



## **Enredados, porém seletivos: uma pesquisa empírica sobre a utilização das redes sociais entre adolescentes de 15 a 17 anos<sup>1</sup>**

Mariane Cara<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP.

### **Resumo**

No reconhecimento da necessidade de pesquisas empíricas em Cibercultura no Brasil, o presente artigo apresenta os resultados de um levantamento de campo quantitativo realizado em Agosto de 2010, em uma amostra de 968 adolescentes, com o objetivo de investigar a frequência de utilização das principais redes sociais da Web no público analisado. Para refinar o tratamento estatístico dos dados, foi aplicada a técnica de análise de variância (ANOVA), focando diferenças entre gêneros e idades. Conclui-se que os adolescentes escolhem alguns recursos e descartam outros considerados desinteressantes, além de chamar a atenção para a maior representatividade das garotas nesses ambientes digitais.

### **Palavras-chave**

Adolescentes; Redes Sociais; Gênero; Pesquisa Empírica.

### **1) Introdução**

Desenvolver um estudo pertinente sobre redes sociais, sites de relacionamento, ou mesmo que tem como bojo os assuntos relacionados à web 2.0 é um grande desafio, não no sentido de encontrar trabalhos correlatos, mas no sentido de buscar uma abordagem ainda não explorada, principalmente por ser este um tema que está na ordem do dia, suscitando as mais diversas análises teóricas tanto da sociologia quanto da psicologia, da comunicação e da antropologia, acrescidas à miríade de coberturas jornalísticas, que criam verdadeiros dossiês dedicados à nova ordem social e culminam em conclusões disseminadas pelo senso comum.

Muito já foi dito, mas ainda há muito a observar, especialmente em se tratando dos aspectos empíricos das redes sociais e da Cibercultura no Brasil, que surgem de forma tímida, se comparados ao arcabouço conceitual do assunto.

Para demonstrar a situação das abordagens acadêmicas sobre a Internet no Brasil e a localização das pesquisas empíricas em números, ressaltamos o estudo das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. e-mail: mari.cara@gmail.com



pesquisadoras Adriana Amaral e Sandra Portella Montardo, que em 2010 publicaram um artigo comparando a produção científica no Brasil e nos Estados Unidos. Segundo as autoras:

*De maneira geral, percebe-se que, no Brasil, há a predominância de estudos teóricos sobre a área de interesse considerada, sendo que os estudos empíricos, apesar de terem crescido entre 2006 e 2010, ainda são inferiores numericamente que os puramente teóricos. Nos Estados Unidos, porém, observa-se o contrário: por lá, a pesquisa na área começa com o enfoque empírico e termina com um aumento de produção teórica. (AMARAL e MONTARDO, 2010, p.71)*

A partir da leitura do artigo de Amaral e Montardo, verificamos a necessidade emergente de abordagens empíricas sobre a Cibercultura no país e, para não escapar da objetividade científica, e não se perder na incontável lista de elementos que podem ser explorados de forma empírica, detectamos uma lacuna importante, e reside em analisar a intensidade de uso das redes sociais da Web entre os adolescentes de 15 a 17 anos, verificando se existem hábitos diferenciados entre garotos e garotas da comumente designada Geração Digital<sup>3</sup>.

Segundo a norma que rege os discursos jornalísticos a respeito desses adolescentes, e que foi retratada por João Freire Filho e João Francisco de Lemos no artigo „*Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a Geração Digital na mídia impressa brasileira*“ (2008), estamos diante de um *Corpus* que contém os indivíduos dotados de uma expertise natural para a navegação na Web, e que por este motivo carregam consigo uma sensibilidade extraordinária em captar as nuances de tudo que acontece no mundo online.

Face a este recorte etário tão instigante e celebrado pela mídia, onde se localizam os reis da tecnologia e as rainhas da simultaneidade, é válido que façamos uma pausa nas adjetivações e reservemos um espaço nas discussões acadêmico-científicas para ouví-los em forma quantitativa, com o intuito de tecermos algumas considerações de como realmente se processam os usos das redes sociais no cotidiano juvenil.

