispositivos digitais, no ambiente do ciberespaço. De acordo com a pesquisa Perfil da juventude brasileira, os locais mais utilizados na socialização juvenil e para fazer amigos são o bairro e a escola (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005). A partir daquele estudo, são percebidas algumas diferenças importantes em relação às praticas feitas no tempo livre. As distinções no uso

do tempo livre são assinaladas principalmente pelas variáveis renda, gênero e local de moradia (rural ou urbano).

A opção mais apontada como forma de ocupar o tempo livre nos finais de semana são as atividades de entretenimento e lazer. Entre estas atividades estão encontrar os amigos, namorar, passear, dançar, ir a praias, parques ou ao *Shopping Center* (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

A segunda opção mais frequente na ocupação do tempo livre nos finais de semana é ficar em casa vendo televisão, ouvindo música ou descansando. Neste caso percebe-se que as mulheres tendem mais a ficar em casa do que os homens, sendo 22% mulheres e 16% homens que realizam atividades no âmbito doméstico (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

A terceira opção mais apontada é a prática de esportes. Sendo os principais o futebol, ciclismo, atletismo e ir à academia. Os homens costumam praticar mais esportes do que as mulheres. A quarta opção ficou reservada a visitar amigos e parentes, 8% das mulheres escolheram esta alternativa, contra 3% dos homens. Entre as últimas opções escolhidas estão ir à igreja e fazer alguma atividade cultural como ler ou ir ao cinema (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

De modo geral, os dados demonstram que os jovens do sexo masculino com maior idade costumam praticar menos esportes à medida que fazem mais atividades de lazer/entretenimento. Entre as mulheres jovens, conforme a idade aumenta diminui a ocupação do tempo livre em atividades de lazer/entretenimento e aumenta a utilização do tempo para visitar parentes, amigos, para realizar atividades religiosas e culturais (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

Outra atividade muito realizada no tempo livre – tanto durante a semana quanto no final de semana – é ajudar nas tarefas domésticas, sendo que 80% dos jovens dizem desempenhar esta prática. Neste item a variável gênero é relevante, pois enquanto 94% das mulheres dizem realizar tarefas domésticas apenas 66% dos homens também as fazem (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005). Apesar de não termos pesquisado esta atividade em nosso estudo, nota-se que esta prática ainda é recorrente entre as moças, uma vez que apenas elas declararam ouvir música enquanto fazem os serviços domésticos, por exemplo, enquanto nenhum rapaz declarou o mesmo.

Uma distinção significativa é a realização de atividades culturais de acordo com o tamanho do município, visto que nas cidades de pequeno porte o índice é significativamente menor do que nas cidades de grande porte. Os autores explicam isso

pela falta de equipamentos culturais, como teatros ou cinemas, nos municípios menores (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005). Em Realeza, por exemplo, estes equipamentos culturais estão ausentes, condicionando os jovens a realizarem outros tipos de atividades culturais.

Entre a fruição de bens culturais, a leitura é uma das atividades mais citadas pelos jovens. A maioria dos jovens lêem revistas, e as lêem mais durante a semana (55%) do que nos finais de semana (46%). As mulheres costumam ler mais revistas do que os homens (52% e 40% respectivamente). Os homens lêem mais jornais do que as mulheres (36% e 29%) e os jovens mais velhos lêem mais jornais do que os mais novos (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

A leitura de livros – sem ser para a escola ou trabalho – é feita por 34% dos jovens nos finais de semana e 44% no decorrer da semana. As mulheres lêem mais livros do que os homens (39% e 28%). Em relação à variável renda, nota-se que conforme a renda, o hábito da leitura de livros é mais frequente. Uma das possíveis explicações para isso é o alto preço dos livros, o que inibe o acesso a uma grande parcela da população. Um dado importante é o maior índice de leitura entre jovens da cidade do que entre os jovens do meio rural, o que indica a escassez na oferta de livros para o campo. De modo geral, a pesquisa indica que o hábito de ler livros não é muito frequente entre os jovens brasileiros (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

Em Realeza, constatou-se que as moças continuam lendo mais livros do que os rapazes e que a diferença no hábito da leitura entre jovens de áreas diferentes têm diminuído. Esta diminuição em relação à frequência da leitura de livros acompanha uma tendência mais geral, que é a diminuição da distinção na posse de equipamentos. A posse de dispositivos digitais entre os jovens do meio rural têm aumentado nos últimos anos, como apontam os dados da Pesquisa Tic Domicílios 2015 – embora os jovens do meio urbano continuem tendo maior posse destes aparelhos. Deste modo, podemos concluir que os jovens da área rural estão utilizando as NTICs para a fruição cultural de bens que não possuíam acesso anteriormente, como no caso dos livros.

Em relação à utilização dos meios de comunicação no tempo livre, os mais citados pelos jovens da pesquisa são a televisão e o rádio. A televisão é utilizada por 91% dos jovens. Sendo assistida praticamente pela mesma porcentagem de homens e mulheres (92% e 91%) e tendo uma leve variação entre jovens do interior (86%) e jovens da cidade (92%). Ouvir rádio é atividade comum entre 89% dos jovens, sem

muita alteração entre as variáveis local de moradia, idade e gênero (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

Já o uso do computador foi um item pouco indicado na pesquisa. Conforme o estudo, apenas 17% dos jovens afirmaram ter acesso ao computador. Neste item há uma distinção relevante nas variáveis gênero, renda e local de moradia. Os homens utilizavam mais o computador do que as mulheres (21% a 14% respectivamente), os jovens urbanos têm uma enorme vantagem nesta questão, pois 20,9% utilizavam o computador, ante apenas 4% das juventudes rurais. A renda também é fator de distinção, visto que 8% dos jovens com renda de até dois salários mínimos por família acessam o computador ou Internet, contra 32% dos jovens que tem faixa de renda maior do que dois salários mínimos (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005).

Os índices referentes ao uso de computadores foram muito pequenos no ano da realização pesquisa (2003). Atualmente a grande maioria da população jovem possui acesso não somente ao computador, como também a outros meios de comunicação que proporcionam a conexão à Internet. Entretanto, algumas distinções socioeconômicas identificadas quando a pesquisa Perfil da juventude brasileira foi realizada permanecem até hoje. Brenner, Dayrell e Carrano (2005, p.210) concluíram ao analisar a pesquisa que a principal divergência socioeconômica entre as juventudes se manifestava através da “desigualdade da qualidade do tempo livre juvenil e do precário acesso a bens, serviços e espaços públicos de cultura e lazer da maioria da população juvenil”.

Em nossa pesquisa estas diferenças foram percebidas em relação à quantidade de equipamentos que os jovens de locais de moradia e condições socioeconômicas possuem e também nos modos como acessam os bens culturais. Estas distinções são traduzidas em uma série de preferências por determinados aparelhos, sites, aplicativos e no formato dos produtos – físico ou digital – que são usufruídos pelos jovens, de acordo com o contexto social e econômico de cada um.

Brenner, Dayrell e Carrano (2005) concluem sua análise sobre a pesquisa “Perfil da juventude brasileira” sinalizando para a forma desigual que as juventudes possuem acesso às mercadorias culturais de acordo com o poder aquisitivo de sua família. Os autores salientam a necessidade de democratizar o acesso a diferentes meios culturais a todos os jovens, por meio de políticas públicas que visem promover aos jovens a ampliação de possibilidades de acesso aos locais, aparelhos, e instituições promotoras da cultura, com vistas a aumentar as possibilidades de fruição cultural no tempo livre entre todos os jovens.

Dando continuidade, o próximo capítulo é dedicado a análise dos dados obtidos na pesquisa de campo. Nele, procuramos compreender como os jovens estudantes do ensino médio em Realeza/PR se apropriam de distintos bens culturais a partir dos recursos tecnológicos digitais. Outros aspectos relevantes também serão analisados, como as transformações na sociabilidade e comportamentos juvenis mediados pela Internet. Identificamos algumas relações e práticas que caracterizam a agência destes jovens no ciberespaço. Verificamos se a democratização dos bens culturais, dos aparelhos digitais e da própria rede de Internet de fato está acontecendo entre todas as classes sociais e de que modo isso influencia as práticas cotidianas e a utilização do tempo livre entre os jovens.

4 A FRUIÇÃO DE BENS CULTURAIS ENTRE OS JOVENS DE REALEZA/PR

Este item está reservado para a análise dos dados obtidos através da pesquisa de campo, realizada por meio de entrevistas exploratórias e questionários. A finalidade é descrever e compreender o consumo de bens culturais, procurando entender a relação que os jovens mantêm com o ciberespaço e a cibercultura.

4.1 O LÓCUS DA PESQUISA

A cidade em estudo, Realeza, localiza-se na região Sudoeste do Paraná. De acordo com Briskievicz (2010), a mesorregião Sudoeste do Paraná é formada por 4 microrregiões – Capanema, Francisco Beltrão, Pato Branco e Palmas – que somam ao total 42 municípios. A economia da região gira em torno da indústria e da agricultura.

Segundo o IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social), a microrregião de Capanema é composta por 08 municípios, sendo eles: Ampére; Bela Vista da Caroba; Capanema; Pérola d'Oeste; Planalto; Pranchita; Realeza e Santa Izabel do Oeste. De acordo com dados do IBGE (2016) estima-se que a população de Realeza é de 17.068 habitantes.

Conforme o IBGE (2010 apud IPARDES, 2017) a maior parcela da população realezense são jovens de 15 a 24 anos. Sendo 1.452 homens e 1.451 mulheres, totalizando 2.903 jovens no ano de 2010. Neste mesmo ano a grande maioria da população residia no meio urbano, somando 11.796 (72%). Diante de apenas 4.542 (28%) pessoas residentes do meio rural.

O *locus* da pesquisa foi escolhido por ser a cidade da microrregião de Capanema que possui o maior número de escolas de ensino médio, além de ser a única desta microrregião a oferecer ensino médio particular, fato que favorece uma pesquisa comparativa.

Os colégios em estudo localizam-se distantes um do outro – com exceção do Colégio 12 de Novembro e do Colégio Real – e devido a isso atendem a alunos de diferentes bairros e comunidades de Realeza, chegando até mesmo a atender alunos de cidades próximas a Realeza. O estudo será realizado nas escolas que possuem ensino médio na cidade, totalizando quatro escolas, sendo três estaduais e uma particular. Há ainda uma quinta escola, chamada Casa Familiar Rural. A pesquisa não será realizada

neste colégio em virtude do pequeno número de estudantes, além de estar faltando uma turma de segundo ano no local no ano de 2016. A modalidade EJA (Ensino de Jovens e Adultos) também não foi contemplada no estudo.

O Colégio Estadual do Campo de Flor da Serra – Ensino Fundamental e Ensino Médio localiza-se na Linha Flor da serra, estando distante 18 quilômetros do centro da cidade de Realeza. Embora este colégio esteja localizado na área rural, ele fica em frente a uma rodovia que liga a cidade de Realeza à de Capitão Leônidas Marques. Sendo, portanto, de fácil acesso. Há uma vila em torno do colégio. Apesar de estar localizada na área rural, a escola é rodeada por casas, restaurantes, farmácia, salão de beleza, Igreja, postos de combustível, cartório e tabelionato, entre outros estabelecimentos comerciais (PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO, 2008). O colégio atende em sua maioria estudantes oriundos da área rural, filhos de pequenos agricultores. O colégio possui 03 turmas de ensino médio no período matutino.

O Colégio Estadual Doze de Novembro - Ensino Médio e Profissional localiza-se no centro de Realeza, possuindo turmas de ensino médio nos períodos matutino, vespertino e noturno e turmas de ensino profissional nos períodos matutino e noturno (PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO, 2012). Esta escola possui 13 turmas de ensino médio, às quais somam-se 04 turmas de ensino profissional integrado, totalizando 17 turmas. Considerando que este é o único colégio que oferta ensino médio no período noturno e também que oferta ensino profissional, ele é o que atende à demanda mais diversificada de alunos entre todos os colégios onde a pesquisa de campo foi realizada.

O Colégio Estadual João Paulo II - Ensino Fundamental e Médio localiza-se no Bairro João Paulo II, na área urbana do município de Realeza (PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO, 2011). Este colégio possui 05 turmas de ensino médio no período matutino, atendendo a alunos provenientes de diversos bairros e também do interior da cidade.

O Colégio Real – Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio está localizado no centro de Realeza e atende uma demanda de alunos oriundos de 07 cidades da microrregião Capanema (REAL, 2015). Isso acontece devido ao fato de haver poucos colégios particulares que ofertam ensino médio nesta região. O colégio possui 03 turmas de ensino médio no período matutino.

Em 2016, o número total de estudantes matriculados nas quatro escolas era de 942 alunos, divididos em 35 matrículas na rede particular regular de ensino e 818 na rede pública regular. A modalidade ensino profissional é oferecida apenas na rede

estadual de ensino, no ano do estudo as matrículas nesta modalidade de ensino médio totalizaram 89. Deste total geral – incluindo ensino profissional – apenas 683 estudantes frequentam regularmente as escolas.

Estes números são referentes apenas as quatro escolas que estão sendo estudadas nesta pesquisa. Os dados referentes ao EJA (Educação de Jovens e Adultos) e à Casa Familiar Rural não foram levantados durante a pesquisa, tendo em vista que os jovens que frequentam estas modalidades de ensino não foram inclusos neste estudo.

As relações que os jovens estudantes do ensino médio em Realeza mantêm com as novas tecnologias digitais e com os bens culturais quando a fruição destes é mediada pelas NTIC são diversas. Para compreender esta pluralidade, foi necessário mapear os contextos socioeconômicos em que os jovens estão inseridos para posteriormente realizar a análise dos dados, a fim de verificar em que medida as diferentes condições em que os jovens estão inseridos condicionam distintas formas de acesso e consumo de produtos culturais.

Os jovens que frequentam o ensino médio regular e profissional em Realeza possuem entre 14 e 24 anos. De acordo com os dados obtidos na pesquisa de campo, a grande maioria dos estudantes que frequentam o ensino médio possuem de 14 a 17 anos (87%). Somente 13% possuem 18 anos ou mais, fato que pode indicar três coisas: os jovens estão terminando o ensino médio com menos de 18 anos, os estudantes com mais de 18 anos estão fazendo EJA (Educação para Jovens e Adultos), ou, ainda, estão abandonando o âmbito escolar para trabalhar.

Os dados coletados na amostra demonstraram que o universo é composto por 58% de meninas e 42% meninos. Do total de jovens, cerca de 12,5% estudam o meio rural e 87,5% no meio urbano. A maioria dos jovens estuda na rede pública de ensino (95,5%). Apenas 4,5% dos estudantes frequentam a rede particular.

Como foi salientado anteriormente, estima-se que no Brasil 70% dos jovens já estão inseridos no mundo do trabalho. Em Realeza esse número é bem menor, apenas 42% dos estudantes afirmam estar empregados, formal ou informalmente. Esta quantidade de alunos trabalhando possivelmente está relacionada à idade dos jovens estudantes do ensino médio, tendo em vista que a maioria possui menos de 18 anos.

Ao comparar as variáveis idade e emprego, verificamos que 68,1% dos jovens com mais de 18 anos estão trabalhando. Este número diminui para 38% em relação aos jovens com 17 anos ou menos. Relacionando estes dados com o período em que os jovens frequentam a escola, percebe-se que o número de alunos trabalhadores no

período noturno (85,7%) é significativamente maior do que o número de estudantes trabalhadores nos períodos matutino e vespertino (38%).

Estes dados podem explicar um dos motivos do alto índice de desistência no período noturno. Cerca de 35% dos alunos deste período desistem do ano letivo. Este índice é maior entre alunos do 1º e 2º anos. Em conversa com uma das pedagogas, constatou-se que o número de desistentes é maior nos primeiros anos do ensino médio noturno porque os alunos precisam da declaração de que estão estudando para apresentar no emprego. Quando estão em posse da declaração de matrícula, eles param de frequentar a escola. Além disso, também há casos de gravidez e paternidade que afastam os jovens do âmbito escolar, 10% dos alunos desistentes no período noturno são gestantes ou pais.

Em relação ao emprego, percebe-se que os jovens de escola pública estão mais presentes no mercado de trabalho (45%) do que os estudantes da rede particular de ensino (26,5%). Os jovens que estudam no meio rural (66,5%) têm um maior índice de emprego do que os jovens do meio urbano (41,5%). Possivelmente isto ocorra porque nesta região os jovens do interior têm por hábito auxiliar seus pais no serviço do campo.

Ao analisar os dados referentes aos jovens estudantes e a porcentagem deles que está inserida precocemente no mercado de trabalho, bem como o afastamento do mundo do ensino em prol do trabalho, voltamos a uma questão debatida anteriormente no terceiro capítulo: a necessidade de serem desenvolvidos programas do governo a nível nacional para financiar a “inatividade” dos jovens estudantes de famílias pobres.

As diferenças socioeconômicas são marcantes entre jovens do ensino público e privado. Nenhum aluno da escola privada declarou possuir renda inferior a R\$ 3.000,00 reais mensais, a maioria dos estudantes da rede privada de ensino tem renda familiar mensal entre R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00 reais. Enquanto nas escolas públicas a maior parte dos jovens possui renda inferior a R\$ 2.000,00.

A diferença nas rendas familiares entre os alunos de escola pública e privada possivelmente estão relacionadas com a formação dos pais, visto que a quantidade de pais formados no ensino superior é significativamente maior entre os alunos da rede privada de ensino, enquanto na rede pública a maioria tem apenas o ensino fundamental. Os dados demonstram que 8% dos pais de alunos do colégio particular possuem apenas o ensino fundamental completo enquanto na rede pública esse número sobe para 52%. Tanto na escola particular quanto nas públicas 30% dos alunos declararam que os pais têm ensino médio completo. Os números voltam a divergir em relação ao ensino

superior. Enquanto a maioria dos alunos (62%) do ensino privado declararam que os pais têm ensino superior, apenas 10% dos alunos das escolas públicas fizeram o mesmo. Na rede particular todos os estudantes souberam informar a escolaridade dos pais, enquanto na rede pública 8% não souberam. Estes dados apontam para a reprodução das desigualdades sociais por meio do sistema de ensino, como salientava Seren (2011).

4.2 ENCAMINHAMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Este estudo desenvolveu-se em duas etapas principais: pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica foi realizada durante todo o tempo de estudo e a pesquisa de campo aconteceu durante três momentos principais, sendo eles a realização de entrevistas exploratórias, a aplicação de questionários e entrevistas finais.

Os dados referentes ao campo são de natureza qualitativa (entrevistas) e quantitativas (questionários), pois entendemos que um pode complementar ao outro proporcionando uma melhor análise do tema que está sendo estudado. Além destes, também foram utilizadas observações feitas nas escolas, bem como algumas conversas com profissionais da educação que atuam nos colégios.

Em um primeiro momento foram realizadas 10 entrevistas exploratórias com alunos das quatro escolas, estando divididas em 3 entrevistas nas escolas João Paulo II e Doze de Novembro e 2 entrevistas no Colégio Real e na escola Flor da Serra. As entrevistas foram feitas no próprio âmbito escolar, em períodos contrários ao que os alunos frequentam as aulas.

De acordo com Senna e Mattos (2011) a memória de um indivíduo possui informações sobre acontecimentos que envolvem um grupo, visto que o sujeito não é uma ilha, portanto, recebe influências do meio em que vive. Deste modo, o principal objetivo destas entrevistas foi explorar alguns dados do campo a ser estudado para proporcionar um bom embasamento na construção dos questionários, embora elas também tenham sido utilizadas para complementar a análise dos dados obtidos durante o estudo.

