

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

INTERAÇÃO MOBILE E OS RELACIONAMENTOS EM TEMPOS DE PLATAFORMAS MÓVEIS

Phillipe Halley Martins Pereira¹

Resumo:

O progresso tecnológico dos meios de comunicação orientou o mundo a uma renovada experiência relacional com as diferentes manifestações artísticas e culturais. Cada passo da evolução econômico-social, nota-se ampliação do acesso e participação mais democrática nas tecnologias midiáticas, desencadeando transformações nos cenários da comunicação como um todo. Resultado de uma nova lógica midiática: cultura moldada pelas mídias e seu conteúdo propagável, criado e recriado pelos usuários. Essa é a “Cultura da Conexão”. A proposta do trabalho é verificar como se desenvolve a “Cultura da Conexão”, a partir do desenho das relações da juventude com seus pares, mediadas pelas plataformas móveis e seus desdobramentos na vida em sociedade desse cidadão.

Palavras-chave: Cultural da Convergência. Ciberespaço. Jovens. Mídias sociais.

O cenário do ciberespaço contemporâneo

O contínuo progresso dos meios de comunicação, plataformas de acesso e propagação da informação vem conduzindo a sociedade contemporânea a uma diferente experiência relacional com a comunicação e as diversas manifestações artísticas e culturais. Essas transformações contemporâneas representam outra possibilidade de comunicação, participação, interatividade, difusão e propagação de ideias. “A sociedade que entra no século XXI não é menos ‘moderna’ que a que entrou no século XX, o máximo que se pode dizer é que ela é moderna de um modo diferente” (BAUMAN, 2001, p. 24). Cada passo da sociedade civil organizada visando à ampliação do acesso e a participação nas tecnologias midiáticas, desencadeia significativas transformações nos cenários culturais, artísticos e comportamentais.

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Unesp. E-mail: phillipehalley@yahoo.com.br.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento. Toda a história da cibercultura testemunha largamente sobre esse processo de retroação positiva, ou seja, sobre a automanutenção da revolução das redes digitais. Este é um fenômeno complexo e ambivalente (LÉVY, 1999, p. 29).

O desafio dessa recente e ininterrupta mudança nas maneiras e propostas de comunicação consiste em proporcionar maior alcance para e pelos usuários destas tecnologias, democratizando e pluralizando sua criação e uso. “As transformações associadas à modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas” (HALL, 2011, p. 25). Esse movimento contemporâneo propõe a aproximação de pessoas no ciberespaço², conectadas umas às outras pelas redes sociais e aplicativos de troca de mensagens instantâneas – como Facebook, Instagram, Snapchat, Whatsapp, Twitter, YouTube, Google+, por exemplo – fazendo uso de plataformas móveis – *smartphones*, *tablets* e *notebooks*.

(...) um sistema midiático é mais do que simplesmente as tecnologias que o suportam. A cultura, instiga essas mudanças. A realidade do atual ambiente de comunicação é muito mais confusa do que qualquer uma dessas perspectivas pode identificar. O crescimento da comunicação em rede, especialmente quando associada às práticas da cultura participativa, cria uma diversidade de novos recursos e facilita novas intervenções para uma variedade de grupos que há muito tempo lutam para se fazer ouvir (JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p. 20-21).

A conectividade observada nesse ambiente virtual, permite a circulação e a reunião de informações, produções artísticas, intelectuais, opiniões, ideias, práticas comunicativas, em uma articulação da cibercultura³ defendida por Pierre Lévy (1999).

O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois, seu movimento é idêntico ao afastamento

² “É a interconexão digital entre computadores ligados em rede. É um espaço que existe entre os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados. É criado a partir de vínculos, e não se confunde com a estrutura física - os cabos, as máquinas, os dispositivos sem fio - que permite essa conexão” (MARTINO, 2014, p. 29).

³ “Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador - ou algum dispositivo semelhante - a outros computadores” (MARTINO, 2014, p. 27).

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

dos homens entre si e em relação a tudo que produzem (DEBORD, 1997, p. 28).

Esse processo – como é percebido e citado por Lévy – desencadeia um efeito colateral: maior frequência na interação virtualizada das relações humanas.