---

<sup>3</sup> Geração Digital é uma das diversas terminologias utilizadas pela mídia para definir os jovens atuais, nascidos na década de 90, e que cresceram em meio aos computadores pessoais no ambiente familiar.



## **2) Metodologia da Pesquisa Aplicada**

Inserida no campo dos estudos exploratórios, esta pesquisa se propõe a conhecer características específicas do público adolescente a partir de dados primários, apresentando resultados empíricos e quantitativos que estabeleçam relações entre as variáveis e apresentem um comparativo entre gênero e idades.

Tendo como base a cidade de São José dos Campos-SP, a pesquisa foi realizada em 7 escolas de ensino médio e técnico, sendo respectivamente 6 escolas particulares e 1 fundação pública de ensino técnico, onde estão matriculados alunos oriundos de escolas estaduais e municipais. A coleta de dados foi feita nas salas de 1º, 2º e 3º anos, tendo como participantes os estudantes de ambos os sexos.

A escolha do ambiente escolar para a coleta dos dados se mostrou a mais adequada, por ser este o espaço onde acontecem grande parte das relações sociais juvenis, estas mesmas que são continuadas e intensificadas no ciberespaço. Pensar nos aspectos escolares é crucial ao se analisar a adolescência e as atividades de lazer relacionadas a esta fase da vida, principalmente se nos prestarmos a considerar o papel do ensino médio no caráter de extensão da moratória juvenil, quando os estudantes não estão envolvidos no processo produtivo, como cita Felícia Reicher Madeira (2006), e indiretamente possuem maior tempo de entretenimento e lazer.

Deliberadamente, a representatividade das escolas particulares é maior em relação às instituições de ensino público, isso deve-se ao recorte da pesquisa e ao objeto do estudo. A escolha foi feita partindo da premissa que, as instituições privadas pressupõem maior poder aquisitivo dos estudantes, existindo a probabilidade maior de encontrarmos nestes locais os adolescentes no perfil da pesquisa, onde muitos destes jovens possuem computadores pessoais em seus quartos, com acesso à internet de banda larga.

O questionário foi elaborado com perguntas simples e fechadas, a fim de sistematizar a tabulação dos dados, e desenvolvido através do método de escalas de intervalo (Likert) que têm a vantagem de designar níveis de concordância em um intervalo pré-determinado, trazendo maior refinamento às respostas, se comparado a um método de respostas binárias. Para o estudo, foi definido um intervalo com conceituação de 1 (máximo) a 5 (mínimo) a cada um dos recursos definidos.



Para a execução da pesquisa, cada instituição participante recebeu um convite formal, solicitando a autorização dos coordenadores e a indicação das salas que integrariam a amostra. Em cada sala, a rotina realizada foi:

1. Apresentação do Estudo;
2. Explicação sobre o preenchimento do questionário;
3. Distribuição, preenchimento e recolhimento dos questionários;
4. Tabulação posterior, separada por turma.

Para garantir o sigilo das informações, os questionários não possuíam campos com informações pessoais, como nome, endereço ou contatos telefônicos/e-mail.

O período escolhido para a coleta de dados foi intencionalmente o mês de agosto de 2010: uma fase de reinício das aulas, onde as atividades curriculares ainda não estão em ritmo acelerado, facilitando a aplicação dos questionários sem grandes prejuízos ao conteúdo programático de cada classe. No decorrer do mês foram aplicados 984 questionários, sendo que deste número foram desconsiderados, já na primeira triagem, 16 questionários, por erros de preenchimento que poderiam trazer algum viés aos resultados da pesquisa. Restaram 968 questionários válidos e devidamente tabulados.

### **3) Resultados da Pesquisa**

Com o intuito de facilitar a compreensão dos dados e proporcionar maior visibilidade aos temas tratados, a análise dos dados será apresentada em dois tópicos distintos.