Devido ao grande número de estudantes que frequentam o ensino médio em Realeza, optou-se por utilizar uma amostra sistemática na aplicação dos questionários na rede pública de ensino. Sendo assim, o objetivo inicial era aplicar os questionários a 25% dos jovens estudantes do ensino médio público em Realeza. Entretanto, alguns alunos não se dispuseram a respondê-los, outros estavam de atestado médico e outros

ainda pararam de frequentar a escola ou foram transferidos de colégio no momento em que a pesquisa de campo era realizada. Sendo assim, o objetivo era aplicar 194 questionários. Sendo 163 na rede pública e 31 na rede privada. Ao final foram aplicados 169 (139 na rede pública e 30 na rede privada). Todavia, como o número de estudantes que foram selecionados para responder os questionários não foi significativo a ponto de enviar os resultados da pesquisa (12,9% dos selecionados), optamos por prosseguir o estudo com a amostra que respondeu ao questionário. Além disso, ao investigar a ausência destes estudantes que não responderam os questionários, pôde-se compreender um pouco da realidade que os levou a abandonar ou a não frequentar a sala de aula.

A amostra foi selecionada da seguinte forma: todas as listas de presença das três escolas públicas foram colocadas em uma sequência, formando uma lista única. A cada quatro alunos presentes na lista um foi selecionado para a pesquisa. Apesar de serem selecionados sequencialmente, evitou-se que a amostra possuísse um viés devido à enorme disparidade de alunos por turmas. Por exemplo, a menor turma possui 13 alunos matriculados e a maior 58. Somando-se a isso há uma grande quantidade de alunos desistentes, transferidos e remanejados, evitando que a amostra seja cíclica. No Colégio Real os questionários foram aplicados a todos os alunos devido ao pequeno número de jovens frequentando esta escola.

Os questionários foram pré-testados entre os jovens, a fim de verificar se os estudantes haviam compreendido o que estava sendo proposto, passando por diversos aprimoramentos antes de ser elaborada uma versão final dos mesmos. Eles estão divididos em sete blocos de perguntas: 1 – Dados socioeconômicos; 2 – Equipamentos que possuem; 3 – Acesso a Internet; 4 – Atividades feitas na Internet; 5 – Uso de redes sociais; 6 – Uso das NTIC no âmbito escolar; 7 – Fruição de bens culturais por meio das NTIC. As escolas disponibilizaram salas para aplicar os questionários aos alunos selecionados na amostra. Assim, pude explicar o motivo da pesquisa e tirar algumas dúvidas que surgiram no decorrer da aplicação.

Ao longo da análise dos dados, percebi que algumas informações importantes estavam faltando e voltei a entrar em contato com os jovens entrevistados, desta vez por Internet. Os estudantes se disponibilizaram a responder algumas questões por e-mail ou WhatsApp. Deste modo, as entrevistas finais foram realizadas por meio do ciberespaço.

As seguintes diferenças juvenis foram utilizadas como ferramentas analíticas durante a pesquisa: idade, renda, escolaridade dos pais, gênero, local de moradia, ensino público ou privado e período em que estuda.

Como foi dito no capítulo anterior, alguns dados da pesquisa “Perfil da juventude brasileira” (2003 apud BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005) serão utilizados para verificar possíveis reproduções e discrepâncias de comportamento no uso dos meios de comunicação e na fruição de bens culturais entre as juventudes analisadas na pesquisa citada e no estudo de campo em Realeza, em 2016.

O estudo “Perfil da juventude brasileira” foi realizado por uma amostra composta de 3.501 jovens de 198 municípios brasileiros e demonstra que os jovens do Brasil vivem sua condição juvenil de maneiras muito distintas. Esta diversidade social e cultural brasileira “se processa sobre bases socioeconômicas desiguais que incidem sobre as possibilidades de acesso, experimentação consumo e criação dos mundos da cultura, do lazer e do tempo livre” (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005, p.176).

4.3 RESULTADOS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA

4.3.1 Posse de equipamentos

O aparelho que os jovens estudantes de Realeza mais possuem é o celular (97%). Ele superou até mesmo a televisão (93,4%), que nos dados dos últimos censos do IBGE e na Pesquisa TIC Domicílios 2015 aparece como o aparelho mais comum na casa dos brasileiros. Os demais equipamentos que os jovens têm são respectivamente notebooks (66,2%), computadores de mesa (37,8%), tablets (20,7%), CD Players (19,5%) e Mp3 Players (13%). Em concordância com os dados levantados pelo IBGE de 2000 e 2010 a quantidade de indivíduos que possui aparelho de som está diminuindo, tendo em vista que apenas 57% dos jovens afirmaram ter este equipamento em casa.

De acordo com o “Perfil da juventude brasileira” (2003 apud BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005) os meios de comunicação mais utilizados pelos jovens em seu tempo livre eram a televisão e o rádio. Em Realeza, a quantidade de jovens que possui televisão e aparelho de som não varia de acordo com a renda ou gênero, contudo os jovens do meio rural possuem um número maior de televisão do que os jovens do meio urbano (100% e 92,5%, respectivamente) e também possuem mais aparelhos de som (85,7% e 53,3%). A quantidade de estudantes que possuem CD Player e MP3 Players não sofre significativas variações de acordo com a área de moradia.

Em contrapartida, os jovens do meio urbano possuem mais computadores do que os jovens do meio rural: 68,2% dos estudantes do meio urbano têm notebooks, 39,1% computadores de mesa e 23,9% Tablets. Diante de 52,3% de jovens da área rural que

possuem notebooks, 28,5% computadores de mesa e apenas 4,7% Tablets. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2015, embora desde 2008 o número de residências no meio rural que possuíam algum tipo de computador tenha aumentado significativamente, as diferenças perduram. Ainda conforme a referida pesquisa, em 2015 a porcentagem de pessoas da área urbana que possuía computador (54%) era significativamente maior do que os sujeitos da área rural com o mesmo equipamento em casa (25%).

Note-se que a Pesquisa TIC Domicílios abrange uma amostra referente a toda população brasileira e não somente aos jovens. Por isso, as explicações para que as diferenças na posse de aparelhos entre jovens do meio rural e urbano de Realeza não sejam tão marcantes estão relacionadas a dois fatores principais, também apontados pela Pesquisa TIC Domicílios 2015: 1- Os jovens são a parcela da população que mais utilizam a Internet, em consequência, possuem um maior número de dispositivos digitais que fornecem conexão com a rede; 2 - A região Sul do país, onde Realeza se localiza, é a segunda região que mais possui computadores nos domicílios, ficando atrás somente do Sudeste. Cerca de 54% da população residente no Sul possui algum tipo de computador em casa.

Estes dados indicam uma dificuldade no acesso aos novos aparelhos digitais pela população rural. Esta dificuldade não é novidade, ela se reproduz através do tempo, mesmo que os equipamentos tenham mudado. Apesar de a pesquisa de campo ter demonstrado que esta diferença tenha diminuído, ela persiste e o efeito disso é a exclusão social dos jovens que não desenvolverão competências para trabalhar com estes dispositivos.

A Pesquisa TIC Domicílios 2015 também aponta para uma tendência identificada em nosso estudo: a presença cada vez maior de aparelhos portáteis – principalmente computadores – na residência dos brasileiros. Tais equipamentos, por possuir o potencial da portabilidade, estão substituindo gradativamente os computadores de mesa. Isso está intimamente relacionado ao aumento de redes de Internet sem fio – WiFi – da qual falaremos no próximo item.

A Pesquisa TIC Domicílios 2015 apontava um aumento na existência de tablets como único tipo de computador entre a população com renda menor. Em nossa pesquisa de campo, nota-se que a presença de tablets não é grande entre os jovens, além de ser mais frequente entre os estudantes com renda maior. Outro fator de distinção é que todos os jovens que têm tablets possuem também outro tipo de computador. Isso demonstra uma possível perda de popularidade no uso deste dispositivo entre os jovens.

Embora não saibamos os motivos para que os jovens estejam deixando de lado o uso de tablets, possivelmente isso está relacionado ao crescente uso dos *smartPhones*, cada vez mais desenvolvidos, mais baratos e que possuem boa parte das potencialidades dos tablets.

A partir da comparação entre os dados do “Perfil da juventude brasileira” e da pesquisa de campo realizada em Realeza, pode-se perceber que as diferenças de acesso às novas tecnologias digitais diminuíram em relação à variável gênero e permaneceram em relação à renda. Em 2003 os homens utilizavam mais o computador do que as mulheres (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005). Em 2016 constatou-se que não há diferença significativa entre a posse de equipamentos por meninos e meninas.

Em concordância com a Pesquisa TIC Domicílios 2015, em Realeza a posse de todos os equipamentos aumenta gradativamente entre os jovens que possuem renda maior. Por exemplo, entre os alunos que possuem renda de até R\$ 2.000,00 reais, o índice de famílias com notebook é de 38,2% enquanto entre os que têm renda maior do que R\$10.000,00 este número sobe para 93,3%. Dentre todos os equipamentos, o que possui menor número de variação de acordo com a renda é o celular. Isso acontece porque os celulares são os equipamentos mais comuns entre os jovens, possivelmente por ser o aparelho com o preço mais acessível de todos os que proporcionam acesso à Internet.

Considerando as diferenças na posse de equipamentos condicionadas pela área de moradia e pela renda, conclui-se que “A tecnologia pode ao mesmo tempo exacerbar desigualdades ou contribuir para reduzi-las, a depender do contexto no qual sua utilização se insere” (GALPERIN, MARISCAL e BARRANTES, 2014, apud COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2016, p.134). Nos itens subsequentes, serão identificados alguns casos em que as desigualdades sociais e culturais são realçadas ou atenuadas de acordo com o uso dos dispositivos tecnológicos e da Internet entre os jovens de condições socioeconômicas distintas.

4.3.2 Acesso a Internet

Um dado relevante da pesquisa é que todos os estudantes afirmaram ter acesso a Internet, mesmo que não tenham acesso à rede em casa. Em concordância com uma pesquisa divulgada pela Folha de S. Paulo e com a Pesquisa TIC Domicílios 2015, os dados da pesquisa de campo apontam que os celulares são os aparelhos mais utilizados

pela juventude para acessar a Internet: 97% dos jovens acessam a rede por meio dos *smartPhones*, seguidos pelos notebooks (57,3%), computadores de mesa (34,3%), televisões (21,3%) e tablets (13%).

Conforme a Pesquisa TIC 2015, a partir de 2008 o número de residências com diversos aparelhos que fornecem acesso à Internet têm aumentado, à medida que os domicílios que possuíam apenas *desktop* diminuíram significativamente. Isso está relacionado ao aumento de domicílios e locais públicos com acesso à rede por meio de WiFi, fator que possibilita a conexão simultânea de vários aparelhos à Internet

Além disso, por meio das entrevistas percebeu-se que os jovens costumam manter-se conectados a mais de um aparelho ao mesmo tempo. Rosado e Neves (2013, p.351) chamam a possibilidade de se conectar a várias redes sociais por meio de diversos aparelhos de “*lógica de multiacesso*”. Em nosso estudo, percebemos esta lógica não somente em relação às redes sociais, mas em outras atividades também. Os jovens declararam utilizar mais de um equipamento ao mesmo tempo quando desejam realizar várias atividades simultaneamente, como assistir filmes ou seriados – pela televisão ou computador – e acessar as redes sociais – pelo celular.

Quando questionados há quanto tempo atrás acessaram a Internet as respostas oscilaram de “três horas e meia atrás” até “O que? O celular? Agora!”. Todavia, as respostas mais comuns indicaram que os jovens utilizaram a Internet há poucos minutos antes de começarmos as entrevistas. Alguns deixaram o celular de lado apenas no momento em que a entrevista começou e uma estudante chegou a utilizar o celular até mesmo durante o decorrer da entrevista. Apenas um jovem entrevistado afirmou que o celular não é o aparelho mais utilizado para acessar a Internet.

Muitas vezes no decorrer das entrevistas, o celular e a Internet apareceram enquanto sinônimos na fala dos jovens. Isso ocorre porque a maior parte da conexão com a Internet é feita por meio dos *smartPhones*. Percebemos aqui a agência dos objetos, em especial dos celulares, tal como Miller e Horst (2015) argumentaram. Como foi dito no primeiro capítulo, para estes autores os objetos são adotados de tal maneira pelos sujeitos que as pessoas sentem como se estes fizessem parte do próprio corpo, sendo difícil deixá-los de lado. Em todas as entrevistas os celulares acompanharam seus donos. Nos dados obtidos por meio de questionários também é possível perceber o uso contínuo dos *smartPhones* pelos jovens, aparelho que participa de parte considerável das atividades diárias dos estudantes.

O tipo de conexão mais comum com a Internet é pela rede WiFi. O principal local de conexão é a casa, contudo os estudantes afirmaram se conectar a rede em qualquer lugar onde o WiFi estiver disponível. Os usuários mais assíduos disseram não ficar sem conexão com a Internet nem por um momento, desde que haja a possibilidade de conectar os dados móveis caso não estejam em local que possua WiFi.

Em concordância com a Pesquisa TIC Domicílios 2015, em Realeza as distinções em relação à posse dos equipamentos permanecem no que se refere ao acesso à Internet por meio destes aparelhos. A conexão com a Internet por meio de todos os aparelhos é maior entre os jovens com renda superior e diminui à medida que a renda é menor. Deste modo, as juventudes que estudam na rede privada de ensino possuem maior quantidade de equipamentos que fornecem acesso à Internet do que os jovens que estudam nas escolas públicas. As juventudes urbanas mantêm-se mais conectadas à rede do que as juventudes rurais. Novamente, não há distinção significativa em relação ao gênero.

Em relação ao modo de conexão com a Internet, 90% dos jovens afirmam conectar-se a rede por meio de Internet sem fio (WiFi), 45,5% conecta-se por meio de dados móveis e 19,5% por meio de Internet com fio. Um dado relevante é que as juventudes urbanas se conectam mais à rede por meio de WiFi (92,5%) e Internet com fio (21,6%) do que as juventudes rurais (71,4% e 4,7% respectivamente). Todavia as juventudes rurais mantêm-se mais conectadas por meio dos dados móveis (52,3%) do que as juventudes urbanas (44,5%). Conforme a Pesquisa TIC Domicílios 2015, a explicação para a diferença nos modos de acesso à Internet entre os locais de moradia é a falta de infra-estrutura nas áreas rurais que proporcione conexão WiFi. Deste modo, os indivíduos que moram em áreas rurais são os que mais utilizam a conexão móvel no Brasil.

No que diz respeito ao gênero, os rapazes utilizam mais WiFi (92,8%) e Internet com fio (35,2%) do que as moças (87,7% usam WiFi e 8,1% Internet com fio). Entretanto, as moças (53%) utilizam mais os dados móveis do que os rapazes (35,2%). Esta diferença de conexão se explica, em parte, pelas diferentes atividades que os rapazes e as moças fazem da rede, que serão analisadas no próximo item deste capítulo.

A frequência de conexão com a Internet entre os jovens é grande. A maioria dos estudantes (87%) afirmou acessar a rede todos os dias. Os jovens do meio urbano mantêm-se mais conectados do que os do meio rural. Enquanto 19% das juventudes rurais acessam a Internet menos de 3 dias por semana, o número de jovens urbanos que

têm o mesmo nível de acesso é de 5%. As juventudes rurais e urbanas mantêm quase o mesmo nível de conexão de 1 a 3 dias por semana. Entretanto, 88,5% dos jovens urbanos acessam a rede diariamente, enquanto 76% dos jovens rurais fazem o mesmo.

Apesar de o número de acessos à rede variar de acordo com a renda, não é possível identificar o motivo de tais variações. Em relação ao gênero não foram encontradas grandes distinções.

Sobre a frequência em horas da conexão, 33% dos jovens afirmam manter-se conectados de 1 a 3 horas por dia em que acessam a rede, 34% de 4 a 6 horas e 32,5% mais de 6 horas. Não há variações significativas em relação ao gênero. Entretanto, os jovens do ensino privado se mantêm mais tempo conectados do que os jovens do ensino público, e os jovens do meio urbano mantêm maior tempo de conexão do que os do meio rural. Embora os jovens da rede particular se conectem a web mais tempo do que os jovens da rede pública, isso não está relacionado à variável emprego, visto que em relação aos dias e horas de acesso não há diferenças significativas entre os jovens que trabalham e os que não trabalham.

Quando questionados os locais em que os jovens costumam acessar a rede, o lugar mais indicado foi em casa (95,8%), seguido pela casa dos amigos (85,2%), estabelecimentos comerciais (72,7%), casa de parentes (72,1%), escola (62,1%), rua (30,7%), trabalho (27,8%) e transportes (15,3%).

Conforme a Pesquisa TIC Domicílios 2015, o número de indivíduos que utiliza a Internet fora de casa aumentou significativamente nos últimos anos, passando de 30% em 2014 para 56% em 2015. Isso ocorre porque os usuários da rede estão procurando cada vez mais pontos de conectividade devido ao uso de aparelhos móveis. Segundo a pesquisa “O aumento do uso na casa de outras pessoas pode ser atribuído ao uso do equipamento próprio, sobretudo o telefone celular, em domicílios com disponibilidade de conexão WiFi” (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2016, p.146). Outro dado relevante que a referida pesquisa nos trás é que a quantidade de estabelecimentos comerciais que possui WiFi gratuitamente têm se expandido nos últimos anos, em consequência do aumento da demanda por conexão devido ao elevado número de *smartPhones*. Além do aumento no uso da Internet fora de casa, a pesquisa aponta para o crescimento do uso de aparelhos digitais e da rede em deslocamento. No caso de Realeza este uso em deslocamento é percebido entre os jovens que declararam utilizar a Internet na rua e nos transportes.

De acordo com a tabela abaixo, nota-se que os jovens da rede particular de ensino acessam mais a Internet em casa, na casa de amigos, na casa de parentes, em estabelecimentos comerciais, rua e transportes do que os da rede pública. Possivelmente estes dados relacionam-se ao fato de que os jovens do ensino privado possuem uma disponibilidade maior de locais e equipamentos que fornecem acesso à Internet do que os jovens do ensino público, tendo em vista a condição econômica mais elevada destes jovens.

Tabela 01: Local de acesso à Internet entre jovens do ensino público e privado

Local de acesso	Particular	%	Pública	%
Casa	30	100%	132	94,9%
Escola	14	46,6%	91	65,4%
Casa de amigos	30	100%	114	82%
Casa de parentes	26	86,6%	96	69%
Trabalho	5	16,6%	42	30,2%
Estabelecimentos comerciais	23	76,6%	100	71,9%
Rua	17	56,6%	35	25,1%
Transportes	8	26,6%	18	12,9%
Total	30	100%	139	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Em contrapartida, os alunos das escolas públicas têm um nível mais elevado de acesso à rede no trabalho e na escola do que os do colégio particular. Isso ocorre principalmente por dois motivos. O primeiro é que 5,1% dos jovens estudantes da rede pública não possuem Internet em casa, o que faz com que os mesmos acessem a rede em outros locais, como no trabalho e na escola. O segundo motivo é que apesar de a escola particular disponibilizar a rede WiFi para os alunos, muitos nem sabem da existência da mesma, devido ao sinal que é muito fraco, como aponta uma jovem entrevistada. Deste modo, que o jovem que desejar acessar a Internet acaba utilizando os dados móveis. Já as escolas públicas possibilitam que os alunos acessem a Internet por meio da rede WiFi dos colégios, ainda que em momentos específicos.

Em relação ao local de moradia, nota-se que os jovens urbanos possuem uma diversidade maior de locais de acesso do que os jovens do meio rural. O único local em que as juventudes rurais acessam mais a Internet do que as juventudes urbanas é a

escola. Um dos motivos para que isso aconteça é porque 19% dos jovens estudantes do meio rural não possuem Internet em casa, e deste total 14% acessam a rede por meio da escola.