A conectividade brasileira contemporânea

A disponibilidade de acesso à internet vem crescendo consideravelmente em diferentes segmentos da sociedade brasileira, como aponta relatório de 2016 divulgado pelo IBGE, baseados em dados do Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC - da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD. De acordo com o relatório, em 2014, “95,4 milhões de pessoas, ou 54,4% da população com dez anos ou mais idade, acessaram a rede pelo menos uma vez, em um período de três meses – sendo que, em 2013, esta parcela era de 49,4%” (VALOR, 2016). Em um comparativo do período inicial das pesquisas do IBGE, 2004, a evolução na inclusão digital é significativa. Desde aquele ano, o acesso à internet via microcomputador estava em 6,3 milhões dos domicílios do país - e passou para 28,2 milhões deles, em 2014. Esses números equivaliam a 12,2% do total de domicílios, em 2004; e a 42,1% deles, em 2014” (VALOR, 2016).

Segundo dados do relatório da Agência Intel⁴, publicados em 2015, os dispositivos inteligentes deverão avançar a novos níveis de interação, distribuição de dados, propagação da informação e conectividade. De acordo com a agência, com “(...) toda essa coleta de dados, as pessoas irão cada vez mais compartilhar esses dados com profissionais para diversas análises” (MINTEL, 2015, p. 36-37). Percebe-se a partir disso indícios de que “(...) as mudanças geracionais nas tecnologias da comunicação criam efeitos sociais, culturais, técnicos e cognitivos, cujo nível de efetividade e de penetração depende da natureza e do alcance da implementação das tecnologias em cada cultura” (SANTAELLA, 2007, p. 201).

⁴ Relatório disponível mediante cadastro em: <http://brasil.mintel.com/>, acesso em 17 de agosto de 2016.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

O jovem “conectado” brasileiro

Tais movimentos e reconfigurações no comportamento denotam influências e alterações na identidade multifacetada culturalmente do homem contemporâneo – em especial dos jovens brasileiros, um dos focos de estudo desse projeto. Como enfatiza Martino (2014), “(...) os meios de comunicação são responsáveis pela organização, gestão e disseminação do conhecimento nas sociedades. Sem eles não há cultura, e as relações sociais estariam seriamente comprometidas. Portanto, os meios usados para disseminar as informações são responsáveis pela forma de distribuição do conhecimento na vida social” (p. 189). Com essa perspectiva,

(...) o uso de determinados serviços não deveria ser visto isoladamente, mas, ao contrário, num contexto de conexões, uma vez que as pessoas adotam um leque de tecnologias com base em que se e quando uma plataforma específica melhor sustenta as atividades culturais com as quais se envolve (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 35).

A escolha de pesquisar o jovem brasileiro se dá pela presença maciça desse no ciberespaço, bem como sua importância no que diz respeito a tendências de consumo, adotadas por diferentes marcas brasileiras e internacionais (BOX 1824, 2016). Entretanto, é preciso definir esse jovem. De acordo com documento “Direitos da População Jovem”, publicado pela Organização das Nações Unidas - ONU - em 2010, esta define que “juventude como a faixa de indivíduos com 15 a 24 anos de idade” (ONU, 2010, p. 25). NO entanto, para a legislação brasileira,

não há uma definição legal de população jovem, mas o país conta com um importante marco jurídico que define adolescência e infância, que é o Estatuto da Criança e do Adolescente - Lei Federal nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - estabelecido posteriormente à Convenção Internacional dos Direitos da Criança, adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, no ano de 1989, e ratificada pelo Brasil (ONU, 2010, p. 26).

Para a Organização Mundial da Saúde, a faixa etária adotada para a população jovem é dos 10 a 24 anos de idade (ONU, 2010). Para a finalidade deste projeto, o recorte etário adotado será dos 18 a 24 anos, alinhando tal faixa ao argumento da agência de Box 1824, que no estudo “O Sonho Brasileiro” lançado em 2011, define que “a nova juventude tem

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

“drivers”, como hiperconexão, não-dualismo e micro-revoluções que a difere das gerações que vieram antes” (EXAME, 2016).

