

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E LINGUAGENS
MESTRADO

Diocsianne Correia de Moura

**MEIO E MENSAGEM: USOS E APROPRIAÇÕES DO SMARTPHONE NAS
INTERAÇÕES COTIDIANAS DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS**

CURITIBA
2014

DIOCSIANNE CORREIA DE MOURA

**MEIO E MENSAGEM: USOS E APROPRIAÇÕES DO SMARTPHONE NAS
INTERAÇÕES COTIDIANAS DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS**

Dissertação de Mestrado em Comunicação e Linguagens para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná no Programa de Pós-Graduação Faculdade de Ciências Humanas

Orientador: Prof^a. Dr^a. Graziela Bianchi.

**CURITIBA
2014**

TERMO DE APROVAÇÃO

DIOCSIANNE CORREIA DE MOURA

MEIO E MENSAGEM: USOS E APROPRIAÇÕES DO SMARTPHONE NAS INTERAÇÕES COTIDIANAS DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do título de mestre em Comunicação e Linguagens no Programa de Pós-Graduação, linha de pesquisa: Processos Mediáticos e Práticas Comunicacionais da Universidade Tuiuti do Paraná.

Curitiba, 31 de março de 2014.

Mestrado em Comunicação e Linguagens
Universidade Tuiuti do Paraná

Orientador: Prof^a. Dr^a. Graziela Bianchi
UTP-PPGCOM

Prof. Dr. Carlos Eduardo Marquioni
UTP-PPGCOM – Membro Titular

Prof^a. Dr^a. Carolina Fernandes da Silva Mandaji
UTFPR – Membro Titular

Prof. Dr. Geraldo Magela Pieroni
UTP-PPGCOM – Membro Suplente

DEDICATÓRIA

À minha família, cuja compreensão, dedicação e amor me possibilitaram buscar conhecimento mesmo em situações adversas.

Aos amigos pelo entendimento e apoio nessa etapa de meu desenvolvimento como sujeito e ser humano.

Com certeza, esse sonho só pode ser realizado com o amor e carinho de todos vocês.

AGRADECIMENTO

Primeiramente, agradeço a Deus pela sabedoria, pela resiliência, pela saúde e pela força para me dedicar a este projeto de vida.

Agradeço de todo o meu coração à minha família, em especial, aos meus pais Jorgina e José e, minhas irmãs Jaqueline e Eliane, que sempre torceram e oraram por mim; Amo vocês! Vocês foram meus alicerces e colunas para atravessar essa longa batalha até atingir a superação profissional e pessoal rumo à conquista de uma imensa vitória e realização de um sonho nascido na infância sem muitos recursos, mas cheia de esperança e fé.

A todos os meus amigos e colegas, agradeço a compreensão, paciência e orações. Vocês são especiais!

Um agradecimento especial a minha orientadora Profa. Dra. Graziela Bianchi, que acreditou neste projeto, em meu potencial e em minhas qualidades como aprendiz para orientar-me nessa trajetória, que parece findar, mas teve apenas seu início. Sua confiança e dedicação como mestre e amiga foram fundamentais em todas as etapas, reforçando ainda mais minha convicção de que a convivência com o mestre enobrece o discípulo, tornando-o admirador eterno daquele que lhe ensina. Obrigada por tudo!

À professora Claudia Quadros, agradeço pelos conselhos, pelas dicas de leituras e incentivo. Agradeço aos professores Kati Caetano e Carlos Eduardo Marquioni, pelas críticas construtivas no momento da qualificação desta pesquisa, pela compreensão de minhas fragilidades e orientação à volta aos trilhos. De coração, obrigada!

Agradeço ao Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuitui do Paraná (UTP) por todo o aprendizado e sabedoria cultivados ao longo desses dois anos de intensa entrega à formação.

Agradeço a todos os mestres e doutores que participaram desta etapa de minha vida das mais diversas formas de manifestações, em aulas, seminários, palestras, congressos, e-mails, posts do *Facebook*, etc. Sem o apoio, direto ou indiretamente, sem a dedicação e a paixão pelo ensino e pelo conhecimento - que carregam em seus olhos e corações - minha formação não seria a mesma. Muito obrigada!

Agradeço ao Márcio Barros, pelo apoio incondicional nos momentos em que as dificuldades tentavam ofuscar a conquista deste sonho. Agradeço à Emilene Novak pela amizade e companheirismo nesta importante etapa de nossas vidas. Fomos fortes! Obrigada à Patrícia Pereira Malta de Alencar pela indicação de obras no último instante e que foram de grande valia.

Não posso deixar de ser grata à Meggie, minha cachorra, que companheira e paciente aceitou que seus passeios se tornaram raros, durante o período que me dedicava à pesquisa. Você é especial!