Tabela 02: Local de acesso à Internet entre jovens do ensino urbano e rural

Local de acesso	Urbano	%	Rural	%
Casa	145	97,9%	17	80,9%
Escola	88	59,4%	17	80,9%
Casa de amigos	128	86,4%	16	76,1%
Casa de parentes	110	74,3%	12	57,1%
Trabalho	44	29,7%	3	14,2%
Estabelecimentos comerciais	109	73,6%	14	66,6%
Rua	51	34,4%	1	4,7%
Transportes	23	15,5%	3	14,2%
Total	148	100%	21	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

4.3.3 Atividades realizadas na rede

Para verificar quais são as atividades realizadas na Internet e com qual regularidade elas são feitas pedimos que os alunos que respondessem o questionário enumerando de 1 a 9 para as atividades que praticam na rede. Sendo 1 para a mais frequente e 9 para a menos frequente. Consideramos atividades com maior frequência as assinaladas com 1, 2 e 3. Com frequência média as respondidas com 4,5 e 6 e com frequência baixa as enumeradas com 8 e 9.

As atividades realizadas com maior assiduidade na rede são acessar redes sociais, seguida por ouvir música e assistir a filmes e seriados. A opção jogar ficou dividida entre as atividades com maior frequência e com frequência média. As alternativas estudar e ler notícias ficaram com frequência moderada para a maioria dos estudantes. A única opção que ficou entre a frequência média e baixa é ler livros. A alternativa trabalhar não teve grande diferença entre os três níveis de frequência.

No questionário deixamos espaço para que os alunos respondessem em quais atividades realizadas no trabalho ou em quais empregos eles usam a Internet. A rede é utilizada por estudantes que trabalham em escritórios, na administração de empresas ou

como auditor de CPD⁴. As atividades realizadas no trabalho dos jovens com auxílio da Internet são consultar o SPC/SERASA, realizar vendas, fazer projetos, passar cartão, usar e-mail, manutenção de software e atendimento por WhatsApp.

Em relação ao gênero, as moças utilizam as redes sociais, ouvem música e lêem livros com maior frequência do que os meninos. Em contrapartida, os rapazes assistem a filmes/seriados e jogam com mais frequência do que as moças. Não há diferenças significativas na frequência de trabalhar e estudar entre os gêneros. As diferenças relacionadas ao gênero estão atreladas ao uso do tempo livre pelos jovens.

Os jovens da rede pública de ensino acessam as redes sociais, ouvem música, lêem livros e trabalham com o auxílio da Internet mais assiduamente do que os jovens da rede particular. Não há discrepâncias significativas entre estudar, ler notícias e jogar. Os estudantes da escola privada assistem a mais filmes e seriados por meio da web do que os das escolas públicas.

O acesso a redes sociais, assistir a filmes/seriados, ler notícias e trabalhar são atividades realizadas com mais frequência entre os alunos do meio urbano. Em contrapartida, os jovens do meio rural ouvem música, estudam, jogam e lêem livros com maior assiduidade do que os estudantes do meio urbano.

Em relação à idade, percebemos que os jovens de 18 a 22 anos empregam maior tempo utilizando de redes sociais, lendo notícias e trabalhando do que os jovens de 14 a 17 anos. Os jovens com menor faixa etária ouvem música, estudam, assistem a filmes/seriados, lêem livros e jogam com maior frequência na rede.

Quando analisamos os dados socioeconômicos, percebemos que o ato de acessar as redes sociais com maior regularidade é mais comum entre as classes sociais que possuem até 10 salários mínimos. O hábito de ouvir música é maior entre as classes populares e diminui à medida que a renda aumenta. Estudar, assistir a filmes e seriados e jogar não sofre grandes variações de acordo com os níveis econômicos. Ler notícias é mais frequente entre os jovens com renda superior a 10 salários mínimos.

Os diferentes locais de acesso condicionam usos distintos dos aparelhos e da própria rede. No âmbito privado, os jovens costumam utilizar a Internet para conversar com os amigos e compartilhar coisas nas redes sociais, assistir a filmes, vídeos e seriados, jogar, estudar e ouvir música. No âmbito escolar a utilização dos aparelhos

⁴ CPD (Centro de Processamentos de Dados) é o local onde ficam os dispositivos de processamento de dados de uma empresa. Auditor de CPD é quem verifica se o armazenamento e processamento de dados está acontecendo como o previsto.

digitais e da Internet – sem a supervisão de um adulto – é voltada para tirar fotos com os amigos nas horas vagas, ouvir música e pesquisar.

Nota-se que no ambiente escolar o acesso a redes sociais é menor do que nos outros locais, possivelmente porque neste lugar os indivíduos estão na presença de amigos e conversam constantemente com eles, não precisando utilizar as redes sociais com essa finalidade. Esta mesma prática se reproduz na casa dos amigos, onde há uma tendência de evitar o uso de aparelhos digitais, privilegiando o contato físico, exceto em situações nas quais os jovens querem mostrar alguma foto ou vídeo aos colegas, para fazer algum trabalho ou assistir a filmes. Na rua o uso é voltado somente para ouvir música.

Como foi salientado, a atividade mais realizada pelos jovens na Internet sem dúvidas é acessar redes sociais e conversar com os amigos por meio delas. Destaca-se aqui, como apontava Setton (2002) a mídia enquanto elemento socializador fundamental da atualidade.

4.3.4 Redes sociais

As redes sociais acessadas com maior regularidade entre os jovens são respectivamente o WhatsApp, Facebook e Snapchat. Os e-mails, Instagram e Twitter estão entre os utilizados com frequência moderada. O skype, Pinterest e Telegram são acessados com baixa frequência. Também há outras redes sociais que não são populares entre os jovens, embora alguns as utilizem. É caso do Social Spirit, Não entre aki, Snow e TeamSpeak. Devido à multiplicidade de redes sociais acessadas pelos jovens, explicarei apenas como funcionam as mais populares, a fim de perceber como acontece a socialização juvenil e o fluxo de bens simbólicos por meio destas redes.

O WhatsApp é uma rede social que pode ser utilizada gratuitamente, basta baixar o aplicativo no celular ou computador. A principal função do WhatsApp é promover a conversação entre indivíduos ou grupos por meio de mensagens de texto ou áudio. Por meio deste aplicativo também é possível trocar arquivos de texto, vídeo, som ou imagem. Outra função do “Whats” é fazer chamadas de voz ou vídeo para pessoas de todas as partes do mundo. Para adicionar alguém no “Whats” basta possuir o número do celular da pessoa e para usá-lo é necessário estar conectado à Internet.

Quando questionados o que mais fazem no WhatsApp a primeira resposta de todos os jovens entrevistados foi conversar, seja com amigos, família ou namorado (a).

A segunda resposta mais comum foi compartilhar fotos ou imagens, mas esta rede social também é comumente utilizada para mandar vídeos, áudios, notícias e conteúdo escolar.

Embora todos os jovens possuam vários grupos no WhatsApp, a maioria deles prefere conversar individualmente e utilizam os grupos geralmente para marcar algum encontro com os amigos ou trocar recados sobre a escola. Os grupos mais comuns no WhatsApp são compostos por amigos – do bairro, de algum curso ou da comunidade, no caso de quem mora na área rural – da turma escolar e da família. Apesar de este aplicativo possuir a função de áudio, que poderia dispensar a digitação de mensagens, os estudantes preferem escrever e só gravam áudio quando estão andando na rua, no caso de mensagens muito extensas, preguiça ou pressa.

O WhatsApp caracteriza-se por ser uma rede social mais restrita, pois todos os jovens afirmaram conhecer os contatos do “Whats”. Todavia, quando questionados os jovens explicaram que muitas vezes nunca viram alguns destes contatos considerados conhecidos, porque muitos deles são amigos de seus amigos ou ainda amizades virtuais. O fato de os estudantes afirmarem conhecer pessoas com as quais nunca conversaram fora do ciberespaço está relacionado à sensação de proximidade causada pela troca de conteúdos e mensagens em tempo real com outros indivíduos, característica determinante da cibercultura.

O Facebook é uma rede social desenvolvida pelo estudante universitário norte-americano Mark Zuckerberg. Inicialmente o Facebook poderia ser utilizado somente por estudantes universitários, e a intenção era “criar uma rede de contatos” para os acadêmicos na Internet. Em um segundo momento o Facebook foi aberto para alunos secundaristas (RECUERO, 2009). Atualmente todas as pessoas maiores de 18 anos podem fazer seu cadastro na rede.

Esta rede social funciona por meio de perfis e páginas, também chamadas de comunidades por alguns autores (RECUERO, 2009). Os perfis no Facebook podem ser públicos ou privados, de acordo com a escolha do usuário. Tal como o WhatsApp, o “Face” proporciona a troca de arquivos de texto, imagem, som ou áudio, de modo público – quando postado ou compartilhado na linha do tempo – ou privado, por meio de mensagens “*inbox*”⁵. Há a possibilidade de conversar com os contatos individualmente ou em grupos.

⁵ A tradução literal da palavra “*inbox*” é “caixa de entrada”. Portanto, a conversa “*inbox*” refere-se à troca de mensagens privadas entre contatos nas redes sociais.

Em relação às conversações o Facebook fica em segundo plano. Os jovens utilizam-no para conversar apenas em situações em que não possuem o número do WhatsApp de algum amigo, professor ou conhecido, ou quando a pessoa em questão não tem acesso ao WhatsApp. Ainda que o Facebook possua a função de formar grupos de conversas, apenas uma estudante afirmou ter um grupo no “Face” com os colegas de escola, porque nem todos os estudantes possuem WhatsApp.

O Facebook é mais usado entre os jovens para ver e curtir publicações de outros membros e de páginas. De acordo com os estudantes, as páginas mais visitadas abordam temas como a música, bandas, cantores, artistas, famosos, humor, memes⁶, piadas, política, cultura popular, signos, astronomia, moda, youtubers, filosofia, Geekie Games⁷, maquiagem, roupas, livros, frases sobre músicas e sobre o cotidiano e notícias. Nota-se que o Facebook é a rede social com maior fluxo de produtos da indústria cultural.

Os estudantes possuem grupos com diversas finalidades no Facebook, compostos por indivíduos de todas as partes do Brasil – nenhum jovem afirmou estar em algum grupo/comunidade composto majoritariamente por indivíduos de outro país. Há grupos de vendas, cultura popular, memes, música e literatura. Um exemplo de página que fala sobre cultura popular, citada pelos alunos é a “Brasileiríssimos”. Nela, circulam notícias e informações sobre cinema, música, arte, literatura e cotidiano brasileiro. Esta página divulga fotos de frases fazendo referência a diversos artistas e bens culturais – música, cinema, novela, literatura, entre outros –, de locais – rios, cidades, praias – e comidas brasileiras.

Nos grupos sobre música os integrantes compartilham notícias e fotos sobre determinadas bandas ou alguma música nova, geralmente em forma de vídeo. O grupo de literatura citado por uma jovem é destinado aos fãs da série de livros e filmes “Harry Potter”. Segundo a estudante, neste grupo os integrantes trocam informações sobre os livros e filmes da saga. O assunto mais comentado no grupo era o filme “Animais fantásticos e Onde Habitam”, baseado em uma das obras da autora de “Harry Potter” e que entraria em cartaz nos cinemas no período em que as entrevistas foram realizadas.

⁶ De acordo com o dicionário priberam de língua portuguesa, os memes são compostos por imagens e informações. Estas imagens são alteradas com função humorística e se difundem rapidamente pelo ciberespaço.

⁷ Site disponibilizado gratuitamente pelo governo federal para os alunos de terceiro ano do ensino médio estudar e resolver questões a fim de se preparar para o Enem (Exame Nacional do Ensino Médio).

Além de curtir e ver o que as páginas e amigos publicam no “Face” os jovens também postam e compartilham algumas coisas. O que os estudantes mais postam nesta rede social são fotos suas, com amigos, namorado (a) ou família. Compartilham frases de músicas ou de livros; vídeos musicais do Youtube ou de alguma página, vídeos sobre notícias ou vídeos de piadas; fotos de artistas e bandas, letras musicais ou imagens com versos de músicas; informações, notícias sobre cinema, seriados ou livros.

Os jovens não compartilham somente assuntos do seu interesse, é comum entre eles compartilharem materiais relacionados aos amigos. Por exemplo, fotos e músicas de amigos fotógrafos e músicos ou publicações sobre o movimento LGBT (Gays, lésbicas, bissexuais e travestis) defendendo o respeito à orientação sexual dos amigos.

De acordo com o site Techtudo, o Snapchat é uma rede social que tem a finalidade enviar mensagens, fotos e vídeos. O diferencial do aplicativo é que os conteúdos enviados por ele não podem ser salvos e só podem ser visualizados uma vez, sendo autodestruídos posteriormente à visualização. O aplicativo possui também filtros que proporcionam a possibilidade de aplicar efeitos nas fotos ou imagens. Devido a estes recursos o “Snap” se popularizou muito entre as juventudes, tornando-se uma das redes sociais mais utilizadas pelos jovens (KURTZ, 2016).

O Snapchat é a rede social com maior fluxo de fotografias e vídeos produzidos pelos próprios jovens. Os estudantes utilizam o “Snap” para tirar fotos e gravar vídeos que têm como tema o próprio cotidiano. Eles afirmam tirar fotos ou gravar vídeos enquanto cozinham, jogam (jogos online), fazem as tarefas escolares, saem com os amigos. Fotografam também as “coisas” ou objetos que estão presentes em seu dia-a-dia. Pelo fato de esta rede social estar retratando o cotidiano dos jovens, eles geralmente mantêm sua conta privada, evitando assim que desconhecidos tenham acesso às suas atividades diárias. Além de “mandar snap” os jovens também olham o histórico dos amigos. Uma jovem chegou a afirmar que não consegue dormir enquanto não zerar a página de históricos.

No Snapchat a tendência entre os estudantes é adicionar apenas pessoas conhecidas. Uma jovem declarou que o deixa privado, pois “já sofreu consequências por causa de contatos desconhecidos por isso privei bastante”. Entretanto, outra jovem o utiliza bastante com pessoas desconhecidas, no caso, famosas.

O valor de exibição do qual Benjamin (1975) falava referindo-se às obras de arte, agora parece estar presente na própria vida cotidiana dos jovens. Devido à facilidade com que se reproduz um vídeo ou uma fotografia por meio dos novos

aparelhos digitais, os estudantes sentem uma vontade constante de mostrar o que estão fazendo e os objetos que possuem. Portanto, uma parte considerável da vida diária dos jovens é registrada com a finalidade de ser exposta. Segundo Recuero (2009) isso acontece porque os indivíduos constroem e divulgam sua identidade continuamente no ciberespaço. Nas palavras da autora

Sibilia (2003) chama de “imperativo da visibilidade” da nossa sociedade atual essa necessidade de exposição pessoal. Esse imperativo, decorrente da intersecção entre o público e o privado, para ser uma consequência direta do fenômeno globalizante, que exacerba o individualismo. É preciso ser “visto” para existir no ciberespaço. [...] Talvez mais do que ser visto, essa visibilidade seja um imperativo para a sociabilidade mediada pelo computador (RECUERO, 2009, p.27).

Conforme o site Canaltech o Instagram é uma rede social de fotos, que precisa necessariamente de *smartPhones* para ser utilizada. Ela é baixada como um aplicativo pelo qual é possível tirar fotos e compartilhar na rede. Esta rede social também possui a possibilidade de aplicar efeitos nas fotos. As fotos tiradas pelo “Insta” podem ser postadas no Facebook ou Twitter. Além disso, utilizando *hashtags* (#) os indivíduos podem encontrar fotos de determinados temas específicos (RASMUSSEN, s.d.).

Entre os jovens o Instagram também é uma rede social cuja finalidade é postar e curtir fotos e vídeos, entretanto, esta rede social tem um caráter mais público. É mais utilizado para curtir ou “deixar likes” nas fotos dos amigos, para curtir fotos de promoções de jogos ou seguir pessoas famosas.

Segundo Recuero (2009, p.173) o Twitter é uma rede social onde se pode escrever “pequenos textos de até 140 caracteres a partir da pergunta ‘O que você está fazendo?’”. No Twitter há a possibilidade de seguir pessoas e mandar mensagens. O Twitter é utilizado entre os jovens para escrever coisas que acontecem no cotidiano, “reclamar da vida” e olhar o que as pessoas twittam. Uma jovem afirmou ter o Twitter por influência dos amigos, usando-o somente com a finalidade de olhar os twitters.

Embora os jovens possuam diferentes redes sociais, os contatos nestas diversas redes geralmente são os mesmos, e na grande maioria são indivíduos que vivem próximos aos estudantes: amigos da escola, do bairro, da comunidade, de cidades vizinhas, parentes, ou ainda pessoas que estão em seu círculo de amizades. Apesar de os jovens terem a possibilidade de trocar informações com pessoas de todas as partes do

mundo instantaneamente (LEMOS, 2015) a tendência entre eles é se conectar com as pessoas com as quais convivem diariamente. Neste sentido, as redes sociais são mais utilizadas pelos jovens para ampliar seus vínculos de amizade por meio de diferentes aparelhos (ROSADO; NEVES, 2013) do que para formar novas amizades no mundo virtual.

O Whatsapp demonstrou ser uma rede social mais utilizada para se comunicar com pessoas conhecidas ou próximas, como um jovem afirmou “No WhatsApp é mais particular mesmo”. Entretanto quando questionados se estes contatos eram conhecidos pessoalmente, alguns jovens afirmaram que não, possuindo também amizades virtuais que conheceram por meio de conversa ou videochamada no Facebook.

O Facebook é uma rede social mais aberta do que o WhatsApp, pois os jovens possuem pessoas que não conhecem nesta rede social. Todavia, há uma tendência entre eles de não conversar com contatos que não conhecem pessoalmente, a não ser que estes participem de grupos/comunidades com afinidades em comum. Como afirmam Rosado e Neves (2013, p.355) “muitos dos laços criados on-line são simples solicitações aceitas e sem maiores interações ou tempo dedicado a manter a relação (conexões fracas)”.

A maior quantidade de desconhecidos está no Twitter e no Instagram. Alguns afirmam ter até mesmo somente pessoas desconhecidas nestas duas redes sociais. É o caso de uma jovem que afirma seguir somente pessoas desconhecidas no Instagram – no caso, artistas – por causa das fotos que eles postam nesta rede.

O grande acesso a *smartPhones* permite que os jovens criem constantemente fotografias e vídeos. Por estes aparelhos ficarem com os jovens praticamente 24 horas por dia, a diversidade de temas das fotos e vídeos é enorme. Nota-se que o mais comum entre os jovens é tirar fotos quando estão na companhia de amigos, tanto dentro do ambiente escolar quanto fora dele. Contudo, estas fotos não retratam somente os jovens, mas também as bebidas que estão tomando, os jogos que estão jogando ou alguma janta ou encontro da turma escolar. Eles costumam fotografar o que estão fazendo no momento, e claro, tais fotos vão parar nas redes sociais.

Devido à diversidade de usos das câmeras celulares, enquanto uns afirmam não ter o hábito de se fotografar ou de tirar “selfies” outros afirmam somente fotografar seu rosto e corpo. Fora os momentos em que estão com os amigos, os jovens habitualmente fotografam a si mesmos – as chamadas “selfies” – e a família. Flores, lugares e paisagens são temas recorrentes nas fotos. Os objetos que os jovens compram também

são fotografados, com a finalidade de mostrar aos outros indivíduos o produto que acabaram de adquirir. Até mesmo acidentes automobilísticos viram tema de fotografia.