Dados da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM⁵ – revelam informações da crescente presença das novas mídias, principalmente no cotidiano desses jovens mencionados. Os motivos de uso são diversos, dentre eles manter-se informado – dado apontado por 67% dos respondentes – e estudar e aprender – uso sinalizado por 24% dos entrevistados. Porém, dois fatos chamam atenção: 38% dos respondentes, afirmaram que a utilizam para passar o tempo livre; além de 16% disseram utilizar a internet como uma companhia. “Os dados mostram que 65% dos jovens com até 25 anos acessam a internet todos os dias” (SECOM, 2015, p. 49). A presença dos jovens brasileiros nas redes sociais, aponta indícios de mudanças significativas no *modus operandi* das relações sociais e culturais do universo em que estes se encontram inseridos.

(...) o significado último da rede ou o valor contido na cibercultura é precisamente a universalidade. Essa mídia tente à interconexão geral das informações, das máquinas e dos homens. E portanto, se, como afirmava McLuhan, “a mídia é a mensagem”, a mensagem dessa mídia é o universal, ou a sistematicidade transparente e ilimitada (LÉVY, 1999, p. 115).

Ainda sobre os resultados revelados na pesquisa, as redes sociais mais usadas são “(...) o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%). O Twitter, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos entrevistados” (SECOM, 2015, p. 50). Quanto as ferramentas para acesso, “(...) os resultados mostram que a maioria dos entrevistados (71%) o fazem via computador, seguido pelo celular (66%). Há ainda uma pequena parcela (7%) dos pesquisados que utiliza tablets para navegar pelo mundo digital” (SECOM, 2015, p. 50). Somado as duas plataformas móveis apontadas nas respostas da pesquisa, estas ultrapassam o percentual do *desktop*⁶.

⁵ Relatório sob o título de “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015” e disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>, acesso em 1º de julho de 2016.

⁶ Computador pessoal ou de mesa [tradução do autor].

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender, agir, engajar-se, sentir, reviravoltas na nossa afetividade, sensualidade, nas crenças que acalentamos e nas emoções que nos assomam (SANTAELLA, 2007, p. 25).

Em outra pesquisa realizada com usuários de internet no país, intitulada “Futuro Digital em Foco Brasil 2015”⁷, da ComScore, apontou que os internautas brasileiros ficam em média 9,2 horas por mês conectados em plataformas sociais. No relatório, as faixas etárias que mais concentram usuários são as de 15 a 24 anos, com 22,4%; e, dos 25 aos 34 anos, com 23,2%. Martino (2014) aponta, como ilustra o relatório, que isso “torna a mídia um *ambiente* no qual os seres humanos estão inseridos, da mesma maneira em que se está inserido no espaço natural do clima e dos espaços. Assim como não é possível viver separado do ambiente físico no qual se está, é muito difícil ficar fora do ambiente constituído pelas mídias” (p. 241). A representatividade expressiva do jovem revelado nas pesquisas motiva investigar o perfil desse jovem brasileiro *online* e suas relações em sociedade, a partir de suas conexões nas redes sociais e seu tempo dedicado a essas.

(...) os jovens usam a internet e plataformas móveis, como espaços de inclusão ou simbólico, onde podem desenvolver estratégias. São esses os novos espaços nos quais eles adquirem o poder de instituições tradicionais até então negada a eles. E nesses novos espaços eles concretizam o seu potencial de ser e de fazer e sentem-se inclusos socialmente (BIANCHI, MOURA; 2013, p. 28).

No que diz respeito ao tempo dedicado pelos brasileiros as redes sociais, o percentual é de “(...) 60% a mais do que o restante do planeta! Logo atrás de nós estão Filipinas, Tailândia, Colômbia e Peru” (PROXIMA, 2015).

A sociedade não é, como os sociólogos pensaram muitas vezes, um todo unificado e bem delimitado, uma totalidade, produzindo-se através de mudanças evolucionárias a partir de si mesma, como desenvolvimento de uma flor a partir de seu bulbo. Ela está constantemente sendo

⁷ Relatório realizado pela ComScore e disponível no formato de infográfico em: <http://www.proxima.com.br/home/social/2015/06/10/Brasileiro-passa--em-m-dia--9-7-horas-mensais-nas-redes-sociais.html>, acessado em 12 de agosto de 2015.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

“descentrada” ou deslocada por forças fora de si mesma (HALL, 2011, p. 17).