Primeiramente serão apresentados os gráficos de utilização dos 13 recursos pesquisados, as respectivas valorações na escala Likert, seguidos das considerações analíticas. No segundo momento, selecionamos destes recursos os seis mais representativos, tanto pela alta conceituação/utilização, quanto pela relevância dentro da amostra, e analisamos cada um utilizando o teste paramétrico ANOVA (*Analysis of Variance*), averiguando concomitantemente dois fatores sendo, respectivamente, idade e gênero. Para tal, foi necessário um refinamento dos dados, através de uma triagem balanceada dos questionários, considerando da amostragem válida (968 questionários) apenas aquelas que possuíam um número idêntico de amostras em cada chave, totalizando 630 questionários analisados estatisticamente.



### **3.1) Utilização dos Recursos Sociais da Web – Conceituação na Escala Likert**

O interesse em analisar quantitativamente as práticas adolescentes nas chamadas redes sociais, para constatar se este público faz uso de diversas ferramentas ao mesmo tempo e com intensidade semelhante, surgiu no período de desenvolvimento do questionário (junho-julho de 2010), momento em que pipocavam na rede textos, geralmente de conteúdo publicitário, apresentando a miríade de redes sociais e suas maravilhas, devidamente chanceladas pela exposição dos devidos logotipos e imagens ilustrativas.

Observar a grande quantidade de redes sociais e os textos persuasivos relacionados à novidade comunicacional, levava a concluir que todas as ferramentas existentes poderiam ser utilizadas em intensidade semelhante por cada adolescente, tendo como argumento o fato destes jovens estarem conectados em tudo o que acontece, absorvendo (e adotando) quaisquer novidades em seu dia a dia.

Na prática, a história é um pouco diferente. Os adolescentes conhecem realmente grande parte das ferramentas disponíveis, afinal elas são publicizadas de forma incisiva pela mídia, porém não são usuários assíduos de muitas delas, permanecendo ativos em duas ou no máximo três ferramentas, nas quais dedicam tempo de utilização.

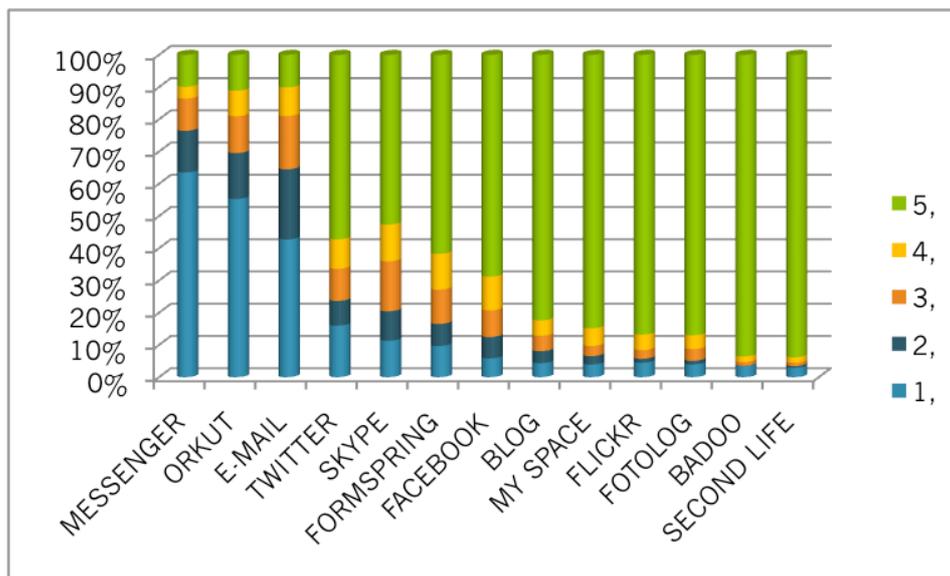
Na época da coleta de dados (Agosto 2010) os campeões de acesso na amostra foram o MSN Messenger (programa de mensagens instantâneas), seguido do Orkut (rede social do Google), mesmo já circulando pela mídia a boataria sobre a perda de prestígio deste último. Ambos tiveram alta incidência de conceito 1 e 2 (os maiores conceitos da escala Likert definida para o estudo), e pouquíssima ocorrência dos conceitos 4 e 5, diferentemente das outras ferramentas, com conceituações menos expressivas e havendo, em alguns casos, alto índice de respostas com conceito 5.