Não há tendências de preferência de acordo com gênero, idade, local de moradia ou renda. Embora fotografem bastante, os estudantes gravam poucos vídeos. Todavia, quando os gravam geralmente estão na companhia de amigos, cantando e tocando violão ou em jantares da turma escolar, também gravam vídeos de seus animais de estimação.

Para Brenner, Dayrell e Carrano (2005) a construção da subjetividade e identidade juvenis, bem como o aproveitamento de espaços de lazer e de fruição cultural aconteciam principalmente no tempo livre dos jovens. Atualmente, percebemos que estas atividades são desenvolvidas em grande medida no ciberespaço, por meio das redes sociais. Como consequência deste comportamento na rede e considerando que os jovens convivem muito tempo com seus aparelhos digitais, as atividades citadas acima não são realizadas apenas no tempo livre dos estudantes, mas em todos os momentos que eles possuem acesso aos seus dispositivos e à rede. Torna-se até mesmo difícil perceber quais práticas são feitas sem o auxílio dos aparelhos digitais e da Internet, como será apontado no último item deste capítulo. A vida cotidiana dos jovens, em especial dos que possuem entre 14 e 17 anos é mediada continuamente pelos seus dispositivos.

Percebemos ao longo da pesquisa que uma das funções primordiais das redes sociais é a divulgação de produtos culturais, sejam eles produzidos pelos jovens, como fotos e vídeos, ou aqueles produzidos pela indústria cultural, como clipes musicais, links ou frases de séries, filmes ou livros. É importante salientar que estes bens simbólicos circulam nas redes de forma fragmentada, ou seja, apenas “parte” deles são postados ou compartilhados nas redes sociais. Se esta “parte”, como a frase de um livro ou uma música de um disco, chamar atenção dos estudantes, eles provavelmente irão procurar o produto completo na Internet. Aqueles com maior poder aquisitivo geralmente optam por comprar alguns bens de modo físico.

4.3.5 A fruição de bens culturais por meio das novas tecnologias digitais

Por meio das entrevistas pôde-se concluir que os jovens que lêem habitualmente livros físicos desenvolvem o hábito de ler e-books por meio de computadores, tablets e

celulares. Os que não lêem livros fora da rede também não o fazem por meio dos novos aparelhos digitais. Metade dos alunos entrevistados declarou não ler livros impressos nem e-books, exceto em casos em que precisam fazer algum resumo ou trabalho escolar. A outra metade afirmou ter o hábito da leitura por lazer.

Nos questionários perguntamos somente sobre a leitura em formato digital. Ainda assim, percebe-se que algumas diferenças apontadas na pesquisa “Perfil da juventude brasileira” de 2003 persistem atualmente, embora algumas discrepâncias tenham sido minimizadas pela emergência das NTIC.

Deste modo, as meninas (27,5%) continuam lendo mais livros do que os meninos (15,4%). Contudo, ao contrário do que apontava a pesquisa de 2003, atualmente não há diferenças significativas entre a quantidade de jovens do meio rural e urbano que lêem livros – em formato digital. Isso ocorre porque a diferença de posse nos equipamentos digitais entre as juventudes rurais e urbanas tem diminuído nos últimos anos, possibilitando aos jovens rurais um acesso maior aos bens culturais em formato digital do que em formato físico, mais popular na época em que a pesquisa “Perfil da juventude brasileira” foi realizada.

Os jovens que não lêem livros geralmente lêem notícias e informações de jornais e revistas online, notícias científicas de sites específicos, blogs⁸ sobre saúde, estética e curiosidades, páginas do Facebook que possuem frases sobre a vida, textos sobre jogos, política, fanfics e mensagens de texto. Segundo uma jovem entrevistada, fanfics são textos baseados em algum produto cultural – no caso em questão eram os livros e filmes da série Harry Potter. Estas narrativas possuem os mesmos personagens ou cenário descrito nos livros originais, entretanto o enredo da história é modificado pelos fãs que escrevem os fanfics. Os fanfics são postados em páginas, comunidades ou grupos – geralmente presentes em redes sociais, como o Facebook – e os outros membros podem ler e comentar estes textos, ajudando inclusive a desenvolver outros fanfics.

De acordo com os dados coletados na pesquisa de campo, o mais comum entre os jovens é ler notícias (66,8%), conteúdos escolares (38,4%) e livros (22,4%), 23% dos jovens afirmaram não ler nenhuma das opções acima na rede.

Algumas destas notícias de jornais e sites aparecem nas páginas do Facebook. Portanto, é por meio desta rede social que os jovens acessam parte significativa do conteúdo que lêem na Internet. A leitura de jornais e revistas fora da rede é feita pelos

⁸ Blogs são sites da Internet onde são publicados cotidianamente conteúdos sobre determinados assuntos.

jovens sempre na escola, com a finalidade de desenvolver alguma proposta de trabalho. Apenas uma jovem afirmou ler jornais impressos por lazer.

A leitura de revistas com a finalidade de entretenimento pelos jovens é feita somente por meio da Internet. A revista feminina *Capricho* – citada da discussão sobre culturas juvenis – é lida por uma das estudantes entrevistadas, em formato digital. Ao invés de comprar a revista, a jovem acompanha o site da *Capricho*. Nota-se aqui a emergência de novas formas de usufruir a chamada “cultura juvenil”, que podemos chamar de digitalização do consumo.

A simplificação da escrita à qual Hoggart (1973) se referia toma dimensões ainda maiores em tempos de cibercultura. A maior parte do conteúdo lido pelos jovens na rede é composta por pequenos textos, notícias e até mesmo frases. A leitura e compartilhamento de frases em redes sociais foi assunto recorrente os jovens entrevistados. Deste modo, a leitura de livros é relegada a um segundo plano.

Entre os jovens que habitualmente lêem livros o local preferido para tal prática é a própria casa, mas também lêem na escola e em viagens. Uma jovem afirmou sempre levar um livro junto para todos os lugares em que vai. Existem estudantes que preferem ler online e também alguns que não gostam de tal prática, optando por ler livros impressos.

Entretanto, as preferências por determinados formatos – físico ou digital – para ler são fruto de condicionamentos oriundos das condições objetivas de existência e dos *habitus* de classe destes estudantes, tal como nos aponta a teoria de Bourdieu (1983). Há uma tendência entre os jovens da rede pública de ensino a desenvolver diversos modos de leitura, de acordo com os suportes que sua condição econômica lhes permite no momento. Sendo assim, os jovens das escolas públicas costumam pegar os livros emprestados em bibliotecas, ler e-books em PDF, comprar livros usados em sebos ou, quando conseguem, comprar os livros novos em livrarias. Os estudantes que gostam de ler também afirmaram ganhar livros de presente de seus amigos ou namoradas (os) em datas comemorativas.

Nota-se um desejo por parte destes jovens de classes sociais menos favorecidas de *possuir* os livros e formar coleções. Este desejo é quase sinônimo de posse entre os alunos do Colégio Real. Para eles, basta sentir vontade de ler determinado livro e o terão em mãos. Os estudantes da escola particular são incentivados a ler pelos familiares, padrinhos ou pais. Ambos os alunos entrevistados declararam ganhar livros

cotidianamente, comportamento que não se repete em relação aos estudantes da rede pública.

Uma aluna do Colégio Flor da Serra afirmou gostar de “comprar os livros em livrarias quando possível ou pela Internet, para poder ficar com os livros”. Outra jovem, do Colégio João Paulo II, diz ter comprado alguns livros em um sebo: “fiz um pacote e consegui comprar a coleção inteira deles”. Ao mesmo tempo em que manifestam um desejo de possuir estes livros e de lê-los em formato impresso, os estudantes de classes sociais menos favorecidas compreendem que nem sempre isso é possível. Conforme uma estudante do ensino médio profissional do Colégio 12 de Novembro “o valor dos livros têm aumentado bastante, isso fez com que nos últimos meses eu tenha lido alguns livros online, baixados”. De acordo com um jovem da mesma escola, “sempre que eu podia gastar dinheiro com livros eu tentava comprar impressos de capa dura, porém não foram muitos [...] sempre que conseguia baixava como PDF para ter guardado”.

Além de procurar estes livros na rede, existe ainda a possibilidade de acessar os livros por meio de aplicativos pagos, uma alternativa financeiramente mais econômica para os jovens que não conseguem comprar livros físicos habitualmente, devido ao valor destes. Uma estudante do Colégio João Paulo II declarou ler e-books em formato PDF baixados da rede, por meio do aplicativo Adobe Digital Editions, ao qual paga a taxa de R\$ 4,99 por mês para acessar. Conforme a jovem “eu vou lendo e vou deletando já os livros, daí vai baixando mais e tal. Porque tem um limite de livros, são dez livros [...] então quanto mais livros melhor para aproveitar aquele mês”.

Em contrapartida, os dois estudantes entrevistados da escola particular nem sequer cogitam a possibilidade de pegar livros emprestados de bibliotecas ou de lê-los em formato digital. Uma jovem do Colégio Real disse ter o hábito de ler somente livros físicos, visto que compra e ganha muitos livros dos pais, dispensando a leitura em aparelhos eletrônicos.

O jovem que estuda na mesma escola afirmou comprar todos os livros que precisava ler para realizar trabalhos escolares. Segundo ele a escola entrava em contato com os sites que vendiam os livros e todos os alunos conseguiam comprar a um preço mais barato do que o normal, pois compravam em grandes quantidades. Conforme o estudante “também é possível utilizar a biblioteca pública, coisa que nunca fiz”. Este jovem afirmou não ter o hábito de ler livros regularmente fora da escola, entretanto,

quando o faz compra os livros que deseja porque “não gosto de ler em PDF, pois acho que estraga o espírito da leitura”.

A partir dos depoimentos dos estudantes, é possível perceber alguns pontos cruciais elencados em nosso arcabouço teórico nos capítulos anteriores. De fato percebe-se o desenvolvimento de uma nova forma de fruição cultural relacionada ao surgimento da cibercultura e da disponibilidade de bens culturais na rede. Além disso, a fruição cultural pelas classes mais pobres têm se *intensificado* a partir do advento da Internet, devido ao barateamento e ao aumento da acessibilidade aos produtos culturais.

O valor de exibição dos bens culturais ao qual Benjamin (1975) se referia persiste atualmente, ainda que de outros modos. Impulsionados pelo desejo de consumir os produtos da indústria cultural (ADORNO; HORKHEIMER 2002), os jovens procuram meios de obter os produtos e mantê-los perto de si. Para isso, algumas alternativas são encontradas. Entre os jovens de classes mais ricas a alternativa é comprar os produtos novos. Entre os jovens de classes menos abastadas as possibilidades variam, desde colecionar livros em formato digital – e, portanto, gratuito – até comprar livros usados, e em menor medida, livros novos. Conforme Bourdieu (1983) isto ocorre porque as classes populares procuram meios mais acessíveis de consumir os mesmos produtos das classes ricas. É justamente este esforço empregado pelos jovens de classes mais pobres para ter acesso aos livros e o modo pelo qual eles desenvolvem sua fruição cultural que causa a distinção simbólica entre as juventudes de Realeza/PR.

Por meio da rede, o aparelho digital preferido pelos jovens para ler é o computador – ou notebook – entretanto alguns afirmam conseguir ler pelo celular também, se necessário. A maioria dos estudantes que possui o hábito de ler livros na Internet o faz online (68,4%) e uma parcela prefere ler e-books baixados (36,8%). Alguns alternam entre os dois modos de leitura.

Segundo os dados quantitativos, a parcela de alunos dos anos finais do ensino médio – 3º e 4º anos – que lêem livros, notícias e conteúdos escolares é maior do que os alunos dos anos iniciais – 1º e 2º anos. Isso ocorre devido à preparação de alguns alunos do 3º e 4º anos para o vestibular, o que exige um nível maior de leitura.

Em relação à idade, a leitura de notícias não sofre variações significativas entre as faixas etárias. Entretanto, os estudantes que possuem entre 14 e 17 anos lêem mais conteúdos escolares (40,8%) e livros (24,4%) do que os estudantes que têm entre 18 a

22 anos de idade, dos quais 22,7% declararam ler conteúdos escolares e apenas 9% afirmaram ler livros.

A variável emprego não está relacionada ao nível de leitura de livros e conteúdos escolares por meio de dispositivos digitais entre jovens de diferentes faixas etárias, portanto, não podemos concluir que os alunos que estão trabalhando lêem menos. Uma possível explicação para essa diferença é a maior facilidade entre os jovens mais novos de se adaptar aos diferentes usos dos aparelhos digitais, considerando que eles conviveram um tempo maior com os dispositivos que proporcionam acesso à rede tanto em sua vida cotidiana quanto no âmbito escolar, facilitando a adaptação no uso destes dispositivos para leituras mais extensas do que notícias.

De acordo com os dados qualitativos, nota-se que os *habitus* de classe influenciam menos no *gosto* por determinado tipo de leitura e mais no *modo* de fruição destes livros. Os jovens que estudam no ensino médio costumam ler literatura brasileira, uma exigência do próprio sistema de ensino a fim de prepará-los para o ingresso nas universidades.

As preferências de leitura por lazer, realizada no tempo livre dos jovens giram em torno da literatura juvenil, ficção e mitologia. Além destes gêneros, os jovens também lêem mangás, biografias, romances, crônicas, poesias, e livros de História que abordam temas como guerra ou política.

Entre os autores mais citados pelos jovens, estão aqueles que se dedicam à literatura juvenil. O autor mais popular entre os estudantes entrevistados foi Rick Riordan, que escreveu a série de livros chamada “Percy Jackson e os Olimpianos” e “Percy Jackson e os deuses gregos”. Além dele, outros autores de literatura juvenil foram citados: Thalita Rebouças, Jennifer Niven e J. K. Rowling. Estes dados confirmam a existência de uma indústria cultural voltada para o público juvenil, ou de uma série de produtos voltados ao consumo juvenil, tal como nos apontavam Kehl (2004) e Weisheimer (2013). Contudo, outros autores também são lidos pelos jovens: Dan Brown, Cecelia Ahern, Gayle Forman, Frédéric Bastiat, Charles Bukowski, Fernando Pessoa, Martha Medeiros, Nicholas Sparks e G.R.R. Martin, demonstrando que as preferências dos jovens vão muito além dos produtos voltados para sua faixa etária.

Como já foi salientado, a distinção na forma das leituras é ocasionada pelo maior ou menor poder aquisitivo dos estudantes. Apesar da pouca diferença em relação ao gosto literário dos jovens foi possível perceber na fala destes estudantes o que Bourdieu

(1983) chamava de *necessidade e luxo*. A leitura em formato impresso, em livros novos e particulares – portanto, mais caros – é considerada uma *necessidade* para os jovens da rede privada, uma vez que “não gostam” ou que “dispensam” a leitura em formato digital ou a ida a bibliotecas públicas. Para os jovens das escolas públicas, a aquisição de livros novos é um *luxo*, visto que só acontece quando eles conseguem um excedente de dinheiro para comprá-los.

A maioria dos jovens (95,9%) afirmou assistir filmes, vídeos ou seriados por meio de aparelhos digitais. Não há uma preferência geral entre os três modos de vídeo. Alguns estudantes preferem assistir filmes porque ver a seriados “vicia” muito, fazendo com que eles deixem de realizar outras atividades para ver novos episódios. Outros preferem assistir a vídeos com menos de quinze minutos, pois não gostam de vídeos demorados. E outros ainda preferem assistir séries.

O local em que os jovens mais assistem é em casa, mas eles também realizam esta prática na escola – no caso dos que estudam no Colégio 12 de Novembro, devido ao projeto Cine Sol – e na casa de amigos. O Cine Sol foi um projeto criado por uma professora de filosofia com a finalidade de proporcionar aos estudantes o acesso e debate de filmes de cunho político, religioso e social em período contrário ao turno da aula. Os alunos que participavam do projeto se reuniam na escola uma vez por semana para assistir e debater sobre os filmes. Uma jovem afirmou possuir um grupo de amigos que se revezam para assistir a filmes toda semana, cada dia na casa de um membro do grupo. Os estudantes assistem mais do que lêem e menos do que ouvem música.

O dispositivo mais utilizado para assistir a filmes e seriados é a Televisão (74,5%), seguida pelo Notebook (53,2%), Celular (50,2%), *Desktop* (22,4%) e Tablet (5,3%). 4,1% dos jovens entrevistados afirmaram não assistir filmes ou seriados. Na rede particular de ensino os jovens utilizam todos os aparelhos com maior frequência para assistir do que os jovens da rede pública. Os jovens residentes em áreas urbanas usam mais os celulares, notebooks, *desktops* e tablets do que os do meio rural. Em contrapartida, os estudantes da área rural têm maior índice de uso da televisão com esta finalidade. Novamente, percebemos as distinções de fruição cultural relacionadas à renda e ao local de moradia.

A maioria dos jovens (88,8%) que declarou possuir o hábito de assistir a filmes e seriados o faz online, 29% costumam baixar e 20,3% alternam entre os dois modos. O índice de jovens que prefere assistir a estes conteúdos online é maior entre os jovens com maior poder econômico, enquanto a porcentagem de jovens que opta por baixar

estes bens é maior entre aqueles com menor poder econômico. Estes dados indicam que possivelmente as classes mais abastadas possuem canais pagos de televisão – por onde circula uma maior quantidade de filmes e séries – ou então serviços de transmissão online (*streaming*), como a Netflix. Outra explicação gira em torno da preferência, nas entrevistas alguns jovens declararam fazer o *download* de filmes ou seriados apenas quando estes não estão disponíveis online na rede.

Nota-se que dependendo a ocasião os jovens usam uma mídia para assistir. Por exemplo, quando querem utilizar o celular para conversar com os amigos usam o computador ou televisão para assistir. Nos casos em que os pais ou outros integrantes da casa estão usando televisão e computador, assistem pelo celular. Uma jovem afirmou assistir séries pelo celular até mesmo enquanto almoça.

Embora alguns jovens prefiram usar o computador, outros o celular e os demais a TV, todos possuem a capacidade de se adaptar à situação ou necessidade na hora de assistir. Nota-se que o celular é visto positivamente nestes casos devido ao seu tamanho e à sua capacidade de mobilidade. Segundo um estudante, com o *smartPhone* ele pode “parar ou se movimentar assistindo ainda”. Já o uso de computadores e televisões está vinculado à ideia de conforto na hora de assistir.

Geralmente os jovens assistem mais a vídeos curtos do que a séries e filmes. Neste sentido, a teoria desenvolvida por Hoggart (1973) nos auxilia a entender que a lógica da criação e divulgação de vídeos curtos parece ser a mesma lógica da simplificação e abreviação da escrita: não cansar o espectador, a fim de prender-lhe a atenção. Considerando que estes vídeos circulam muito rápido no ciberespaço – devido ao seu formato pequeno que facilita o compartilhamento – a quantidade de vídeos curtos que os jovens assistem é muito superior à quantidade de filmes e seriados.

O site mais citado para assistir a vídeos fora das redes sociais é o Youtube, porém, as vídeoaulas também são assistidas no Geekie Games e no Descomplica. Os estudantes assistem a vídeos no Youtube sobre jogos, música, cultura e também a vídeoaulas de professores explicando conteúdos escolares. Destaca-se aqui a função educativa – devido ao acesso simples e fácil ao conhecimento – deste site que possui alguns canais específicos destinados a proporcionar vídeoaulas sobre diversos temas estudados pelos jovens na escola. O Youtube disponibiliza também filmes sobre literatura brasileira que, segundo uma estudante, são difíceis de encontrar em outros sites e não passam na Netflix. Os jovens assistem a estes filmes para se preparar para vestibulares e para o Enem.