Com o cenário atual e as tendências apontadas pelo mercado, “(...) a jornada do consumidor *online* certamente será impactada de maneira cada vez mais intensa pelos dispositivos móveis, afinal os *smartphones* estão nas mãos dos consumidores em praticamente 100% do tempo” (ECOMMERCEBRASIL, 2015), a utilização de plataformas móveis para se estar conectado tende a manter as relações humanas mais midiaticizada e *online* do que nunca.

Entre os dados mais destacados de um dos informes mais importantes sobre o tema que se publicaram na atualidade, destaca especialmente a troca percebida entre os jovens respondentes de 18 a 24 anos. Para 28% assinalou que sua principal fonte de informação são as redes sociais, superando a televisão pela primeira vez, que se situou em 24% (PERIODISMO CIUDADANO.COM, 2015)⁸.

A presença relevante dos *smartphones* revelada nas pesquisas acima, reforça o argumento do estudo das influências que estas plataformas têm sobre os jovens brasileiros e suas consequências na vida em sociedade. “Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX” (HALL, 2011, p. 9).

A “ficção” imita a “vida”?

Paralelamente a esse cenário brasileiro, consequência das influências econômicas, sociais, comportamentais e culturais de consumo dos países desenvolvidos – por exemplo, Estados Unidos, Japão, China e as nações economicamente mais estáveis da Europa, tais como a Alemanha, França e Inglaterra – obras ficcionais procuram retratar, mesmo que de maneira futurística, tendências de comportamento humano em meio a um universo de multi conectividade.

Convicção similar está na base do pensamento de McLuhan (1964), quando afirma que mudanças nos meios de comunicação produzem mudanças

⁸ [Tradução do autor]. Entre los datos mas destacados de uno de los informes más importantes sobre el tema que se publican en la actualidad, destaca especialmente el cambio percibido en los jóvenes encuestados de 18-24 años. El 28% señala que su principal fuente de información son las redes sociales, superando a la televisión por primera vez, que se situó en el 24%.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

neurológicas e sensoriais que afetam significativamente nossas percepções e ações. Toda nova tecnologia cria gradualmente um ambiente humano inteiramente novo. Ambientes não são vestimentos passivos, mas processos ativos (SANTAELLA, 2007, p. 203-204).

Uma dessas produções ficcionais recentes é o filme “Her” – Ela, na tradução, comercialização e distribuição no Brasil – lançado em 2013. Dirigido e escrito pelo estadunidense Spike Jonze, a película apresenta um recorte futurista das relações humanas modernas. Na trama, Theodore – interpretado pelo ator Joaquin Phoenix – trabalha como um redator em uma empresa que escreve cartas. Ele é o criador de cartas para diferentes pessoas, em muitas fases da vida dessas. Isso faz com que ele conheça a vida, os sentimentos, desejos, aspirações e até segredos dessas pessoas, sem ao menos conhecê-las pessoalmente.

A vida desejada tende a ser a vida “vista [no celular]”. A vida na telinha diminui e tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal, e continuará a parecer irreal enquanto não for remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela (BAUMAN, 2001, p. 108-109).

Em meio a sua rotina de escrever cartas e realizar outras atividades, quase sempre solitário, o protagonista adquire um novo sistema operacional para seu computador e *smartphone*. Para sua surpresa, o sistema tem não apenas atributos da inteligência artificial, mas personalidade própria e que se expande à medida que aprende com o seu usuário, personalidade essa que se chama Samantha – vivida pela voz da atriz Scarlett Johansson. Ao longo de sua interação com o sistema, este começa a se relacionar pouco com outros humanos, dedicando maior tempo a Samantha. Dessa interatividade, nasce um princípio de relacionamento afetivo que, evolui para uma paixão e um romance entre homem e máquina – diferente de outras obras ficcionais e neste caso, homem e inteligência artificial.