Para demonstrar a predominância de MSN Messenger e Orkut na amostra estudada, e o contraste das pontuações (1 a 5) em todas as categorias, apresentamos a tabela de pontuações, seguida do gráfico representativo:

| Tabulação da Pesquisa – Utilização dos Recursos Sociais da Web* |                  |          |        |         |       |             |          |
|---|------------------|----------|--------|---------|-------|-------------|----------|
| Recurso/<br>Conceito  | MSN<br>messenger | Orkut    | E-mail | Twitter | Skype | Formspring  | Facebook |
| 1   | 610              | 532      | 412    | 154     | 109   | 93          | 56       |
| 2   | 124              | 137      | 210    | 74      | 88    | 66          | 64       |
| 3   | 96               | 110      | 159    | 96      | 149   | 102         | 79       |
| 4   | 35               | 76       | 86     | 88      | 110   | 107         | 101      |
| 5   | 95               | 107      | 97     | 551     | 507   | 593         | 661      |
| Recurso/<br>Conceito  | Blog             | My Space | Flickr | Fotolog | Badoo | Second Life |          |
| 1   | 42               | 38       | 43     | 38      | 33    | 28          |          |
| 2   | 36               | 25       | 12     | 11      | 1     | 5           |          |
| 3   | 46               | 30       | 26     | 35      | 11    | 10          |          |
| 4   | 46               | 53       | 46     | 41      | 17    | 16          |          |
| 5   | 795              | 816      | 834    | 837     | 898   | 898         |          |

**Tabela 1:** Tabulação da Pesquisa – Utilização dos Recursos Sociais da Web pelos adolescentes de 15 a 17 anos. São José dos Campos-SP. Agosto de 2010. \* valores definidos para o intervalo: 1= usa com alta frequência, 5= não utiliza o recurso

### Gráfico da utilização dos recursos sociais da Web\*



**Figura 1:** Valores da Escala Likert em porcentagem para a utilização dos recursos sociais da Web pelos adolescentes de 15 a 17 anos. São José dos Campos-SP. Agosto de 2010. \* valores definidos para o intervalo: 1= usa com alta frequência, 5= não utiliza o recurso.

Ao contrário da divulgação midiática, que festeja a febre de acesso às mais diferentes redes sociais, os números da pesquisa apontam que os adolescentes possuem uma dedicação focada em uma ou duas redes no máximo. Paralelamente, o contraste



dos resultados polarizados ou para as respostas com conceituação 1 (utiliza muito) ou para 5 (nunca utiliza), e a baixa representatividade das valorações intermediárias, apontam para escolhas bem demarcadas, onde os pesquisados preferem aderir com fidelidade a algumas redes e descartar outras.

O primeiro fator que deve ser considerado neste resultado é a limitação de tempo, tanto para o aprendizado das variadas interfaces, quanto para o gerenciamento diário dos perfis. Apesar dos garotos e garotas de 15 a 17 anos serem autodidatas e abusarem da intuição para entenderem o funcionamento das ferramentas comunicacionais da Web, cada vez que eles decidem ser membros de um site ou comunidade, precisam gastar um certo tempo para a formatação do perfil, e se de antemão percebem que a popularidade do site não é grande e não há adesão em massa de seus amigos, desistem do projeto, afinal não será possível tecer diálogos ou trocas sociais, que seriam a principal finalidade das redes.

Em relação ao uso do Twitter (microblogging com postagens de 140 caracteres) e Facebook (rede social, inicialmente universitária), ambas ferramentas muito comentadas pela mídia em 2010, e que supostamente deveriam apontar altos níveis de acesso diário, encontramos resultados bem tímidos de utilização. Ao utilizarem o Orkut e manterem o perfil ativo nesta rede, os adolescentes deixam o Facebook em segundo plano, porém é importante ressaltar que na época da coleta de dados, o filme „*A Rede Social*“, que conta a história do Facebook, ainda não estava em cartaz nos cinemas brasileiros, o que pode influenciar no resultado.