Nota-se a grande relevância do Youtube tanto para assistir a vídeos, filmes e seriados quanto para ouvir música. Isso ocorre porque este site incorpora imagens, letras e sons em um só local e abrange uma infinidade de temas em seus vídeos. Este site também possui vlogs⁹ de youtubers¹⁰ que mandam vídeos diários sobre diversos assuntos, cativando a atenção dos jovens que procuram assistir a todos os vídeos novos. Além da Netflix e do Youtube, o site megafilmes – disponibilizado na rede de forma gratuita para assistir filmes e séries online – também é bastante usado pelos jovens para assistir.

Atualmente, poucas pessoas compram DVDs dos filmes ou séries que desejam assistir. O consumo de filmes e séries que não estão disponíveis na TV aberta acontece geralmente por meio de assinaturas de televisão a cabo ou da Internet. Em tempos de cibercultura, estes bens são encontrados facilmente na rede. Apenas uma jovem afirmou comprar os DVDs dos filmes para assistir, porque acha mais confortável assistir na televisão. Portanto, a lógica da fruição cultural de filmes ou seriados é distinta da lógica presente na leitura dos livros. Não é visível por parte dos jovens um desejo de possuir o filme em formato físico, tal como ocorre com os livros.

O valor de exibição das obras de arte ao qual Benjamin (1975) se referia também se adaptou às novidades tecnológicas, hoje a reprodução e exposição acontecem via rede social. Não é mais preciso comprar os produtos físicos da indústria cultural, agora eles são compartilhados na rede a todo instante, em formato digital. O essencial é possuir um aparelho digital com conexão à Internet que proporcionará o acesso a estes bens culturais. Por exemplo, se um jovem gosta de uma música de sucesso, dificilmente ele comprará o CD que contém esta música. O mais provável é ouvi-la na rede, fazendo o *download* da mesma em alguns casos. Se ele quiser mostrar para outros indivíduos que conhece ou que gostou da música, ele compartilhará a letra, frases presentes na letra ou algum vídeo desta canção nas redes sociais.

O produto cultural mais consumido antes da existência da Internet era a música. O desenvolvimento do ciberespaço potencializou ainda mais a fruição musical, a música continua sendo o bem simbólico mais popular entre os jovens. Apenas um jovem entre todos os que responderam os questionários e entrevistas declarou não ouvir música. A maioria dos estudantes entrevistados afirmou ouvir música excessivamente, “o tempo

⁹ Os vlogs são semelhantes aos blogs, mas enquanto os blogs possuem diversos tipos de conteúdo (fotos, textos, vídeos) os vlogs são compostos apenas por vídeos.

¹⁰ São chamadas de youtubers as pessoas que possuem canais no youtube e produzem vídeos especificamente para postar nestes canais.

todo” ou “o dia todo”. O modo de ouvir música difere muito de um indivíduo para outro.

Conforme os dados apresentados na tabela abaixo, o aparelho mais utilizado para ouvir música é o celular, seguido pelo notebook e aparelho de som. Nota-se que o número de estudantes que usa pen drives conectados ao aparelho de som é muito superior aos que ouvem música por meio de CDs, demonstrando que a digitalização deste bem originou uma forma de fruição onde a posse de um suporte físico contendo apenas músicas está sendo substituída pela posse de dispositivos que reproduzam arquivos musicais. A televisão é outro aparelho que recebe destaque na hora de ouvir música, devido à sua capacidade de conexão com a Internet e também por possuir entrada USB, que possibilita a conexão com pen drives.

Embora os aparelhos MP3 tenham sido de fundamental importância na portabilidade da música digital, eles estão perdendo espaço entre as juventudes. Isso ocorre porque os *smartPhones* vêm de fábrica possuindo a função de reproduzir sons em vários formatos, não somente no formato MP3. Apesar de existirem estações de rádio especializadas para determinados gêneros musicais, ainda é mais comum entre os jovens ouvirem as estações de rádio nos aparelhos de som.

Tabela 03: Aparelhos utilizados para ouvir música

Aparelhos	Frequência	Porcentagem
Celular	158	93,4%
Notebook	88	52%
TV conectada à Internet	46	27,2%
Programas de TV	30	17,7%
Canais de TV só de música	27	15,9%
Pen drive conectado à TV	43	25,4%
CD Player	26	15,3%
Estações de rádio no aparelho de som	49	28,9%
Estações de rádio na Internet	23	13,6%
Pen drive conectado ao aparelho de som	75	44,3%
Computador de mesa	35	20,7%
Tablet	14	8,2%
MP3 Player	15	8,8%

Não ouve	1	0,5%
Total	169	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Apenas o uso de aparelhos MP3 e tablets não sofre variações significativas de acordo com as escolas públicas ou particular, local de moradia, série, idade e gênero.

A preferência por determinados dispositivos na hora de ouvir música entre estudantes da rede particular e pública de ensino está intimamente relacionada à quais aparelhos eles possuem com acesso à Internet e também a própria disponibilidade de acesso à rede, conforme demonstra a tabela abaixo.

Tabela 04: Aparelhos utilizados para ouvir música entre estudantes da rede pública e particular de ensino

Aparelhos	Rede pública	%	Rede particular	%
Celular	129	92,8%	29	96,6%
Notebook	65	46,7%	23	76,6%
TV conectada à Internet	32	23%	14	46,6%
Programas de TV	24	17,2%	6	20%
Canais de TV só de música	20	14,3%	7	23,3%
Pen drive conectado à TV	39	28%	4	13,3%
CD Player	23	16,5%	3	10%
Estações de rádio no aparelho de som	47	33,8%	2	6,6%
Estações de rádio na Internet	21	15,1%	2	6,6%
Pen drive conectado ao aparelho de som	64	46%	11	36,6%
Computador de mesa	24	17,2%	11	36,6%
Tablet	11	7,9%	3	10%
MP3 Player	12	8,6%	3	10%
Não ouve	1	0,7%	-----	-----
Total	139	100%	30	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Os alunos das escolas públicas costumam ouvir mais música por meio de pen drives conectados à TV, CDs players, estações de rádio no aparelho de som, estações de rádio na Internet e pen drives conectados aos aparelhos de som do que os jovens da rede privada. Em contrapartida, os estudantes do Colégio Real utilizam mais celulares, notebooks, TVs conectadas à Internet, Programas de TV, canais de TV somente dedicados à música e *desktops* do que os estudantes da rede pública.

A preferência no uso dos aparelhos – claramente marcada pela condição socioeconômica dos jovens – interfere nos modos de ouvir música. O hábito de ouvir músicas online é mais comum entre jovens da escola particular, enquanto o costume de ouvir músicas baixadas, por meio de CDs ou pen drives é uma característica mais presente entre estudantes da escola pública.

Se compararmos estes dados com os dados socioeconômicos, é possível perceber que o hábito de ouvir musica online aumenta de acordo com os jovens que possuem renda maior. Em contrapartida, o costume de ouvir músicas baixadas, por meio de CDs ou pen drives é mais comum entre os jovens com renda menor e fica menos frequente conforme a condição socioeconômica aumenta.

A lógica da fruição musical entre classes sociais distintas é a mesma lógica presente no consumo de filmes e seriados. Os jovens de escolas públicas e classes mais baixas precisam necessariamente baixar a música para ter acesso a ela quando desejam, pois possuem menos conexão com a Internet do que os jovens do Colégio Real. Os estudantes da escola particular e com maior poder aquisitivo, têm maior possibilidade de ouvir as músicas disponíveis na rede. Isso ocorre porque eles possuem mais formas de acesso à rede e também porque têm mais aparelhos conectados à Internet.

Se observarmos os equipamentos que todos os jovens possuem com acesso a Internet, percebemos que os jovens da rede privada possuem mais conexão por meio de notebooks, *desktops*, televisões e tablets do que os jovens da rede pública. Este maior índice de conexão por meio de diferentes aparelhos explica as preferências por ouvir mais músicas online entre jovens de condição econômica melhor. Provavelmente esta “preferência” não se efetiva entre os jovens de classes pobres devido à falta de infraestrutura para que isso aconteça.

Em relação ao celular, se olharmos os dados relacionados à conexão dos jovens com a rede por meio destes aparelhos percebemos que não há grande diferença entre jovens de escolas públicas e privadas. Entretanto, os estudantes da escola privada ouvem mais música online nos celulares do que os da escola pública. Esta diferença na

fruição também é resultado da maior frequência de conexão com a rede entre os jovens mais abastados.

Outro exemplo é a televisão. Este dispositivo também condiciona usos diferentes da música entre jovens de condições econômicas distintas. Enquanto os jovens com menor poder aquisitivo costumam ouvir música por meio de pen drives conectados à TV, devido à necessidade que eles têm de baixar a música para ouvi-la com maior frequência, a preferência entre os jovens mais abastados é ouvir música por meio da TV conectada à Internet ou de canais de TV só de música. Destaca-se que as TVs conectadas à Internet são mais comuns entre as residências com maior poder aquisitivo e que os canais de TV voltados para a música estão mais presentes nas TVs por assinatura, que por sua vez são mais comuns entre as classes econômicas mais ricas da população (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2016).

Tabela 05: Aparelhos utilizados para ouvir música entre estudantes da área urbana e área rural

Aparelhos	Urbano	%	Rural	%
Celular	139	93,9%	19	90,4%
Notebook	80	54%	8	38%
TV conectada à Internet	43	29%	3	14,2%
Programas de TV	25	16,8%	5	23,8%
Canais de TV só de música	24	16,2%	3	14,2%
Pen drive conectado à TV	36	24,3%	7	33,3%
CD Player	21	14,1%	5	23,8%
Estações de rádio no aparelho de som	40	27%	9	42,8%
Estações de rádio na Internet	20	13,5%	3	14,2%
Pen drive conectado ao aparelho de som	62	41,8%	13	61,9%
Computador de mesa	33	22,2%	2	9,5%
Tablet	14	9,4%	----	----
MP3 Player	13	8,7%	2	9,5%
Não ouve	-----	-----	1	4,7%
Total	148	100%	21	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Os jovens do meio urbano costumam ouvir mais música em celulares, notebooks, televisões conectadas à Internet e computadores de mesa do que os jovens do meio rural. Não há grande diferença na audição de estações de rádio por meio da Internet e Canais de TV voltados para a música. Há uma tendência maior entre os jovens do meio rural de ouvir música por meio de programas de TV ou pen drives conectados à TV e ao aparelho de som, CDs players e rádio por meio de aparelhos de som. Estes dados demonstram que os jovens moradores da área rural costumam utilizar mais os aparelhos tradicionais – como o rádio e a TV – para ouvir música. Nota-se a preferência destes jovens por programas de rádio e TV voltados à fruição musical. Entretanto, eles também adaptam estes aparelhos ao uso de novos dispositivos, como pen drives. Os jovens do meio rural utilizam mais pen drives com música do que os do meio urbano, isso ocorre porque os estudantes da área rural ouvem mais músicas baixadas do que os do meio urbano, que preferem ouvi-las online.

Em relação à idade, os jovens mais novos – 14 a 17 anos – utilizam mais a Internet e os dispositivos digitais do que os mais velhos – 18 a 22 anos. Possivelmente estes dados também estão relacionados ao fator geracional, em concordância com os dados referentes à leitura de livros por jovens de faixas etárias diferentes. Ou seja, apesar dos poucos anos de diferença entre os jovens mais novos e mais velhos, os primeiros possuem mais facilidade de usufruir da música na rede do que os jovens que estão quase entrando na vida adulta, devido ao maior tempo de convivência com os dispositivos digitais e com a Internet.

Sobre o gênero, nota-se que as moças costumam ouvir mais música, em mais locais, aparelhos e com frequência maior do que os rapazes.

Resumidamente, a parcela dos jovens que efetivamente possuem mais possibilidades e facilidades de acesso à música no ciberespaço são aqueles que moram no meio urbano, com renda maior e com idade menor. Contudo, os jovens que de fato ouvem mais música por meio da rede – as músicas baixadas estão inclusas aqui – são aqueles com renda menor, residentes no meio rural e com idade menor. Portanto, embora os jovens pobres e aqueles residentes do meio rural encontrem mais barreiras nas formas de fruição musical no ciberespaço, eles desenvolvem mecanismos para superar estas dificuldades. É justamente nestas soluções encontradas pelos jovens para usufruir dos bens culturais – a qual o uso de pen drives é a mais clara – que a agência destes indivíduos se manifesta.

Como percebemos, embora as discrepâncias no acesso à música estejam sendo minimizadas pela infinidade de aparelhos digitais que os jovens de diferentes condições socioeconômicas possuem, elas existem. Assim como no caso dos livros, a principal diferença na fruição musical encontra-se nas possibilidades de acesso e não no gosto. Conforme Seren

O fator econômico se revela distintivo no processo de acesso e armazenamento do repertório, mas não é traduzido em diferenças qualitativas do gosto musical, impondo a necessidade de reflexões sobre a apropriação cultural (SEREN, 2011, p.12).

Tal como na fruição de livros, percebemos que há uma apreciação maior por parte dos jovens de músicas voltadas ao público juvenil. A preferência de estilos musicais entre os estudantes de Realeza gira em torno do *rhythm and blues* (R&B), rock nacional e internacional, punk rock, hard rock, blues, rap e pop (principalmente internacionais). Alguns jovens também gostam de sertanejo universitário, pagode, funk e música clássica.

Quando questionados sobre o gosto por música clássica, ambos os estudantes entrevistados que afirmaram ouvir este estilo musical disseram desenvolver o gosto por este tipo de música fora do ambiente familiar. A jovem da escola particular afirmou ter “contato pesquisando na Internet, sem influência de ninguém”. O estudante da escola pública disse ter começado a gostar deste estilo musical na infância e que entrou em contato com a música clássica por meio das aulas de teclado, onde via os colegas tocando música clássica no piano e também no teclado. Ainda segundo o jovem, depois que começou a ter acesso à Internet passou a ouvir música erudita todos os dias.

Deste modo, percebemos que em Realeza, o acesso à música séria (ADORNO, 1986) por jovens de contextos socioeconômicos distintos têm menos relação com a educação familiar e mais com o acesso a este bem por outros meios, no caso a Internet e as aulas de teclado. Portanto, não podemos concluir que, como pensava Bourdieu (1983), os jovens de classes distintas em Realeza possuem relações diferentes com a música erudita – um bem simbólico considerado legítimo – devido ao seu estilo de vida ou *habitus* de classe.

A utilização de fones de ouvido é prática comum entre os jovens. Todos os estudantes entrevistados afirmaram utilizar fones. Contudo, enquanto uns afirmaram

ouvir música somente com fones devido à privacidade que este dispositivo proporciona, outros preferem escutar música sem o fone, utilizando-o somente quando estão fora de casa ou quando há mais pessoas no mesmo local fazendo outras atividades. Seren (2011, p.93) chama esta prática de “individualização do ato de escutar” e salienta que ela surgiu juntamente com o *Walkman*, estando relacionada à portabilidade dos aparelhos. Os jovens possuem aparelhos portáteis e individuais para ouvir música, de modo que a individualização da escuta é prática cada vez mais comum entre eles. Entretanto, eles não ouvem música somente individualmente, optando por outras formas de escuta de acordo com o ambiente e o contexto em que estão no momento.

De modo geral os jovens costumam ouvir música em seu tempo livre, enquanto fazem os serviços domésticos, jogam jogos online, conversam com os amigos (fisicamente e pelas redes sociais), viajam, na rua enquanto caminham, em festas ou jantas, na escola quando não estão em aula ou nas aulas de educação-física em que não praticam exercícios, fazendo as refeições e na academia. Os mais assíduos ouvem música até mesmo enquanto estudam ou dormem. De acordo com os dados quantitativos 61,5% dos jovens ouvem música todo dia, 24,2% de 3 a 6 dias por semana e apenas 12,4% menos do que 3 dias por semana.

A intensidade ou o modo como ouvem música é muito relativo a cada indivíduo. Alguns jovens ouvem música indo de um lugar a outro somente se a viagem for muito longa, enquanto outros fazem a mesma prática diariamente, indo à escola, à casa de amigos ou à academia. Enquanto alguns estudantes conseguem conciliar a fruição musical com inúmeras atividades, outros param tudo o que estão fazendo durante algumas horas diariamente ou semanalmente somente para ouvir música.

Pode-se perceber duas tendências distintas na fruição musical por meio de computadores (*desktop* e *notebook*) e celulares: a tendência de baixar músicas no celular é maior do que no computador, porque nem todos os aplicativos dos *smartPhones* reproduzem músicas online. No computador a preferência é ouvir música online por meio de sites.

O site mais citado para ouvir música no computador é o Youtube. Alguns jovens declararam gostar do Youtube pela possibilidade de assistir os vídeos e ler as letras ao mesmo tempo em que ouvem a música. Se Morin (1973) já sinalizava para a multidimensionalidade da canção ao conciliar fala, música, dança e espetáculo, hoje em dia pode-se acrescentar mais uma dimensão à canção: a escrita. Ao desenvolver a escrita nos vídeos musicais, cria-se a possibilidade de traduzir as letras estrangeiras. Nada mais

justo em um tempo onde o fluxo de bens culturais acontece internacionalmente do que compreender o que “dizem” os produtos desenvolvidos em outras línguas.

A tradução escrita de vídeos certamente se aplica a uma parcela dos filmes e seriados que os jovens tanto assistem, entre os quais estão Harry Potter, Supernatural, The Walking Dead, The Vampire Diaries, ou os que desejam assistir: Animais fantásticos e onde habitam.

Se levarmos em consideração as entrevistas dos jovens, vamos perceber que a preferência musical gira em torno da música norte-americana. Deste modo, os símbolos, comportamentos e bens culturais relacionados à cultura juvenil desenvolvida nos EUA a partir da metade do século XX (KEHL, 2004) persistem – e talvez até se intensifiquem – após o desenvolvimento da cibercultura. Além da música, isso pode ser notado nos livros que são lidos, boa parte escritos por autores norte-americanos (G.R.R Martin, Charles Bukowski, Nicholas Sparks, Dan Brown, Gayle Forman, Jennifer Niven e Rick Riordan), britânicos (Sir Arthur Conan Doyle, J. K. Rowling), irlandesa (Cecelia Ahern) e francês (Frédéric Bastiat). Os filmes e seriados também são de origem norte-americana, ou britânico-americana.

O aplicativo mais utilizado para ouvir música pelo *smarthPhone* é o Spotify e o site mais comum é o Youtube. Contudo, há uma diversidade de aplicativos que podem ser utilizados com essa finalidade. Geralmente, os celulares vêm de fábrica com estes programas. Na tabela abaixo, estão alguns dos programas e aplicativos mais utilizados pelos jovens para ouvir música em seus aparelhos digitais.

Tabela 06: Aplicativos e programas utilizados para ouvir música

Aplicativos/programas	Frequência	%
Youtube	136	80,4%
Spotify	43	25,4%
Music	13	7,6%
Imusic	11	6,5%
Music Player	25	14,7%
Palco MP3	69	40,8%
Play Music	32	18,9%
Vagalume	34	20,1%
Letras.mus.br	22	13%

Itunes	18	10,6%
Outros	19	11,2%
Total	169	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

Entre os outros aplicativos citados pelos jovens para ouvir música estão o 4 shared, snaptube, hits and beats, atube catcher, sound cloud, songline, yout.com, ares MP3, torrent, e mabgine. Alguns destes programas são utilizados pelos jovens para baixar as músicas.

Há uma grande diversidade de sites para ouvir música online ou para baixá-las, ver os vídeos, ler as letras e as traduções musicais. Se compararmos os dados relacionados às escolas públicas e privadas e ao local de moradia, é possível perceber algumas preferências de acordo com estas variáveis.