No entanto, ele tem produzido notável impacto tanto no nível pessoal quanto social. A ligação emocional que se cria entre o celular e seu possuidor é devida não só ao desenvolvimento do indivíduo e sua *autopoiesis*⁹, mas também à conectividade que o celular propicia. Mesmo

⁹ Autopoiese ou autopoiesis (do grego auto "próprio", poiesis "criação") é um termo criado na década de 1970 pelos biólogos e filósofos chilenos Francisco Varela e Humberto Maturana para designar a capacidade dos seres vivos de produzirem a si próprios.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

que a pessoa não o esteja utilizando no momento, o celular funciona como fios invisíveis prontos a tornar presente, a qualquer instante, uma rede de conexões, o que nos obriga a repensar o conceito de comunidade (SANTAELLA, 2007, p. 242).

A conexão entre Theodore e Samantha os torna um a extensão do outro, limitados pela presença física, mas não impossibilitados de interação, afetividade, sensações e comunicação, “(...) as próprias noções de ‘proximidade’, ‘intimidade’ e, em termos mais gerais, a noção de ‘estar junto’ são alteradas pelas tecnologias de comunicação. As mídias, estão ‘redesenhando as noções de intimidade e de solidão’” (MARTINO, 2014, p. 124). Utilizando como referência o pensamento de McLuhan (2007), os meios são como “(...) extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam” (p. 72). Essas extensões de que McLuhan fala, ilustram a conexão híbrida formada por Theodore e Samantha.

As mídias digitais permitiram inúmeras formas de relacionamentos humanos, mas é possível questionar até que ponto essa interferência não foi negativa; a expansão do número de usuários não tem precedentes, mas a “barreira digital” entre conectados e desconectados continua; a “exclusão digital” é um problema de origens e consequências econômicas, políticas e sociais, embora formas de integração das mais variadas procurem diminuir esse impacto (MARTINO, 2014, p. 10).

Essa conectividade e imersão no ciberespaço, por meio da cibercultura e seus argumentos, era apontada por Lévy (1999) como tendência de crescimento entre o número de pessoas conectadas, alargando em “(...) ritmo exponencial desde o fim dos anos 80, sobretudo entre os jovens. Há regiões e mesmo países inteiros planejando sua entrada na cibercultura, em particular os mais dinâmicos (refiro-me, à Ásia e a região do Pacífico). Os excluídos serão, portanto, numericamente, cada vez menos” (p. 244).

A “Cultura da Conexão” na sociedade brasileira

O estudo propõe uma conexão entre as relações vividas pelo protagonista de “Her” e sua relação com o sistema, como pano de fundo da pesquisa, paralelamente aos indícios da

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

crecente e dominante influência das plataformas móveis sobre os jovens brasileiros. Diante dessa possibilidade, o tema apresenta uma importante relevância acadêmica e social, pois procura aprofundar a discussão em torno das mudanças de comportamento nas relações humanas, com a massificação das plataformas móveis, a presença constante das mídias no cotidiano desses jovens, bem como a interatividade possibilitadas por elas.

Os deslocamentos tanto físicos (meios de transporte) quanto psíquicos (meios de comunicação), tornaram as pessoas móveis, globais e dispersas. Essas mudanças se acentuaram com a chegada das redes de computadores e os dispositivos móveis, no universo da cibercultura. Romperam a noção de tempo e espaço, possibilitando o compartilhamento simultâneo de vários lugares, tornando o homem “ubíquo” e contribuindo para a implosão da identidade e a fragmentação do sujeito. A sociedade contemporânea já não tem qualquer núcleo ou centro determinado que produz identidades fixas, mas, em vez disso, uma pluralidade de centros, assim como uma pluralidade de identidades (CASTRO, 2014, p. 10).

Uma sociedade enraizada em uma Cultura da Conexão¹⁰ conduz novas percepções do público, interatividade provocada pelas plataformas móveis e a profundidade da mensagem difundida nesse espaço de interação no ciberespaço. Essa transformação de cultura moldada pelas mídias e seu conteúdo, redefine uma lógica midiática, fruto dessa conectividade cultural (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). A medida que se evolui aspectos da sociedade como indicadores socioeconômicos, busca-se à ampliação do acesso e a participação de mais pessoas nas tecnologias midiáticas e desencadeia com isso significativas transformações nos cenários culturais, artísticos e da comunicação como um todo.

A integração entre o computador e os meios de comunicação alterou radicalmente a maneira como ambos se articulam com um processo mais amplo, a cultura. As transformações resultantes dessa junção se espalharam, com velocidade cada vez maior, pelas tramas do cotidiano, ocupando mais e mais espaços. A nova mídia tornou-se parte da vida, e, por conta dessa proximidade, nem sempre suas características vêm à tona (MARTINO, 2014, p. 215).