As ferramentas Skype (conexões de voz sobre IP e chat) e Formspring (microblogging baseado em perguntas e respostas) tiveram maior relevância que o próprio Facebook, demonstrando como este último possuía baixa representatividade no momento da pesquisa.

Outro ponto a ser destacado nos resultados da pesquisa é a baixa representatividade dos blogs pessoais, que ficou em oitava colocação, com mais de 80% de respostas com conceito 5 na escala Likert, corroborando a afirmação de que esta ferramenta vem caindo em desuso, principalmente no público jovem. Para reforçar o fato, citamos a matéria de Bruno Romani, publicada no Jornal *Folha de S.Paulo* em 02 de março de 2011, e intitulada „*Novas gerações se esquecem dos blogs*“, demonstrando que os adolescentes de 12 a 17 anos escolhem outras opções de expressão *on line* em detrimento dos blogs, fazendo com que o conteúdo antes abrigado por estes últimos



migram para outros formatos. O texto ainda destaca os dados da *Pew Research Center*, indicando que entre 2006 e 2009 a atividade de manter um blog no meio adolescente caiu pela metade (de 28% para 14%) nos EUA.

Já as outras ferramentas investigadas tiveram baixíssimos índices de respostas com conceitos 1 e 2, e um alto número de participantes que afirmaram nunca utilizar o meio, sendo padrão um número superior a 800 participantes assinalando o conceito 5. Essas ferramentas com menor representatividade e suas características gerais são, respectivamente:

My Space - rede interativa de fotos, blogs e perfis de usuário;

Flickr – rede de armazenamento e partilha de fotografias;

Fotolog – blog de fotos;

Badoo – rede com chat, vídeos, fotos e blog;

Second Life - ambiente virtual em 3D, onde os usuários constroem Avatares, numa espécie de game que simula a vida.

Geralmente o motivo para os baixos índices de utilização de algumas redes é a semelhança de funcionalidades das redes, sendo que algumas possuem mais popularidade que outras. Assim, MSN Messenger está mais próximo em funcionalidades ao Skype, o Orkut é próximo em funcionalidades ao Facebook e também ao My Space e Badoo, sendo que o Flickr tem semelhanças com o Fotolog.

Já o Second Life possui formato diferenciado, sem comparativos na pesquisa, porém mesmo com suas particularidades não alcançou números expressivos. Com um formato híbrido entre rede social e game, e apesar de ter sido lançada a versão Teen em 2007, disponível para adolescentes de 13 a 17 anos, com alguns limites e segurança para este tipo de público, o Second Life não foi elencado como um recurso freqüentemente acessado.

O panorama formado pelos números da pesquisa, aponta uma praxis seletiva no que diz respeito às redes sociais, entretanto ainda se faz necessário constatar se existem diferenças marcantes entre sexo e idade nos usos das redes mais relevantes, através de uma análise estatística.



### **3.2) Análise de Variância dos recursos mais relevantes**

No tratamento dos dados com a análise de variância, também conhecida como teste paramétrico ANOVA, a partir da metodologia descrita por Montgomery (2009), escolhemos duas hipóteses nulas que partem da premissa que:

1.) a média de cada pergunta respondida pelas populações masculina e feminina são iguais em termos estatísticos;

2.) a média de cada pergunta respondida pelas populações de 15, 16 e 17 anos são iguais em termos estatísticos.

Para verificar se as hipóteses nulas são passíveis de serem refutadas ou não, definimos um nível de significância igual a 0,05. Este valor é então comparado com a probabilidade das amostras terem sido colhidas em populações onde as hipóteses nulas são verdadeiras. Esta probabilidade é denominada valor-P. Caso este valor seja menor que o nível de significância, a hipótese nula pode ser refutada e, conclui-se que há diferenças de comportamento para os fatores relacionados.