Tabela 07: Aplicativos utilizados para ouvir música pelos alunos da rede particular e pública de ensino

Aplicativos/programas	Particular	%	Pública	%
Youtube	30	100%	106	76,2%
Spotify	22	73,3%	21	15,1%
Music	1	3,3%	12	8,6%
Imusic	4	13,3%	7	5%
Music Player	1	3,3%	24	17,2%
Palco MP3	----	---	69	49,6%
Play Music	2	6,6%	30	21,5%
Vagalume	5	16,6%	29	20,8%
Letras.mus.br	5	16,6%	17	12,2%
Itunes	8	26,6%	10	7,1%
Outros	3	10%	16	11,5%
Total	30	100%	139	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

As diferenças mais marcantes em relação ao uso de programas e aplicativos entre jovens da rede pública e particular de ensino estão na utilização do Youtube,

Spotify e Palco MP3. Embora o Youtube seja o site mais comum entre todos os jovens, os jovens com renda maior o utilizam mais devido à maior possibilidade de conexão que eles possuem. O mesmo vale para o Spotify.

O Spotify é um programa que pode ser usado por meio de *smartPhones* ou computadores, ele possibilita ao usuário que está conectado à rede procurar por artistas, faixas ou álbuns musicais, além de criar *playlists* ou ouvir as *playlists* prontas no próprio programa, de acordo com os gêneros musicais. Entretanto, para ter acesso ao Spotify gratuito é necessário estar conectado à rede. Há também a alternativa de usar o Spotify Premium. A maior diferença entre o Spotify gratuito e o Premium é que o Premium oferece ao usuário a possibilidade de fazer o *download* das faixas que deseja ouvir (as músicas ficam armazenadas no próprio aplicativo). Devido a isso, este programa é mais popular entre jovens com renda superior a 3 salários mínimos. A popularidade do programa cresce entre os jovens com renda maior. Os dois jovens entrevistados no colégio particular afirmaram usar o Spotify Premium, enquanto todos os jovens da rede pública que declararam utilizar o Spotify, usam a versão gratuita.

Já o Palco MP3 – que pode estar em formato de site ou ser utilizado como aplicativo – é usado por uma parte considerável dos estudantes da rede pública, à medida que nenhum jovem da rede particular declarou utilizá-lo. Uma possível explicação para isso é que enquanto os jovens da escola particular têm condições financeiras para pagar o Spotify Premium e por isso o usam mais, os estudantes da rede pública encontraram como alternativa mais viável utilizar o Palco MP3 que é gratuito e onde também é possível fazer o *download* das faixas musicais além de ouvi-las online.

Alguns jovens afirmaram baixar músicas para ouvir no celular, outros disseram que só baixam nos casos em que precisam levar a música em algum lugar, por meio de pen drives. Nenhum jovem entrevistado afirmou utilizar CDs. Uma estudante afirmou baixar somente músicas dos estilos musicais que ouve mais (MPB e rock) e utilizar o Youtube para ouvir os demais tipos de música. Outro jovem faz apenas o *download* das músicas que não encontra disponível online na rede.

A quantidade de jovens que ouvem música online (65%) e que fazem *download* (68%) não sofre grandes variações, sendo que alguns optam pelas duas práticas. Entretanto, há uma tendência maior entre jovens da rede privada de ouvir músicas online, esta tendência aumenta conforme a renda é maior. Já entre os alunos de escolas públicas a prática mais comum é baixar as músicas. O hábito de fazer *download* de

arquivos musicais é maior entre as classes mais baixas e diminui entre as classes mais abastadas. O CD é utilizado por apenas 13% dos jovens.

Os jovens do meio urbano utilizam com maior frequência o Youtube, Spotify e Itunes do que os da área rural. Não há diferenças significativas entre o uso de aplicativos que já vem no celular (Music, Imusic, Music Player e Play Music) e de sites para ver as letras e traduções musicais (Vagalume e Letras.mus.br) de acordo com o local de moradia. Entretanto, a quantidade de jovens da área rural que têm o acesso aos arquivos musicais por meio do Palco MP3 (76,1%) é significativamente superior aos estudantes do meio urbano (35,8%) que utilizam o mesmo site/aplicativo. Embora não saibamos a razão desta diferença é clara a percepção de que há um *habitus* presente no meio rural e urbano condicionando a escolha por determinados aplicativos ou sites. É possível que no meio rural grande parte dos jovens optem por utilizar o Palco MP3 devido à sugestão de colegas que usam o mesmo site/aplicativo.

O modo de ouvir música – online ou baixada – condiciona distintas formas de fruição. Embora os jovens não falem sobre isso, sabemos que aqueles que ouvem mais músicas por meio de dispositivos online têm um rol de arquivos infinitamente maior à sua disposição do que aqueles que ouvem apenas músicas baixadas devido à conexão limitada com a Internet. Entre os que ouvem mais músicas online, também é possível desenvolver outros tipos de fruição no momento em que estão ouvindo a música, ou seja, podem procurar a letra ou tradução, procurar mais canções da banda que está tocando a música em questão, além de outras atividades. Portanto, aqueles que ouvem mais músicas baixadas têm uma fruição musical bastante limitada se compararmos aos que possuem mais conexão com a rede e costumam ouvir músicas online.

A maioria dos estudantes entrevistados não possui o hábito de ouvir rádios online. Um jovem declarou ouvir rádios online só nos casos em que deseja acompanhar algum jogo de futebol que não está passando na TV. Outro estudante disse que ouve a Kiss FM quando está jogando no computador. Uma jovem afirmou ouvir a Jovem Pan enquanto faz os serviços domésticos e outra disse ouvir a Aquarela – rádio da própria cidade – e também a Jovem Pan pela rede, esporadicamente.

Alguns jovens costumam compartilhar arquivos musicais via alguma rede social, outros nunca o fazem. Os estudantes que usualmente compartilham músicas via rede social, geralmente o fazem pelo Snapchat, Facebook e WhatsApp. Os arquivos são mais compartilhados em forma de vídeos do Youtube ou gravados pelos próprios estudantes, mas os jovens afirmaram compartilhar também o link e nome da música ou o próprio

áudio. Além disso, muitos jovens compartilham frases ou letras de músicas em formato de foto nas redes sociais. Uma jovem disse não compartilhar arquivos musicais porque não possui o mesmo gosto musical dos amigos, entretanto recebe bastante música via rede social. Outra estudante afirmou compartilhar somente os vídeos dos amigos que são músicos para ajudar a expandir o trabalho deles. Além de compartilhar arquivos musicais, os jovens também usam as redes sociais para curtir ou seguir páginas relacionadas à música.

Devido à portabilidade e individualidade dos dispositivos para ouvir música, além da existência do fone de ouvido, que possibilita aos jovens ouvir música em qualquer local sem atrapalhar ninguém e sem ser atrapalhado – se um indivíduo está com fones de ouvido pressupõe-se que ele não deseja se comunicar com os demais no momento da audição musical – a quantidade de locais onde os jovens ouvem músicas é diversificada.

Tabela 08: Locais em que os jovens costumam ouvir músicas

Local	Frequência	%
Casa	166	98,2%
Escola	37	21,8%
Rua	64	37,8%
Amigos	99	58,5%
Trabalho	23	13,6%
Parentes	76	44,9%
Transportes	73	43,1%
Estabelecimentos comerciais	41	24,2%
Outros	2	1,1%
Total	169	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2016)

O local preferido pelos jovens para ouvir música é a casa, seguida pela casa de amigos e casa de parentes. O fato de ouvir música na casa dos amigos nos mostra que, apesar de utilizarem bastante os fones de ouvido, os jovens gostam também de socializar enquanto escutam músicas. A audição musical em deslocamento (rua e transporte) também é significativa e certamente é resultado da grande posse de celulares

pelos jovens, como apontam os dados da Pesquisa TIC Domicílios 2015. Outros locais foram citados pelos jovens como festas ou carros.

Quando comparados os dados dos alunos da escola pública e privada nota-se que os jovens de escolas públicas ouvem mais música na rua, nas escolas, em estabelecimentos comerciais e no trabalho do que os estudantes do colégio particular. Em contrapartida, os jovens da escola particular escutam mais música nos transportes. Não há distinções significativas entre a escuta musical em casa, na casa de amigos e de parentes entre jovens da rede pública e particular.

Em relação ao local de moradia, os jovens do meio rural ouvem música com mais frequência na casa de parentes e nos transportes. Possivelmente o fato de escutarem mais música nos transportes deve-se ao maior tempo que estes jovens passam no deslocamento de um local a outro. Em contrapartida, os jovens da área urbana ouvem mais música na rua, o que pode indicar que eles se deslocam mais a pé do que em transportes. No trabalho – demonstrando que estes jovens trabalham mais na presença de equipamentos digitais e da rede do que os jovens da área rural, que provavelmente dedicam-se mais ao trabalho agrícola – e em estabelecimentos comerciais, possivelmente devido à maior presença destes locais na área urbana. Não há grandes diferenças em relação às demais opções de locais.

O consumo musical na era da Internet não se limita somente ao ato de ouvir música. A multiplicidade de formatos da canção, a junção de letras, vídeos e músicas em um só arquivo, a criação de páginas de artistas e bandas nas redes sociais possibilita uma infinidade de usos do bem simbólico que é a música.

Não podemos esquecer que a prática de instrumentos musicais também é uma forma de fruição musical. Duas jovens entrevistadas declararam tocar violão e um jovem disse praticar teclado. Algumas vezes os jovens reúnem-se justamente para tocar estes instrumentos ou para ouvir os colegas tocar. No momento da pesquisa de campo, percebi a presença de um violão com uma das alunas entrevistadas no âmbito escolar, o que indica que possivelmente estes instrumentos são praticados no tempo livre ou em atividades culturais nas escolas.

Nem todos os jovens apreciam os bens simbólicos “distraidamente” (ADORNO, 1975). Uma jovem afirmou reservar duas horas diárias no momento em que está sozinha em casa para ler, em silêncio. Outro jovem disse parar tudo o que está fazendo quando deseja ouvir músicas, dedicando-se somente ao ato da escuta musical.

A escolha pelo modo – online ou baixado – de ouvir música, ler, assistir a vídeos, filmes e seriados ou em determinados dispositivos é fruto do contexto objetivo onde os jovens vivem, eles se adaptam às necessidades objetivas de sua classe. Foi possível perceber determinados *habitus* de condicionando as escolhas dos jovens – principalmente em relação à renda que está ligada à rede de ensino e local de moradia – ainda que algumas vezes não conseguimos identificar as origens deste *habitus*.

Entretanto, apesar da condição socioeconômica influenciar na escolha de que modos ou por quais aparelhos os jovens vão usufruir dos bens culturais, a relação que estes sujeitos mantêm com os referidos bens é única e individual. Percebemos isso por meio dos depoimentos, onde alguns fazem várias atividades ao mesmo tempo, enquanto outros reservam um tempo apenas para a realização de determinada prática. Onde alguns preferem utilizar fones, enquanto outros gostam mais de ouvir músicas coletivamente. Portanto, embora sejam nítidos os condicionamentos oriundos das condições objetivas de existência, percebemos também que a partir da popularização dos bens culturais via Internet, o leque de possibilidades de fruição cultural aumentou ainda mais, sendo determinada, principalmente, pela subjetividade de cada um.

4.3.6 Usos na escola

Embora a entrada com celular em todas as escolas seja permitida, o uso do aparelho e da rede é limitado, tanto pelos regulamentos quanto pela estrutura tecnológica escolar. Em todos os colégios é proibido utilizar o celular dentro da sala de aula, exceto em situações em que o professor autoriza, e estes momentos acontecem esporadicamente no cotidiano escolar.

O Colégio Estadual do Campo de Flor da Serra possui duas redes WiFi, sendo uma destinada ao uso dos professores e funcionários e outra aos alunos. A rede dos alunos fica disponível durante todo o turno escolar. As normas do colégio proíbem o uso dela em horário de aula, podendo ser utilizada apenas na hora do intervalo. Todavia, esta rede não é suficiente para o grande número de estudantes, e conseqüentemente apenas os que chegam primeiro na escola conseguem conectar seus aparelhos.

Esta escola controla o uso demasiado do WiFi mudando a senha da rede, fazendo com que os alunos demorem um pouco para descobrir a nova senha e passar para os colegas, retardando assim o processo de conexão com a Internet. Entretanto,

como afirma uma aluna “semana passada trocaram (a senha) daí meio que cortaram um pouco a nossa Internet né, mas daqui uns dias a gente descobre de novo”.

No colégio Flor da Serra há um laboratório de informática. Os estudantes entrevistados afirmaram que o ambiente é precário, não suportando mais do que seis computadores funcionando, porque estes são “antigos e lentos” e quando uma turma inteira vai usar eles travam. Deste modo, o laboratório é utilizado apenas por alunos que não possuem acesso a computadores ou Internet em casa. Nestes casos os professores autorizam que os alunos saiam da sala em horário de aula para realizar os trabalhos.

Devido à falta de estrutura no laboratório, as pesquisas com auxílio dos novos aparelhos digitais e da Internet ou apresentações de trabalho geralmente são feitas em sala de aula. Para pesquisar os alunos se juntam em grupos e utilizam os aparelhos que conseguiram se conectar a rede e para apresentar trazem seus notebooks ou tablets de casa. De acordo com uma estudante tais pesquisas acontecem esporadicamente, pois os trabalhos com auxílio dos aparelhos digitais causam tumulto nas salas, visto que alguns alunos não usam para estudar e acabam fazendo outras coisas na hora do trabalho.

O Colégio Estadual João Paulo II possui WiFi livre. A rede fica disponível apenas antes e depois da aula e na hora do intervalo, em horário de aula o roteador é desligado. Este colégio possui laboratório de informática com computadores “bons e novos”, deste modo quando precisam pesquisar com auxílio dos novos aparelhos e da Internet os alunos geralmente vão ao laboratório, utilizando os computadores em duplas.

Nas raras vezes em que usam os celulares para pesquisar em sala de aula, a diretora do colégio manda bilhetes avisando os pais que os aparelhos serão utilizados com essa finalidade. Contudo esta prática não é recorrente, pois como o WiFi dos alunos é livre, se o roteador é ligado para uma turma pesquisar todas as outras também têm acesso, o que acaba atrapalhando a aula nas demais salas.

O Colégio Estadual Doze de Novembro também possui uma rede WiFi para os professores e outra para os alunos. A escola disponibiliza WiFi livre para os estudantes antes do início, no intervalo e após o final da aula. Todavia, devido à grande quantidade de alunos nem todos conseguem se conectar. A utilização de celulares em sala de aula sem autorização do professor é proibida.

O colégio possui um laboratório de informática e alguns computadores na biblioteca. Segundo os alunos o laboratório é razoável, mas só é utilizado quando alguns jovens que não possuem Internet ou computador em casa precisam realizar trabalhos. Nestes casos os alunos podem ir à escola no período contrário ao seu horário de aula

para pesquisar. Quando toda a turma precisa utilizar aparelhos digitais para procurar algum assunto eles fazem grupos e ficam em sala de aula, porque se todos forem ao laboratório os computadores provavelmente vão travar, além de alguns não funcionarem. Nestes momentos os alunos que não possuem celular são liberados para pesquisar no laboratório ou biblioteca. Embora em alguns casos os alunos possam levar notebooks e celulares para pesquisar ou apresentar trabalhos, tais situações dificilmente acontecem, pois eles não têm o hábito de estudar na escola com o auxílio das novas tecnologias.

No Colégio Real um dos estudantes entrevistados desconhecia a existência da rede WiFi destinada aos alunos. A outra aluna afirmou que a escola possui tal rede, mas que esta tem sinal muito fraco, só funciona em algumas áreas e quase ninguém tem a senha. A afirmação desta jovem justifica o desconhecimento por parte do outro estudante sobre a rede disponível aos alunos na escola. O uso do celular é permitido somente para fazer cálculos e na hora do intervalo, entretanto quem deseja se conectar precisa utilizar os dados móveis. Esta escola não possui laboratório de informática e nunca faz atividades com aparelhos digitais em sala de aula. Porém os alunos costumam fazer vários trabalhos com auxílio das novas tecnologias e da Internet em casa, tais trabalhos são enviados por e-mail para os estudantes.

O fato de a escola não possuir laboratório de informática nem utilizar a Internet e aparelhos digitais em sala de aula possivelmente ocorre porque todos os estudantes do colégio particular possuem acesso a estas tecnologias em casa, podendo realizar tais tarefas no âmbito doméstico. Nas escolas públicas uma parte dos alunos ainda não possui computadores ou Internet, o que inviabiliza a realização destes estudos em casa. Devido a isso as escolas estaduais disponibilizam o acesso a estes recursos tecnológicos na própria instituição.

O estado do Paraná possui a Lei Estadual nº 18.118/2014-PR que proíbe a utilização de equipamentos eletrônicos sem fins educacionais em todas as escolas de ensino fundamental e médio. Entretanto, nenhum dos colégios estudados proibiu a entrada destes equipamentos no âmbito escolar, eles apenas desenvolveram métodos para controlar o uso dos novos aparelhos digitais e da Internet na escola.

No caso do Colégio Flor da Serra, o método desenvolvido para diminuir o acesso à rede em horário escolar é trocar a senha do WiFi. Entretanto, nota-se que este método de controle é eficaz somente a curto prazo. Os colégios João Paulo II e Doze de Novembro regulam o uso da rede disponibilizando o acesso à Internet somente em

determinados horários em que os alunos não estão em aula. O Colégio Real não viabiliza o uso da rede para os alunos, apesar de ela existir. Nota-se que a própria falta de suporte tecnológico que proporcione conexão a tantos aparelhos em todas as escolas onde foi realizada a pesquisa de campo é uma maneira de controlar o uso dos aparelhos digitais e da Internet.

Apesar de as escolas públicas não proporcionarem uma grande quantidade de atividades com o auxílio das novas tecnologias e da Internet, elas fazem uso destes aparelhos esporadicamente. Diferentemente, o colégio particular não proporciona acesso à rede para pesquisar em horário escolar em nenhum momento.

Estas atitudes de controle ou rejeição ao uso das novas tecnologias em sala de aula demonstram que os profissionais da educação ainda não sabem como agir perante a grande quantidade de novos aparelhos digitais nas escolas. Por outro lado, o simples fato destes equipamentos estarem sendo permitidos no âmbito escolar – ainda que proibidos por lei – é uma grande conquista por parte dos jovens e demonstra a agência, tanto dos objetos quanto dos indivíduos, atuando na modificação das estruturas sociais.

De acordo com a teoria da agência desenvolvida por Garfinkel (1996) e Giddens (2003), constata-se que os estudantes possuem certo grau de autonomia dentro dos contextos escolares. As escolas em questão possuem regulamentos que determinam em quais horários e situações os aparelhos digitais podem ser utilizados. Os estudantes têm consciência destas regras, embora nem sempre as obedeçam.

Em concordância com a teoria desenvolvida por Giddens (2003) foi possível perceber a reflexividade da agência dos estudantes quando questionados se utilizavam os celulares em sala de aula mesmo sendo proibido e alguns afirmaram que sim. Um jovem afirmou que usa “só quando necessário”. Quando questionado que ocasiões seriam estas ele riu – sabendo que não era tão necessário assim – e afirmou que usa para mandar mensagens. Outra situação que será mencionada abaixo é o caso de “passar cola” de provas, também por meio dos celulares. Todos os estudantes demonstraram ter consciência sobre em quais situações podem ou não utilizar os aparelhos digitais, também sabem quais consequências seus atos podem ter, mas ainda assim eles agem e acordo com a escolha lhes parece apropriada no momento.