¹⁰ A tese, em suma, debatida pelos autores Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford é de que a essa transformação de cultura moldada pelas mídias e seu conteúdo propagável, criado, recriado e promovido pelos usuários, molda a lógica midiática, com o intuito de promover maior participação popular, credita-se como sendo uma “Cultura de Conexão”.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Uma iniciativa promovida pela empresa de telefonia móvel, Vivo, intitulado “Usar bem pega bem” teve como propósito levantar a discussão sobre a usualidade dos meios móveis, em detrimento de relações e momentos de convivência. No projeto, personalidades e formadores de opinião foram convocados a participar, bem como o público por meio das redes sociais. Dentre as discussões “Celular e momentos”, o jornalista Phelipe Cruz afirma que “(...) é inevitável o uso do celular em todos [os] momentos da vida” (USAR BEM PEGA BEM, 2015).

Hoje estamos convivendo com as sonoridades e imagéticas computacionais, a hipermídia, as redes, os dispositivos móveis, o ciberespaço em geral e as intrincadas questões colocadas pelo avanço das ciências contemporâneas. Isso tudo está produzindo reviravoltas profundas, verdadeiros giros copernicanos em quaisquer concepções relativamente assentadas de estética, obrigando-nos a repensá-las em detalhes e em profundidade, pois a cada nova emergência tecnológica são gerados novos recursos e procedimentos de criação e conseqüentemente novas formas de sensibilidade estética que configuram o presente à medida que ressignificam o passado (SANTAELLA, 2007, p. 254).

Apesar da vida colaborativa e conectada do mundo contemporâneo, observa-se que o homem sofre alterações - ainda que imperceptíveis por este - em sua construção e noção de identidade.

Novas plataformas criam aberturas para mudanças sociais, culturais, econômicas, legais e políticas, além de constituírem oportunidades para a diversidade e a democratização, pelas quais vale a pena lutar. Os termos dessa participação, todavia, estão ainda por ser definidos e serão formatados por um conjunto de batalhas legais e econômicas que veremos se desenvolver nas próximas décadas (JENKINS, GREEN, FORD, 2014, p. 21).

Tal mutação pode influenciar suas relações humanas, tendendo a modificar essa ligação com a sociedade. “No mundo pós-moderno todas as distinções se tornam fluídas, os limites se dissolvem, e tudo pode muito bem parecer seu contrário, a ironia se torna a sensação perpétua de que as coisas poderiam ser um tanto diferentes, ainda que nunca fundamental ou radicalmente diferentes” (BAUMAN, 2001, p. 111).

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Considerações e encaminhamentos futuros

Essa dependência do “estar conectado” as plataformas móveis, pode criar uma “bolha online” no indivíduo contemporâneo. Essa “bolha” seria reflexo de uma sociedade contemporânea cada vez mais influenciada pelas recentes tecnologias e moldando suas atividades para se manter inserida nesse contexto de inclusão e participação *online*.

Em nosso mundo de furiosa “individualização”, os relacionamentos são benções ambíguas. Oscilam entre o sonho e o pesadelo, e não há como determinar quando um se transforma no outro. Na maior parte do tempo, esses dois avatares coabitam – embora em diferentes níveis de consciência. No líquido cenário da vida moderna, os relacionamentos talvez sejam os representantes talvez sejam os representantes mais comuns, agudos, perturbadores e profundamente sentidos da ambivalência (BAUMAN, 2004, p. 8).

Isto pode ser observado nas recentes pesquisas listadas no projeto, bem como na proposta da empresa de telefonia e a afirmação do convidado da Vivo, Phelipe Cruz. Entretanto, somente o aprofundamento do estudo, revisão bibliográfica e demais atividades da pesquisa proposta no projeto pode confirmar essa tendência, a partir do problema de pesquisa e conseqüentemente, seu objeto de estudo.