Na fase do tratamento estatístico dos dados, escolhemos 6 recursos dentre os 13 pesquisados, por sua representatividade. São eles: MSN Messenger, Orkut, E-mail, Twitter, Facebook e Blog Pessoal, este último não necessariamente pelos números da pesquisa, mas pela relevância do recurso nos discursos acadêmicos. Os outros recursos foram desconsiderados pela baixa utilização na amostra.

Diante da questão sobre a frequência que os adolescentes utilizam os recursos de comunicação da internet, temos as seguintes médias dispostas por idade e sexo e os respectivos valores P (apresentados logo abaixo dos tópicos) :



| Média de utilização recursos sociais da da Web por sexo e idade*                           |               |      |                                     |          |      |                                      |              |      |      |
|--|---------------|------|-------------------------------------|----------|------|--------------------------------------|--------------|------|------|
| Sexo / idade   | MSN MESSENGER |      |                                     | ORKUT    |      |                                      | E-MAIL       |      |      |
|  | 15a           | 16a  | 17a                                 | 15a      | 16a  | 17a                                  | 15a          | 16a  | 17a  |
| masculino  | 1.85          | 1.59 | 1.86                                | 2.15     | 2.17 | 2.25                                 | 2.53         | 2.29 | 2.27 |
| feminino   | 1.59          | 1.88 | 1.63                                | 1.91     | 1.90 | 1.89                                 | 2.32         | 2.07 | 2.03 |
| P Gênero = 0.492 / P Idade = 0.980   |               |      | P Gênero < 0.01 / P Idade = 0.923   |          |      | P Gênero = 0.035 / P Idade = 0.068   |              |      |      |
| Sexo / Idade   | TWITTER       |      |                                     | FACEBOOK |      |                                      | BLOG PESSOAL |      |      |
|  | 15a           | 16a  | 17a                                 | 15a      | 16a  | 17a                                  | 15a          | 16a  | 17a  |
| masculino  | 3.88          | 4.10 | 3.99                                | 4.33     | 4.20 | 4.58                                 | 4.64         | 4.59 | 4.81 |
| Feminino   | 3.59          | 3.63 | 3.77                                | 4.23     | 4.35 | 3.98                                 | 4.52         | 4.34 | 4.57 |
| P Gênero < 0.01 / P Idade = 0.589  |               |      | P Gênero = 0.0589 / P Idade = 0.999 |          |      | P Gênero = 0.0127 / P Idade = 0.0763 |              |      |      |
| * valores definidos para o intervalo: 1= usa com alta frequência, 5= não utiliza o recurso |               |      |                                     |          |      |                                      |              |      |      |

**Tabela 2:** Média de Utilização dos recursos sociais da da Web pelos adolescentes de 15 a 17 anos. São José dos Campos. Agosto de 2010.

### a) Fator Gênero:

O primeiro elemento a ser verificado estatisticamente diz respeito a utilização das redes sociais entre os sexos, com o intuito de verificar se as respostas de garotos e garotas são semelhantes ou se diferenciam estatisticamente, indicando até que ponto o uso da tecnologia para fins sociais tem um aspecto característico de gênero na amostra estudada.

Esta análise está em concordância com algumas pesquisas realizadas em outros países, que comprovam que o padrão de utilização da Web no meio adolescente é diferente entre os sexos.

De acordo com um estudo empírico realizado na Alemanha, por Ângela Ittel e Yvonne Rosendahl e publicado em 2009, é possível encontrar particularidades entre garotos e garotas. Nas palavras das pesquisadoras:

*(...) Mädchen geben an, das Internet mehr zur persönlichen Kommunikation und Kontaktaufrechterhaltung zu nutzen, während Jungen das Internet zum Herunterladen von Musik und zum Spielen Von Online Spielen gebrauchen” (ITTEL e ROSENDAHL, 2009, p.195)<sup>4</sup>*

Semelhantemente ao estudo alemão, a pesquisa aplicada em São José dos

<sup>4</sup> Tradução pessoal: As garotas utilizam mais a internet para comunicação pessoal e manutenção das amizades, enquanto os meninos usam frequentemente a Web para baixarem músicas e jogarem jogos on-line.