Enfim, um agradecimento a todos aqueles que de alguma forma se mostraram importantes auxiliares para enfrentar situações que eu não conseguiria estando só.

A todos, obrigada!

“O celular sustenta nossas redes, contatos e laços afetivos, mas também expressa poder sobre nosso corpo e os corpos dos outros, em nosso tempo e no tempo dos outros, em nossos territórios real, imaginário e virtual [...].”

(Winocur, 2009, p.43) Mitologia da ilha de Robinson Crusoé
(tradução minha).

RESUMO

O *smartphone* é hoje um aparelho muito presente no cotidiano de jovens, que fazem usos e apropriações de suas ferramentas, transformando-o em um espaço novo e/ou interface de interação e sociabilidade no compartilhamento de experiências e sentimentos entre usuários. Os conceitos de juventude, tecnologia móvel, sociabilidade, pertencimento, identidade, consumo, conversação e interação são utilizados como marco teórico deste estudo. Uma análise desse cenário, já observado no universo acadêmico por pesquisadores, tais como Winocur (2009) e Castells (2007) – com a abordagens das relações cultural, social e de intimidade que se estabelecem com os *smartphones*, bem como das questões da interação via celular –, serve como referência para se observar o avanço que ainda está por vir no que tange à tecnologia móvel, haja vista que raros fenômenos culturais de esfera privada instalaram-se na sociedade e atingiram todos seus setores, em tão curto espaço de tempo e amplitude, como o avanço e o desenvolvimento dessas tecnologias. Assim, este estudo, com base em métodos qualitativos e quantitativos, buscou dados para revelar melhor como se dão os usos e apropriações do *smartphone* – na relação dos jovens com o aparelho – e a existência e delimitação das transformações em seu modo de vida, em sua identidade social, por meio da conversação mediada por essa plataforma móvel. Os dados colhidos revelaram parcialmente o universo dos usos e apropriações que os jovens realizam com o *smartphone* em seu cotidiano. As análises permearam o cenário universitário, revelando fragmentos acerca da interação social e o compartilhamento de experiências realizadas pelo uso do aparelho, principalmente, entre jovens universitários com idade entre 25 e 30 anos, em Curitiba (PR).

Palavras-chave: *Smartphone*; Interações; Sociabilidades; Conversação; Jovens.

ABSTRACT

The smartphone is now very present in the daily lives of young people, who make uses and appropriations of their tools, transforming it into a new and / or interaction and sociability in the experiences and feelings among users sharing space interface device. The concepts of youth, mobile technology, social life, belonging, identity, consumption, conversation and interaction are used as the theoretical framework of this study. An analysis of this scenario, as noted by researchers in academia, such as Winocur (2009) and Castells (2007) - with the approaches of cultural, social and intimate relationships established with smartphones, as well as issues of interaction via cell - serves as a reference to observe the progress that is yet to come in regard to mobile technology, given that rare cultural phenomena privacy settled in society and met all its sectors, in such a short time and amplitude, and the advancement and development of these technologies. This study, based on qualitative and quantitative methods, data sought to reveal how to give the best uses and appropriations of the smartphone - the relationship of young people with the handset - and the existence and delineation of changes in their way of life in their social identity mediated through this mobile platform conversation. The data collected partially revealed the universe of uses and appropriations that young people carry on with their everyday smartphone. Analyses permeated the university setting, revealing fragments on the social interaction and the experiments performed by use of the device, especially among university students aged between 25 and 30 years, in Curitiba (PR).

Keywords : Smartphone ; Interactions ; Sociabilities ; Conversation ; Young

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PRIMEIRO CELULAR: ERICSSON MTA.....	13
FIGURA 2 – PRIMEIRO CELULAR LANÇADO NO BRASIL: MOTOROLA PT-550.....	13
FIGURA 3 - GRÁFICO DO GÊNERO SEXUAL DO USUÁRIO.....	83
FIGURA 4 – GRÁFICO DAS FUNÇÕES DO SMARTPHONE MAIS UTILIZADAS.....	83
FIGURA 5 – GRÁFICO DA FINALIDADE DOS APLICATIVOS DE CONVERSAÇÃO.....	84
FIGURA 6 – GRÁFICO DA UTILIZAÇÃO DOS APLICATIVOS DE CONVERSAÇÃO.....	85
FIGURA 7 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: ENVIO E RECEBIMENTO DIÁRIO DE SMS.....	86
FIGURA 8 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: ENVIO DIÁRIO DE MENSAGENS VIA APLICATIVOS.....	86
FIGURA 9 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: LIGAÇÕES EFETUADAS E RECEBIDAS DIARIAMENTE.....	86
FIGURA 10 – GRÁFICO MODELO DE LINHA TELEFÔNICA CONTRATADA PELOS USUÁRIOS	87
FIGURA 11 – GRÁFICO QUANTIDADE DE LINHAS TELEFÔNICAS UTILIZADAS PELOS USUÁRIOS.....	87
FIGURA 12 – GRÁFICO MARCAS DE SMARTPHONE ESCOLHIDA PELOS USUÁRIOS.....	88
FIGURA 13 – GRÁFICO DA OPERADORA UTILIZADA PELOS USUÁRIOS.....	88
FIGURA 14 – TELA DO DIÁRIO DE CAMPO DO PARTICIPANTE ‘A’.....	99
FIGURA 15 – TELA DO DIÁRIO DE CAMPO DO PARTICIPANTE ‘B’.....	101