Esse aprofundamento constante nas relações midiáticas futura, permitirá traduzir as nuances, tendências, particularidades e situações da cultura da conexão em que esta juventude brasileira vivencia, influencia e é por ela influenciada. Pela precocidade do tema, se faz necessária a identificação das construções simbólicas da relação desse jovem com as mídias sociais e suas ferramentas de acesso – propositalmente, as plataformas móveis. Contudo, é preciso verificar, fomentado por meio do saber científico, a conectividade e se de fato ela pode trazer alterações significativas na vida em sociedade de um determinado grupo.

Com isso, considera-se como o papel do pesquisador em comunicação, entender essa nova realidade para poder adaptar sua produção e veiculação de conteúdo as mudanças de comportamento deste público específico. Assim., o lado do comunicador manifesta-se na responsabilidade societal (BERKOWITZ, 2003), isto é, social para com o próximo, ambiental para com o mundo e suas gerações futuras.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

Referências

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001

_____. **Amor Líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BERKOWITZ, E. N. **Marketing**. São Paulo: LTC, 2003. 1 v.

BIANCHI, G. S.; MOURA, D. *Experiências estéticas e tecnologia – possibilidades e potencialidades acerca dos usos e apropriações de smartphones*. In: **Verso e Reverso**. Porto Alegre, v. 27, n. 64, p. 24-29, jan/abril, 2013.

BOX 1824. **Sonho Brasileiro - Manifesto**. Vídeo disponível em: <<https://vimeo.com/30918170>>, acessado em 25 de agosto de 2016.

CASTRO, V. J. de. *Cibercultura: pós-humano e crise de identidade*. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**. Foz do Iguaçu, p. 1-12, 2014.

ECOMMERCEBRASIL. **Grandes tendências do e-commerce para 2016**. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/eblog/2015/10/16/grandes-tendencias-do-e-commerce-para-2016/>>, acesso em 18 de agosto de 2016.

EXAME. **Projeto Sonho Brasileiro analisa perfil do jovem**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/projeto-sonho-brasileiro-analisa-perfil-do-jovem>>, acesso em 20 de agosto de 2016.

GAZETA DO POVO. **População do Paraná aumenta 6,9% em cinco anos, estima IBGE**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/populacao-do-parana-aumenta-69-em-cinco-anos-estima-ibge-2dbj03pdvdfihgqbd6ffm3epn>>, acesso em 12 de agosto de 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 1991.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

ISTO É. **Curitiba é eleita a melhor cidade do Brasil pelo ranking Istoé/Austin Ratings**. Disponível em: <http://istoe.com.br/436873_CURITIBA+E+ELEITA+A+MELHOR+CIDADE+DO+BRASIL+PELO+RANKING+ISTOE+AUSTIN+RATINGS/>, acesso em 12 de agosto de 2016.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 1990.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

12^o interprogramas de mestrado Faculdade Cásper Líbero

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

ONU. **Direitos da população jovem** - um marco para o desenvolvimento. Disponível em: <http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos_pop_jovem.pdf>, acesso em 22 de agosto de 2016.

PERIODISMO CIUDADANO.COM. **Las redes sociales principal fuente de información de los jóvenes frente a la televisión**. Disponível em: <<http://www.periodismociudadano.com/2016/06/21/las-redes-sociales-principal-fuente-de-informacion-de-los-jovenes-frente-a-la-television/>>, acesso em 23 de junho de 2016.

PROXIMA. **Brasileiro passa, em média, 9,7 horas mensais nas redes sociais**. Disponível em: <<http://www.proxima.com.br/home/social/2015/06/10/Brasileiro-passa--em-m-dia--9-7-horas-mensais-nas-redes-sociais.html>>, acesso em 13 de julho de 2016.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SECOM. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>, acesso em 10 de outubro de 2015.

USAR BEM PEGA BEM. **Usar bem pega bem – Celular e Momentos**. Disponível em: <<http://www.usarbempegabem.com.br/>>, acesso em 17 de julho de 2016.

VALOR. **Mais da metade da população brasileira acessa a internet, aponta IBGE**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4513070/mais-da-metade-da-populacao-brasileira-acessa-internet-aponta-ibge>>, acesso em 25 de agosto de 2016.

VIEIRA, M. do C. *Comunicação, internet e identidade: análises sobre os jovens brasileiros do estado do Pará*. In: ALAIC, São Paulo, v. 11, n. 20, p. 187-195, jan/jun, 2014.