Campos e aqui retratada, comprova a tendência das garotas utilizarem as redes sociais com mais afinco do que os garotos. Quando questionadas sobre Orkut, E-mail, Twitter e Blog Pessoal, as médias femininas são mais significativas que as masculinas, e apresentam diferenças estatísticas comprovadas ( $P < 0,05$ ).

Embora a utilização dessas ferramentas apareçam com maior frequência no público feminino, temos dois casos (respectivamente MSN Messenger e Facebook) em que os números não retratam diferenças estatísticas marcantes no uso. Especificamente sobre o Facebook, o valor P (0,0589) está muito próximo do nível de significância (0,05), mas para manter o rigor da análise, é necessário considerá-lo como um recurso onde os sexos utilizam com certa igualdade, levando-se em consideração que a média masculina na faixa etária de 16 anos é também mais representativa que a feminina.

Já o MSN Messenger possui um alto valor P (0,492), que comprova as semelhanças na utilização, além de ser o recurso com maior disparidade de médias, onde o uso dos garotos de 16 anos, inesperadamente, aparece bem mais representativo do que o das garotas (média masculina 1,59 x média feminina 1,88).

Porque os garotos elegeriam o MSN Messenger como prioritário em suas relações on line?

Uma provável explicação para o fenômeno reside no fato do MSN Messenger ser um comunicador instantâneo ágil e de fácil manutenção, não exigindo a construção de perfis elaborados, nem a obrigatória inclusão de elementos secundários, como aplicativos ou comunidades. Direto e dinâmico, o MSN Messenger tem uma janela reduzida, que não ocupa muito espaço na tela, possibilitando ao usuário a participação em outras atividades concomitantes, como jogos ou sites de entretenimento.

#### **b) Fator Idade:**

Além da questão de gênero, ao definirmos como campo de pesquisa os três anos curriculares do Ensino Médio, partimos da premissa que cada idade específica e seu ano referente poderia trazer em seu bojo particularidades próprias e determinantes, sendo possível detectar diferenças significativas nos usos das ferramentas comunicacionais da Web por idade. Após a análise dos dados, verificamos que esta suposição deve ser refutada, ao menos partindo do material empírico deste estudo.



Todos os valores P relativos à idade demonstram insuficiência estatística para comprovar que os membros de cada idade/série têm comportamentos distintos nas redes sociais.

Embora não seja possível encontrar diferenças estatísticas significativas entre as idades, vale a pena ressaltar a aparente diferenciação no que diz respeito ao e-mail, que possui o menor Valor P no que tange à idade ( $P= 0,068$ ). Ao observarmos as médias de utilização do e-mail entre as idades, constatamos que este meio costuma ser mais requisitado nos pesquisados de 17 anos e menos requisitado nos pesquisados de 15 anos, aparentando ser um dispositivo com formato que vai perdendo força em públicos mais jovens, que vivem um dia a dia repleto de Fast Foods, cursos rápidos e febres musicais momentâneas. Esperar um e-mail aparecer na caixa de entrada e ter que respondê-lo no mesmo formato sequenciado e relativamente formal, pode ser considerado sinônimo de monotonia.

#### **4) Conclusão**

Chamando a atenção à importância da pesquisa empírica e quantitativa nos estudos relacionados à Cibercultura, e mais especificamente às redes sociais no Brasil, este estudo teve como objetivo investigar a rotina de utilização das redes sociais no meio adolescente, apresentando resultados de uma pesquisa realizada em São José dos Campos, em agosto de 2010.

A análise dos resultados nos incita a refletir sobre o esteriótipo adolescente da referida Geração Digital, e sobre os discursos que circulam, nas mais diversas instâncias, a respeito dessa coorte juvenil. Os dados e as generalizações propostas pelos números desta pesquisa indicam que, embora os adolescentes utilizem com frequência as redes sociais, eles o fazem dentro de alguns limites, em certo ponto distantes da pretensa prodigiosidade comunicacional nas redes sociais que é conclamada pela mídia. Na prática, estes jovens não estão tão suscetíveis à todas febres e modismos da Web.