Os jovens entrevistados usam mais os novos aparelhos digitais e a rede para estudar fora do ambiente escolar. Oito entre os dez estudantes entrevistados utilizam a Internet para estudar em casa. Estes jovens usam os aparelhos digitais conectados à rede para pesquisar assuntos debatidos em sala de aula, responder atividades e montar slides.

Também olham sites como o Geekie Games, assistem vídeoaulas no Youtube e acompanham sites de notícias como o G1¹¹ e R7¹² para se manter atentos às reportagens e assuntos em voga a nível nacional. O hábito de acessar o Geekie Games e os sites de notícias é mais comum entre os estudantes do 3º e 4º ano, possivelmente porque ao final do ano eles irão fazer o Enem, o que requer conhecimento sobre os principais assuntos que viraram notícias no país.

Apenas uma estudante, da rede particular de ensino, afirmou acessar um site pago para estudar. O site chama-se Descomplica, e a finalidade é semelhante a um cursinho preparatório pré-vestibular onde é possível assistir aulas, resolver exercícios e escrever redações com um professor online para corrigi-las. Percebe-se aqui o surgimento de um novo modo de preparar-se para a entrada na universidade, possibilitado pelo desenvolvimento da cibercultura. Se em outra época os estudantes precisavam necessariamente se deslocar de suas casas até o local da aula, com horários pré-estabelecidos e compartilhando o ambiente de estudo com outros alunos, atualmente eles têm a possibilidade de realizar as mesmas atividades em casa, nos horários que preferirem e individualmente, por intermédio das tecnologias digitais e da Internet.

Todos os estudantes entrevistados afirmaram possuir um ou mais grupos relacionados à escola nas redes sociais. O mais comum é possuir grupos da sala no WhatsApp. Entretanto os jovens também fazem parte de grupos com amigos da escola, do Grêmio Estudantil ou de projetos como o Cine Sol. Outra rede social onde são formados grupos da sala é o Facebook. Uma estudante da escola particular também relatou a existência de um e-mail ao qual todos os colegas da turma possuem a senha e cuja finalidade é receber conteúdo escolar e trabalhos dos professores.

A formação e os usos destes grupos dependem muito de seus integrantes. De modo geral os grupos são compostos apenas pelos jovens possuindo no máximo um adulto. Nos grupos da sala os estudantes possuíam somente o professor regente da turma, a diretora no caso do grupo destinado a repassar informações da gincana organizada pelo Grêmio Estudantil e a professora que organizou o projeto no grupo do Cine Sol. Alguns estudantes fazem parte de dois grupos da turma, sendo um com os professores e outro sem.

¹¹ O site <http://g1.globo.com/> é um site de notícias da rede Globo de televisão. O G1 possui informações a nível regional e nacional sobre diversos temas, como economia, educação, música, política, ciência, tecnologia, natureza, entre outros.

¹² O R7 (<http://www.r7.com/>) é um site no mesmo estilo do G1, embora seja coordenado pela emissora Record.

Os grupos são comumente utilizados para mandar fotos dos horários de aula, do quadro nos casos em que nem todos conseguiram copiar o conteúdo ou do próprio caderno quando algum colega faltou na aula e para marcar encontros da turma. Também circulam avisos sobre a data de trabalhos e avaliações e fotos de quando a turma se reúne por lazer.

Dependendo do perfil da turma que compõe o grupo há mais ou menos conversa e troca de arquivos. Existem grupos da sala que possuem apenas a finalidade de trocar avisos escolares. Outros são mais utilizados para conversar sobre o cotidiano e compartilhar fotos e vídeos que não estão relacionados ao conteúdo escolar. Há grupos em que os alunos se ajudam na resolução de trabalhos ou explicam aos colegas o conteúdo que alguém não entendeu e mandam links de vídeoaulas para auxiliar no estudo.

O ato de estudar em grupos não fica mais limitado a presença dos estudantes em um mesmo lugar e tempo. Por meio da Internet os jovens conseguem se ajudar mutuamente na realização de tarefas escolares, a qualquer momento. Talvez possamos chamar isso de extensão da escola, uma vez que os colegas com os quais os estudantes dividem sua turma e seu aprendizado estão sempre “disponíveis” nestes grupos, desde que tenham acesso à rede.

Um fator que condiciona os diferentes usos destes grupos é a presença ou ausência de adultos. Segundo uma estudante que faz parte de um grupo com e outro sem professores, a diferença é que no grupo só de alunos a conversa e troca de conteúdos “é mais liberada”. Deste modo, os grupos em que os professores fazem parte são mais utilizados para avisar a data e nota de trabalhos e provas e divulgar avisos escolares. Nos grupos compostos somente por estudantes, há troca de fotografias dos trabalhos já respondidos, a fim de passar as respostas para os demais e até mesmo das provas que estão fazendo, em tempo real. Com certeza este fato não é recorrente, porque somente um estudante falou de “passar cola pelo celular”.

Tal como as formas de estudar, ler, ouvir música ou assistir a vídeos, o ato de passar cola existe há muito tempo, mas agora modifica-se. Há uma reconfiguração em todas estas práticas, resultantes das novas possibilidades que surgiram juntamente com as NTIC.

De acordo com a pesquisa realizada por Martín-Barbero (2008) sobre o uso da Internet entre jovens em Guadalajara, no México, em nossa pesquisa percebemos que o uso das tecnologias e da Internet em ambiente escolar é mais restrito do que nos outros

locais. Segundo Martín-Barbero (2008) isso acontece porque o uso da Internet na escola é voltada para a realização de trabalhos e estudos, limitando outros usos como “navegar” na rede e jogar.

Entretanto, nesta pesquisa constatou-se que a grande quantidade de *smartPhones* em posse dos jovens proporcionou a eles a possibilidade de “navegar” na rede de acordo com o que eles desejam fazer na Internet, e não somente conforme as atividades que a escola quer que eles realizem com o auxílio da rede. A diferença crucial entre esta pesquisa realizada em 2016 e a de Martín-Barbero que foi feita em 2008, encontra-se na *posse* dos equipamentos digitais. Quando Martín-Barbero realizou sua pesquisa, os equipamentos que possibilitavam o acesso à Internet nas escolas estavam em posse dos próprios colégios. Atualmente, boa parte destes aparelhos– os *smartPhones* – estão em posse dos próprios estudantes, fato que lhes garantiu maior liberdade na escolha do “que fazer” com estes equipamentos e com a rede em ambiente escolar.

Contudo, os próprios estudantes possuem regras ou preferências de uso dos dispositivos digitais e da Internet no ambiente escolar. Estas regras muitas vezes são subentendidas e estão condicionadas pela percepção que eles têm sobre a própria realidade. Por exemplo, quando estão na companhia dos amigos, eles deixam de lado as redes sociais, preferindo a companhia física dos mesmos, além de ouvir música e tirar fotos coletivamente.

Para finalizar a discussão sobre o uso de aparelhos digitais e da Internet em ambiente escolar, é essencial compreender que há uma explicação plausível para a resistência por parte das escolas aos novos aparelhos digitais (RIBEIRO JUNIOR, 2008). Quando falamos em resistência não estamos dizendo que as escolas proíbem o uso destes aparelhos, mas que elas encontram mecanismos para diminuir ou controlar o acesso aos mesmos, ou que ainda evitam utilizá-los no cotidiano escolar. Conforme Ribeiro Junior (2008) o motivo pelo qual nós resistimos às transformações é porque elas desestabilizam as estruturas às quais nós já estamos adaptados. Isso causa uma necessidade de adaptação aos novos padrões sociais emergentes, o que exige de nós um esforço de adequação a estas mudanças.

Devemos lembrar ainda que o fato de os bens culturais estarem disponíveis na rede em grandes quantidades favorece o aparecimento de novos modelos de comunicação educativa. Portanto, é necessário perceber a potencialidade pedagógica dos aparelhos digitais e da Internet no processo educativo dos jovens, (GIDDENS, 1994 apud SETTON, 2002). Esta potencialidade foi percebida pela professora de filosofia

que elaborou o projeto voltado para a fruição cinematográfica entre os estudantes, com viés educativo. A partir dos depoimentos dos alunos conclui-se que os professores já perceberam a potencialidade educativa das NTIC e da rede. Entretanto, ainda estamos passando por um processo de mudança onde os profissionais da educação estão aprendendo a utilizar a tecnologia digital ao seu favor no ambiente escolar.

4.3.7 Atividades realizadas fora da rede: entre obrigações e utilização do tempo livre

Apesar de os aparelhos digitais e da Internet estar ocupando boa parte das práticas diárias dos indivíduos atualmente, eles não vivem conectados à rede todas as horas do dia – ainda que seus *smartPhones* os acompanhem em praticamente todos os momentos. Outras atividades também são desenvolvidas pelos jovens cotidianamente, sem o auxílio da Internet. Estas atividades estão relacionadas à prática de esportes, à socialização com os amigos – que é ponto fundamental na construção da identidade juvenil – e também à fruição de bens culturais.

De acordo com os jovens entrevistados, quando estão sem Internet dedicam seu tempo à realização de tarefas como serviços domésticos, trabalhos escolares, cursos de idioma e prática de algum instrumento musical. Também há aqueles que já possuem emprego e dedicam parte de seu dia a trabalhar.

No tempo livre, o comum entre eles é sair com os amigos para conversar, tocar violão ou teclado, assistir TV, ouvir música, jogar videogame, fazer caminhadas, jogar sinuca, ir a estabelecimentos comerciais, frequentar cerimônias religiosas, visitar parentes, ir a parques ou descansar. Alguns jovens fazem atividades físicas em academias ou praticam esportes como muaythai, futsal, futebol e vôlei.

Entretanto, boa parte do tempo livre dos jovens é dedicado à fruição de bens culturais, mesmo que fora da rede. Segundo as entrevistas, alguns estudantes utilizam seu tempo livre lendo livros, assistindo televisão, filmes ou séries, ouvindo música e tocando instrumentos musicais como violão ou teclado. A frequência a cinemas é restrita aos alunos que têm condições de sair de Realeza para assistir filmes.

Por meio das entrevistas, percebeu-se que os jovens têm dificuldade de elencar as atividades que fazem sem o auxílio da rede. Muitas das práticas que eles disseram realizar com aparelhos digitais e com acesso à Internet eles também declararam realizar sem a rede. Esta dificuldade em diferenciar as atividades realizadas com e sem

aparelhos digitais e Internet é resultado justamente da agência dos objetos, os indivíduos nem sequer percebem quando estão utilizando os dispositivos digitais e quando não estão. Enquanto isso, a presença destes equipamentos aumenta entre eles diariamente – como é possível perceber na Pesquisa TIC Domicílios 2015.

Portanto, se na época em que as pessoas passaram a conviver com os produtos da indústria cultural – ainda sem a presença da Internet – o tempo que elas dedicavam a estes bens já era grande, a partir do momento em que os dispositivos digitais e a Internet se popularizaram, o tempo dedicado à fruição de bens culturais passa a ser significativamente maior. Este tempo de fruição cultural aumenta ainda mais entre os jovens, que possuem bastante tempo livre, estando liberados de parte das responsabilidades que tomam tempo na vida adulta. Isso não quer dizer que os sujeitos realizam somente atividades com os equipamentos digitais ou a Internet, mas que estes dispositivos estão convivendo com as demais atividades diárias. Em contrapartida, muitas atividades estão, de fato, sendo deixadas de lado em prol do uso destes equipamentos e da rede.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta pesquisa identificamos algumas ressignificações da indústria cultural existente anteriormente a Internet mediante o surgimento e expansão desta rede. Atualmente o ciberespaço é um cenário que ocupa lugar de destaque na produção, divulgação, cópia e circulação dos bens simbólicos.

Embora este trabalho tenha muitas limitações, algumas descobertas relevantes foram feitas. A partir da existência de uma rede conectada mundialmente, percebemos que a pluralidade de produtos culturais acessíveis à população tem se intensificado. Portanto, quanto mais cresce o alcance das NTICs, maior é a presença de bens simbólicos entre os indivíduos e em especial, entre a parcela jovem da população.

Sabemos que o período marcado pela juventude é um momento crucial para que os sujeitos construam sua identidade. Esta identidade geralmente é elaborada mediante a socialização entre os grupos juvenis e têm como base os bens, imagens e comportamentos que são divulgados pela indústria de produtos culturais como juvenis (KEHL, 2004; WEISHEIMER, 2013). Atualmente, grande parte da socialização e elaboração das identidades juvenis acontece no meio virtual, por meio das redes sociais. Embora no projeto inicial desta pesquisa não tivéssemos a proposta de estudar com densidade as redes sociais, ao longo da conversa com os jovens notou-se que elas são uma ferramenta primordial na socialização juvenil e na divulgação de produtos culturais entre eles.

Neste cenário, os meios de comunicação tradicionais da indústria cultural pré-Internet, como o rádio e a televisão estão perdendo espaço para os dispositivos digitais conectados à rede que além de outros serviços também exercem as funções outrora desempenhadas apenas pelo rádio e pela TV. Sendo assim, nenhum jovem entrevistado, por exemplo, falou em assistir a novelas, enquanto todos os entrevistados disseram assistir a filmes, séries ou vídeos no ciberespaço.

Outro ponto importante é que se num primeiro momento da existência do mercado de bens culturais, os indivíduos eram condicionados a comprar apenas os produtos que estavam ao seu entorno de forma física, agora há a possibilidade – ainda que limitada pelo capital escolar e cultural dos sujeitos (BOURDIEU, 1983) – de entrar em contato com os bens simbólicos produzidos em todas as partes do mundo. O leque de escolha de produtos culturais aumentou a um nível que nem sequer é possível imaginar a quantidade de bens disponíveis na rede. E mais, os próprios consumidores,

outrora considerados passivos perante esta indústria por muitos autores, agora podem inclusive produzir bens e divulgá-los na rede. Embora haja esta possibilidade, entre os jovens de Realeza as únicas produções culturais que são publicadas nas redes são fotos e vídeos.

A Internet é uma ferramenta excelente para aumentar ainda mais o alcance dos bens produzidos industrialmente. É o caso dos livros, filmes e músicas citados pelos jovens. Entretanto, é fato que as grandes empresas do ramo cultural perderam o monopólio sobre a produção e difusão de bens simbólicos e, além disso, estão tendo que dividir espaço com os bens que circulam na rede ilegalmente, ou seja, que são “pirateados”. A música é um exemplo disso, a maior parte dos arquivos musicais baixados da rede pelos jovens são “piratas” uma vez que nenhum jovem declarou pagar para fazer o *download* dos mesmos.

Como nos apontavam Kehl (2004) e Weisheimer (2013) sobre a construção da indústria cultural voltada para os jovens, de fato esta parcela da população tem o hábito de usufruir de bens simbólicos produzidos para eles. Outro dado importante é que a preferência pelos produtos culturais produzidos nos Estados Unidos da América é grande entre os jovens, demonstrando que a indústria norte-americana, pioneira na produção de um mercado cultural voltado para os jovens, continua exercendo grande influencia no consumo cultural juvenil. Nota-se isso no tipo de literatura, séries, filmes e músicas que os jovens usufruem.

Ao longo da pesquisa percebemos que os jovens, que foram os pioneiros na popularização da Internet continuam na linha de frente do uso do ciberespaço. Esta diferença é marcante até mesmo entre os jovens mais novos – de 14 a 17 anos – e os mais velhos – de 18 a 22 anos. Pois os primeiros conseguem usufruir de mais bens culturais e por maior tempo nos aparelhos digitais do que os jovens mais velhos. Como já foi salientado, possivelmente isso acontece porque a parcela mais nova da juventude conviveu mais com tais dispositivos e com a rede.

Em relação ao modo de acesso e fruição dos bens culturais, de fato, percebemos significativas diferenças socioeconômicas – principalmente relacionadas ao local de moradia e à renda, que por sua vez está atrelada ao tipo de rede de ensino (pública ou particular) que os jovens estudam. Deste modo tanto os *habitus* quanto o estilo de vida das diferentes classes sociais da qual os jovens fazem parte dão origem a diferentes usos dos aparelhos, da rede e dos bens simbólicos (BOURDIEU, 1983).

Como nos apontava Seren (2011) estas diferenças socioeconômicas irão influenciar mais na forma de acesso e de posse do que no gosto por determinados bens. As preferências no modo de fruição são claramente delineadas de acordo com as condições objetivas de existência (1983) de cada jovem. Percebemos isso em relação aos tipos e quantidades de aparelhos que jovens de diferentes classes sociais possuem, bem como na preferência por determinados modos de ler, assistir e ouvir música.

O fato de alguns jovens morarem no interior ou de terem rendas menores do que outros reproduz alguns aspectos da exclusão social. Os jovens rurais e mais pobres são os que menos conseguem usufruir das NTICs, da rede e dos benefícios que ela proporciona em relação aos bens culturais. Em contrapartida, algumas melhorias são vistas, como a diminuição na diferença de posse de equipamentos entre as diferentes classes sociais e o local de moradia. As diferenças de gênero também têm diminuído, tendo em vista que rapazes e moças possuem quase o número de aparelhos digitais e frequência de acesso, as principais distinções em relação ao gênero estão relacionadas às atividades realizadas na rede, por exemplo, as moças lêem com mais frequência enquanto os rapazes jogam mais jogos online.

Sabemos que o acesso às universidades pelas classes baixas aumentou significativamente nos últimos anos. Esta pesquisa possibilitou concluir que a Internet e as novas tecnologias são fundamentais na hora de estudar para ingressar nos cursos de graduação – seja por meio do Enem ou de vestibulares.

Por fim, entendemos que apesar de existirem diferenças de posse, fruição e acesso em relação aos aparelhos digitais e aos bens simbólicos, percebemos também que há similaridades características da chamada “cultura juvenil”. Entretanto, apesar destas similaridades, como afirmava a corrente classista (PAIS, 1990) e a teoria desenvolvida por Bourdieu (1983; 1997; 2004) cada indivíduo irá experimentar e desenvolver sua experiência no mundo de acordo com sua classe e contexto social.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Condição juvenil no Brasil contemporâneo**. In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (Orgs.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2005.

ADORNO, Theodor W.; **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. 4.ed. São Paulo: Nacional, 1978. [p. 92 – 99].

ADORNO, Theodor W.; **O fetichismo na música e a regressão da audição**. In: **Os Pensadores: Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas**. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1975. [p.173-199].

ADORNO, Theodor W.; **Sobre música popular**. In: COHN, Gabriel (org.). **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1986. [p.115-146].

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **O iluminismo como mistificação das massas**. In: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução**. In: **Os Pensadores: Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas**. São Paulo: Abril S.A. Cultural e Industrial, 1975. [p.9-34].

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Das regras às estratégias**. In: **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004. p.77-95.

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. In: ORTIZ, Renato (Org.) **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 46-81.

BOURDIEU, Pierre. **É possível um ato desinteressado?** In: **Razões Práticas**. Campinas: Papirus, 1997. p.137-156

BRENNER, A. K.; DAYRELL, J.; CARRANO, P. **Culturas do lazer e do tempo livre dos jovens brasileiros**. In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (Orgs.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2005.

BRISKIEVICZ, M. **A organização territorial do sudoeste paranaense a partir da inserção dos migrantes**. *Sociedade e Território*, Natal, v. 22, nº 2, p. 19 - 36, jul./dez. 2010.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

CASA CIVIL DO GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ. **Lei 18118 - 24 de Junho de 2014**. Disponível em: <

<http://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/listarAtosAno.do?action=exibir&codAto=123359>> Acesso em: 13/05/2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Giselda da Silva. **Música, juventude e tecnologia: novas políticas de consumo na cibercultura**. Logos 26. Ano 14, p.58 – 69, 1º sem. 2007.