Diante desta realidade, é possível sugerir que os adolescentes parecem absorver mais lentamente as novidades das redes sociais quando comparados com os adultos, ou pelo menos possuem diferentes motivações nos seus usos. Enquanto os adolescentes encaram a rede por uma perspectiva mais descompromissada e lúdica, como a extensão natural das relações sociais do ambiente escolar, os adultos, que vivem se adaptando às



novidades da Web, parecem estar preocupados em correr contra o tempo e acabam absorvendo os lançamentos mais rapidamente, provavelmente para não sucumbirem à angústia de serem considerados desatualizados.

Além de manterem um número limitado de redes sociais, os adolescentes não criam raízes nos meios disponíveis, vide a queda do uso dos blogs e a diminuição do uso do e-mail entre os mais jovens. Ao investigarmos no sentido histórico as abordagens jornalísticas e acadêmicas entre os anos 2002 a 2008, verificaremos que tanto os blogs quanto o e-mail eram os recursos que estavam na ordem do dia. Atualmente, os mesmos estão caindo em desuso, principalmente no recorte adolescente, sugerindo que a fidelidade aos meios é inconcebível.

Em relação à comparação de usos entre garotos e garotas, constatamos que grande parte das ferramentas de comunicação da internet é utilizada em maior escala pelo sexo feminino, reforçando a hipótese de que as mulheres são a parte mais preocupada em criar laços sociais, tanto nas relações face a face quanto nas relações mediadas por computador. Ainda assim, a insuficiência estatística para comprovar o maior uso das garotas no MSN Messenger, que também foi o recurso mais citado em número de acessos, demonstra que os garotos não desconsideram o uso diário das redes sociais, apenas preferindo os sistemas mais diretos, sem tantos recursos de identificação detalhada (perfis extensos).

Provavelmente uma pesquisa com conteúdo idêntico e aplicada em um futuro não muito longínquo, demonstrará novas tendências de utilização, ou mesmo apontará outras formas de relacionamento via Web, que não sejam necessariamente as que conhecemos atualmente.

### **Agradecimentos**

Agradeço o financiamento da FAPESP nesta pesquisa, e seu apoio na forma de bolsa de doutorado (processo 2010/07193).

Agradeço também a colaboração de Fabio Andrade de Almeida, doutor em engenharia aeronáutica pela *Technische Universität Braunschweig* - Alemanha, pelo tratamento estatístico dos dados através dos testes paramétricos ANOVA, e à Ciceli Gomes Gravito, graduanda em Design Gráfico pela *Universidade Federal de Pelotas*, por sua participação na coleta e tabulação simplificada dos dados.



## Referências bibliográficas

ITTEL, A. e ROSENDAHL, Y. Internetnutzung und soziale Integration im frühen Jugendalter. In: Mikos, L.; Hoffmann, D. (orgs). **Mediennutzung, Identität und Identifikationen**. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. München: Juventa, 2009.

MADEIRA, F. R. Educação e desigualdade no tempo de juventude. In: CAMARANO, A. A. (org) **Transição para a vida adulta ou vida adulta em transição**. Rio de Janeiro: IPEA, 2006.

MONTGOMERY, D.C. **Design and Analysis of Experiments**. Danvers: John Wiley and Sons Co., 2009

### Artigo de Revista Institucional:

AMARAL, A. MONTARDO, S. P. Pesquisa em Cibercultura e Internet: Estudo exploratório comparativo da produção científica da área no Brasil e nos Estados Unidos. In: **Conexão – Comunicação e Cultura**. Revista da UCS. Caxias do Sul, V. 9, n.18, p. 57-73, 2010.

FILHO, J. F.; LEMOS, J. F. Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a “Geração Digital” na mídia impressa brasileira. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**. Revista da ESPM, Mestrado em Comunicação e práticas do Consumo. São Paulo, V. 5, n.13., p. 11-25, 2008.

### Jornal:

ROMANI, B. Novas gerações se esquecem dos blogs. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 02 de mar. 2011. Caderno Tec, p. F4.