CATANI, A.M.; GILIOLI, R.S.P. **Culturas juvenis: múltiplos olhares**. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

COLÉGIO ESTADUAL DOZE DE NOVEMBRO, MÉDIO E PROFISSIONAL. **Projeto Político Pedagógico**. Realeza: Núcleo Regional de Educação de Francisco Beltrão, 2012.

COLÉGIO ESTADUAL JOÃO PAULO II - ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO. **Projeto Político Pedagógico**. Realeza: Núcleo Regional de Educação de Francisco Beltrão, 2011.

COLÉGIO ESTADUAL FLOR DA SERRA – ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO. **Projeto Político Pedagógico**. Realeza: Núcleo Regional de Educação de Francisco Beltrão, 2008.

COLÉGIO REAL EDUCAÇÃO INFANTIL, ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO. **Proposta Pedagógica da Educação Infantil, do Ensino Fundamental I e II e do Ensino Médio**. Realeza: Núcleo Regional de Educação de Francisco Beltrão, 2004.

COLÉGIO REAL. **Institucional**. Disponível em: <<http://colegioreal.com.br/institucional.aspx>>. Acesso em: 15/08/2017.

COMITÊ GESTOR DE INTERNET NO BRASIL. **Tic Domicílios 2015: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR: São Paulo, 2016.

COSTA, Jurandir Freire. **Perspectivas da juventude na sociedade de mercado**. In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Orgs). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2004.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. **Significado de Meme**. Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/meme>> Acesso em: 20-04-2017.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 7.ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

ESCOBAR, Arturo. **Bienvenidos a cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura**. Revista de Estudios sociales. n.22, p.15-35. dec. 2005.

FOLHA DE S. PAULO. **Celular se torna principal meio de acesso à internet nos lares, diz IBGE**. Disponível em: <[://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1757972-celular-se-torna-principal-meio-de-acesso-a-internet-nos-lares-diz-ibge.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1757972-celular-se-torna-principal-meio-de-acesso-a-internet-nos-lares-diz-ibge.shtml)>. Acesso em: 06/04/2016.

FREIRE FILHO, J. **Retratos midiáticos da nova geração e a regulação do prazer juvenil**. In: FREIRE FILHO, J.; BORELLI, S.H.S. (Orgs). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008.

FRIGOTTO, Gaudêncio. **Juventude, trabalho e educação no Brasil: perplexidades, desafios e perspectivas**. In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Orgs). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2004.

GARFINKEL, H. **O que é etnometodologia?** Teoria e Cultura. V.4, Nº1 e 2, p.113-131, jan/dez 2009 Disponível em: <<https://teoriaecultura.ufjf.emnuvens.com.br/TeoriaeCultura/article/view/2035/1472>>. Acesso em 27/10/2015.

GIDDENS, Anthony. **Elementos da Teoria da Estruturação**. In: **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

GOHN, Daniel M. **A Tecnologia na música**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Campo Grande, XXI Congresso Brasileiro de Comunicação. p.1-13. set. 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/149801003222230945765212217541460451734.pdf>>. Acesso em: 23/03/2016.

GOMES, Paulo de Tarso. **Educar pessoas na sociedade midiática: a escola e seu lugar na sociedade da comunicação**. In: MORAIS, R.; NORONHA, O.M.; GROppo, L. A. (Orgs). **Sociedade e educação: estudos sociológicos e interdisciplinares**. Campinas, SP: Alínea, 2008.

GROppo, Luís Antonio. **Dialética das juventudes e educação**. In: MORAIS, R.; NORONHA, O.M.; GROppo, L. A. (Orgs). **Sociedade e educação: estudos sociológicos e interdisciplinares**. Campinas, SP: Alínea, 2008.

GROppo, Luís Antonio. **Condição juvenil e modelos contemporâneos de análise sociológica das juventudes**. In: SOUZA, J.T.P.; GROppo, L. (Orgs.). **Dilemas e contestações das juventudes no Brasil e no mundo**. Florianópolis, UFSC, 2011.

HOGGART, Richard. **As Utilizações da Cultura: Aspectos da Vida Cultural da Classe Trabalhadora** (vol. 2). Lisboa: Editorial Presença, 1973.

IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>>. Acesso em: 04/02/2016.

IBGE. **Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2015**. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2015/estimativa_dou_2015_20150915.pdf>. Acesso em: 23/03/2016.

IBGE. **Cidades: Realeza. População estimada em 2016.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=412140&search=||info%20-%20informa%20-%20completas>>. Acesso em: 16/08/2017

IPARDES. **Relação dos municípios do estado ordenados segundo as mesorregiões e as microrregiões geográficas do IBGE - Paraná – 2012.** Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/pdf/mapas/base_fisica/relacao_mun_micros_mesos_parana.pdf>. Acesso em: 23/03/2016.

IPARDES. **Caderno estatístico: Município de Realeza.** Realeza: 2016.

KEHL, Maria Rita. **A juventude como sintoma de cultura.** In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Orgs). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação.** São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2004.

KURTZ, João. **O que é Snapchat?** Publicado em 29/02/2016. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2016/02/o-que-e-snapchat.html>>. Acesso em: 15/06/2017.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 7.ed. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LEMOS, André. **O que é cibercultura? Trecho do debate “Educar na Cultura Digital” – Bienal de São Paulo – 2010. 5’54”** Publicado em 30/11/10. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hCFXsKeIs0w>>. Acesso em: 10/02/2016

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens.** In: FREIRE FILHO, J.; BORELLI, S.H.S. (Orgs). **Culturas juvenis no século XXI.** São Paulo: EDUC, 2008.

MERENCIO, Fabiana. T; **A imaterialidade do material, a agência dos objetos ou as coisas vivas: a inserção de elementos inanimados na teoria social.** Cadernos do LEPAARQ – Textos de Antropologia, Arqueologia e Patrimônio, V. X, nº20, p. 183 - 204. Pelotas, RS: Editora da UFPEL, 2013.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material.** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLER, Daniel; HORST, Heather A. **O Digital e o Humano: Prospecto para uma Antropologia Digital.** Parágrafo, v.2, n.3, p.91 – 111. jul./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/334/352>>. Acesso em: 12/05/16.

- MONSMA, Karl. **Repensando a escolha racional e a teoria da agência: fazendeiros de gado e capatazes no século XIX.** Revista Brasileira de Ciências Sociais. V.15, nº 43, p.83-113, junho/2000.
- MORIN, Edgar. **Não se conhece a canção.** In: **Linguagem da cultura de massas: Televisão e canção.** Petrópolis: Editora Vozes Ltda, 1973. [p.143-156].
- PAIS, José Machado. **A construção sociológica da juventude – alguns contributos.** *Análise Social*, Vol. XXV, 1990. (p.139-165).
- PENNA, Camila. **Reflexividade e agência na teoria sociológica contemporânea.** *Ciências Sociais Unisinos*, V. 48, Nº3, p.192-204, set/dez 2012. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/2348/1290>. Acesso em 21/07/2016.
- POCHMANN, Márcio. **Juventude em busca de novos caminhos no Brasil.** In: NOVAES, R.; VANNUCHI, P. (Orgs). **Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação.** São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2004.
- PUTTERMAN, Paulo. **Indústria Cultural: A agonia de um conceito.** São Paulo : Perspectiva, 1994.
- RASMUSSEN, Bruna. **O que é Instagram?** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>> Acesso em: 20/07/2017.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO JUNIOR, João. **Sociedade e educação em época de mudanças: uma reflexão.** In: MORAIS, R.; NORONHA, O.M.; GROppo, L. A. (Orgs). **Sociedade e educação: estudos sociológicos e interdisciplinares.** Campinas, SP: Alínea, 2008.
- ROSADO, L.A.S.; NEVES, M.A.C.M. **Jovens alunos em tempos de redes sociais na Internet: coletando pistas sobre o lugar da família e da escola.** In: ROSADO, L.A.S.; BOHADANA, E.D.B.; FERREIRA, G.M.S. (Orgs). **Educação e tecnologia: parcerias 2.0 [livro eletrônico].** Rio de Janeiro: Editora Universidade Estácio de Sá, 2013.
- RÜDIGER, Francisco. **Cultura e Cibercultura: princípios para uma reflexão crítica.** *Logos* 34 O estatuto da Cibercultura no Brasil. v.34, n.01, p.44 – 61, 1º sem. 2011.
- SANTINI, Rose Marie. **Admirável *Chip* Novo: A música na Era da Internet.**1.ed. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2006.
- SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>>. Acesso em: 04/02/2016.
- SENNA, A.K.; MATTOS, J.S. **História Oral como fonte: problemas e métodos.** Rio Grande: Historiæ. p.95 – 108., 2011.
- SEREN, Lucas. **Gosto, música e juventude.** São Paulo: Annablume, 2011.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **Família, escola e mídia: um campo com novas configurações.** Educação e Pesquisa. São Paulo: USP, v. 28, n. 1, p. 107-116, jan/jun 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v28n1/11659.pdf>>. Acesso em: 17/01/17.

SILVA, Sandra Rúbia; **“Eu não vivo sem celular”:** Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-17, jul/dez 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/3457/4131>>. Acesso em: 03/05/16.

SILVA, I.L.F.; OLIVEIRA, R.B. **Juventudes, educação e trabalho: estudos e políticas públicas em Londrina – PR.** In: JEOLÁS, L.S.; PAULILO, M.A.S.; CAPELO, M.R.C. (Orgs). **Juventudes, desigualdades e diversidades: estudos e pesquisas.** Londrina: Eduel, 2007.

SINGER, Paul. **A juventude como coorte: uma geração em tempos de crise social.** In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (Orgs.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional.** São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2005.

SPOSITO, Marília Pontes. **Algumas reflexões e muitas indagações sobre as relações entre juventude e escola no Brasil.** In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (Orgs.). **Retratos da juventude brasileira: análises de uma pesquisa nacional.** São Paulo, Fundação Perseu Abramo/Instituto Cidadania, 2005.

VICENTIN, Diego Jair. **A mobilidade como Artigo de Consumo: Apontamentos sobre as relações com o aparelho celular.** São Paulo: Unicamp, 2008.

VLADI, Nadja. **O negócio da música – como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural.** In: Janotti Jr, Jeder Silveira; Lima, Tatiana Rodrigues; Pires Victor de Almeida Nobre (Orgs). **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet.** Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

WEISHEIMER, N.; ZORZI, A.; KIELING, F.S.; FACHINETTO, R.F. **Sociologia da Juventude.** Intersaberes: Curitiba, 2013.

WHATSAPP. **Recursos do WhatsApp.** Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/features/>> Acesso em: 21/04/2017.

WIKIPÉDIA. **Bulletin board system.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Bulletin_board_system> . Acesso em: 03/06/2016.

APÊNDICE 01

ROTEIRO DE ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS

1. Você tem acesso à Internet? Com que tipos de aparelhos você costuma usar? Algum outro tipo de aparelho em seu dia a dia?
2. Qual a última vez que usou?
3. Que atividades você costuma fazer com estes aparelhos?
4. Qual deles você utiliza mais pra se conectar?
5. O que você geralmente faz quando está conectado a Internet?
6. Sobre as redes sociais: Quais são as que você mais usa? O que você mais faz nelas (posta fotos, vídeos, se comunica com colegas, conhece a maioria das pessoas das redes sociais, compartilha geralmente o que)?
7. E sobre os vídeos ou fotografias. O que fotografam? O que filmam? Quem são as pessoas fotografadas ou filmadas?
8. Onde você costuma acessar a internet? Pré-pago/ WiFi? Onde você mora você consegue acessar a Internet? E na escola? Onde mais?
9. Você faz as mesmas coisas nestes lugares?
10. Costuma utilizar a Internet na escola? Tem lugares liberados pela escola que se pode utilizar? Fora destes lugares têm outros que vocês usam?
11. Tem atividades da escola em que se usa computador, tablet ou celular (outros)? Tem laboratório de informática? Como é em sala de aula?
12. Têm grupos com os colegas/professores (separados) da escola para compartilhar informações? Compartilham materiais?
13. Você usa Internet pra estudar, pra fazer trabalho, pesquisar coisas fora da escola?
14. Você tem o hábito de ouvir música, ler (o quê)? Mais impresso ou em PDF, baixado ou online? (Quando? Em que contexto?)
15. E assistir algum filme ou vídeos/seriado com estes aparelhos? (Quando? Em que contexto?) Mais na TV ou no notebook/tablet/ celular?
16. Quais são os aplicativos utilizados por você para ouvir música no celular? É pago ou gratuito? Você utiliza algum aplicativo para modificar ou melhorar a qualidade das músicas que ouve?
17. Você costuma baixar ou ouvir músicas on-line? Em quais sites você baixa as músicas? Compartilha arquivos musicais com seus amigos via alguma rede social?

18. Em quais sites você ouve as músicas on-line?

19. Quanto tempo utiliza essas coisas? Sabe separar ou utiliza todas ao mesmo tempo? Quantas horas por dia passa conectado à web?

APÊNDICE 02



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ UNIOESTE – CAMPUS TOLEDO

Título do Projeto: O consumo de bens culturais na era da Internet: práticas e usos da cultura entre estudantes do ensino médio em Realeza/ PR

Pesquisadora: Camila Cararo Tonkelski

Este questionário faz parte de uma pesquisa que tem o objetivo de analisar a interação entre jovens, novas tecnologias digitais e bens culturais.

1. **Sexo:** ()Feminino ()Masculino
2. **Idade:** _____
3. **Série:** _____
4. **Cor/etnia:** () Branco () Pardo () Negro () Indígena () Outras
5. **Escolaridade da mãe**
() Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior
6. **Escolaridade do pai:**
() Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior
7. **Somando o salário de todas as pessoas da sua família, qual é a renda?**
() Até R\$ 2.000,00 reais
() De R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00 reais
() De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00 reais
() De R\$ 4.001,00 a R\$ 5.000,00 reais
() De R\$ 5.001,00 a R\$ 6.000,00 reais
() De R\$ 6.001,00 a R\$ 7.000,00 reais
() De R\$ 7.001,00 a R\$ 8.000,00 reais
() De R\$ 8.001,00 a R\$ 9.000,00 reais

- De R\$ 9.001,00 a R\$ 10.000,00 reais
 Mais de R\$ 10.000,00 reais

8. Você está trabalhando? Sim Não

9. Caso a resposta anterior for sim, quantas horas por dia você trabalha? _____

10. Quais dos aparelhos citados abaixo você possui?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Celular | <input type="checkbox"/> MP3 Player |
| <input type="checkbox"/> Notebook | <input type="checkbox"/> CD Player |
| <input type="checkbox"/> Computador de mesa | <input type="checkbox"/> Aparelho de som |
| <input type="checkbox"/> Televisão | <input type="checkbox"/> Tablet |

11. Quais dos aparelhos citados abaixo você utiliza para se conectar à Internet?

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Celular | <input type="checkbox"/> Televisão |
| <input type="checkbox"/> Notebook | <input type="checkbox"/> Tablet |
| <input type="checkbox"/> Computador | |

12. Como você acessa a Internet?

- WiFi Dados móveis Internet com fio

13. Assinale os lugares onde você costuma acessar a Internet.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Casa | <input type="checkbox"/> Estabelecimentos comerciais (ex: |
| <input type="checkbox"/> Escola | restaurantes/bares) |
| <input type="checkbox"/> Casa de amigos | <input type="checkbox"/> Rua |
| <input type="checkbox"/> Casa de parentes | <input type="checkbox"/> Transportes |
| <input type="checkbox"/> Trabalho | |

14. Na semana passada, você utilizou a Internet quantos dias?

- Todos os dias
 De 3 a 6 dias por semana
 Menos de 3 dias por semana

15. No último dia em que você utilizou a Internet, manteve-se conectado durante quantas horas?

- De 1 a 3 horas

- De 4 a 6 horas
- Mais de 6 horas

16. Quais das atividades abaixo você faz na Internet e em que ordem? (Enumere as atividades de 1 a 8. Sendo 1 a que você mais faz e 8 a que você menos faz. Caso não faça alguma destas atividades deixe a opção em branco).

- Jogar
- Ouvir música
- Estudar
- Participar de redes sociais
- Assistir a filmes ou seriados
- Trabalhar. Que tipo de trabalho?
- Ler livros _____
- Ler notícias

17. Quais das redes sociais abaixo você utiliza na Internet e em que ordem? (Enumere as redes sociais de 1 a 11. Sendo 1 a que você mais usa e 11 a que você menos usa. Caso não utilize alguma destas redes sociais deixe a opção em branco).

- Facebook
- Telegram
- WhatsApp
- Tumblr
- Instagram
- Pinterest
- Twitter
- Skype
- Snapchat
- Outros. Quais? _____
- E-mail

18. De que maneiras você se comunica pelas redes sociais? (Enumere as maneiras de 1 a 4. Sendo 1 a que você mais utiliza e 4 a que você menos utiliza. Caso não use algum destes modos de comunicação deixe a alternativa em branco).

- Com uma pessoa por vez, por mensagem escrita
- Em grupos, por mensagem escrita
- Com uma pessoa por vez, por áudio
- Em grupos, por áudio

19. O que você geralmente compartilha nestas redes sociais?

- Vídeos
- Músicas
- Fotos
- Links de notícias

Outras coisas. O quê? _____

20. Em sua escola é permitido o uso de aparelhos digitais como computadores, celulares ou tablets?

Sim Não

21. E na sala de aula o uso destes mesmos aparelhos é permitido?

Sim Não

22. Em sua escola você utiliza a Internet em algumas atividades em sala de aula, por exemplo pesquisas ou exercícios/cálculos?

Sim Não

23. Se sua resposta foi sim, com que frequência você geralmente utiliza a Internet para estudar em sala de aula?

Toda semana

Uma vez por mês

Menos de uma vez por mês

24. Assinale de quais maneiras você costuma ouvir música.

Celular

MP3 player

Notebook

Não costumo ouvir músicas

TV conectada à internet

Outros. Quais? _____

Programas de TV

Canais de TV só de música

Pen drive conectado à TV

CD player

Estações de rádio no aparelho de som

Estações de rádio na internet

Pen drive conectado ao aparelho de som

Computador de mesa

Tablet

25. De que maneira você ouve música nestes aparelhos?

- Online Baixada CD Pen drive

26. Com que frequência você costuma ouvir música nestes aparelhos?

- Todos os dias
 De 3 a 6 vezes por semana
 Menos de 3 vezes por semana

27. Em que lugares você costuma ouvir música?

- Em casa
 Na escola
 Na rua
 Na casa de amigos
 No trabalho
 Na casa de parentes
 Nos transportes
 Em estabelecimentos comerciais (ex: restaurantes/bares)
 Outros. Quais? _____

28. Quais destes aplicativos e sites você utiliza para baixar e ouvir música?

- Youtube
 Spotify
 Music
 iMusic
 Music Player
 Palco MP3
 Play Music
 Vagalume
 Letras.mus.br
 iTunes
 Outros. Quais? _____

29. Assinale por meio de quais aparelhos você costuma assistir filmes ou seriados.

- Celular
- Notebook
- Televisão
- Computador
- Tablet
- Não costumo assistir filmes ou seriados

30. De que maneira você assiste filmes ou seriados nestes aparelhos?

- Online
- Baixado

31. O que você costuma ler nestes aparelhos?

- Notícias
- Conteúdos escolares
- Livros
- Não tenho o hábito de ler nestes aparelhos
- Outros. O quê? _____

32. Caso você tenha o hábito de ler livros por meio destes aparelhos responda de que maneira você lê estes livros:

- Online
- Baixado

APÊNDICE 03

SEGUNDA ENTREVISTA

1. Que tipos de livros ou autores você lê?
2. Costuma ler outras coisas (ex: revistas ou jornais)? Os lê em formato físico ou digital?
3. Que tipos de música você ouve?
4. Como você utiliza seu tempo livre **sem** a Internet?