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – EXEMPLO DE GERAÇÕES DE TECNOLOGIA DE CELULAR NO BRASIL.....	14
QUADRO 2 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS JOVENS E SUA REPRESENTAÇÃO NAS DÉCADAS.....	52
QUADRO 3 – DADOS COLETADOS NO GRUPO FOCAL.....	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2. DO CELULAR AO SMARTPHONE: PERCURSO E IMPLICAÇÕES DE SEU DESENVOLVIMENTO	27
2.1 INDIVÍDUO: O PERTENCIMENTO E A IDENTIDADE	31
2.2 CONVERGÊNCIA: DO CELULAR AO SMARTPHONE	36
2.3 CIBERCULTURA E MOBILIDADE	43
2.4 INTERAÇÃO MEDIADA	47
3. PROCESSOS DE INTERAÇÃO JUVENIL VIA SMARTPHONE: CONVERSAÇÃO, PERTENCIMENTO, IDENTIDADE E CONSUMO	51
3.1 INTERAÇÃO SOCIAL: IDENTIDADE, PERTENCIMENTO E CONSUMO	56
3.1.1 Jovem e Mediação	59
3.2 DA INTERAÇÃO FACE A FACE À CONVERSAÇÃO VIA SMARTPHONE	63
4. CAMINHOS DA PESQUISA E ANÁLISES	76
4.1 PESQUISA QUALITATIVA E EXPLORATÓRIA	76
4.1.1 Fase 1: explorando possibilidades	78
4.1.2 Fase 2: descortinando o objeto	80
4.1.3 Fase 3: dados revelados	82
4.2 DIÁRIO DE CAMPO	94
4.2.1 Análise do diário de campo	96
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
REFERÊNCIAS	109
APÊNDICES	Erro! Indicador não definido.

1 INTRODUÇÃO

Estamos, cada dia mais, em uma sociedade, além de tecnológica, móvel (no sentido da mobilidade oferecida com o advento da Internet) e regida por diferentes regras, desafios novos e amplas possibilidades. Com isso, em intensidades de maior ou menor escala, presenciam-se invenções que afetaram e afetam as formas de produção de bens e de serviços, bem como o processo de trabalho e, claro, as vidas social, familiar e individual das pessoas, com modificações profundas que se apresentam como amplo campo de estudo. Por conta disso, nesta pesquisa procurou-se olhar para essas modificações e transformações com base em aspectos históricos, sociais, culturais e tecnológicos.

Na era da informação, nascida com o acesso às tecnologias digitais, da disseminação dos computadores e, em especial, da internet, percebe-se que a sociedade passou a ser afetada de modo radical tanto no campo do trabalho quanto dos negócios, dos relacionamentos interpessoais e no contato pessoal. Muitas das ações anteriormente realizadas por inteligência humana passaram a ser executadas por máquinas, o que levou indivíduos à preparação para assimilar tais transformações em suas vidas pessoais e profissionais e em seu modo de se comunicar e viver em sociedade.

Assim, o pressuposto deste estudo é que, neste contexto, uma tecnologia, em especial, destacou-se por sua estabilidade rápida na vida social dos indivíduos: a tecnologia móvel do celular. Ao passo que tecnologias como a radiodifusão e os satélites levaram décadas para se consolidarem na sociedade e passarem a ser acessíveis a um grande número de pessoas, o celular (como canal de comunicação) levou apenas 17 anos para tal. Apesar de seu início ter ocorrido no ano de 1947, o celular não teve muito apelo por conta da tecnologia que existia à época. E sua história começou realmente em 1973, quando foi efetuada a primeira chamada de um telefone móvel para um telefone fixo, com o uso de uma tecnologia ainda limitada, resultando assim no desenvolvimento do primeiro dispositivo considerado um “celular”¹, sendo ele o aparelho da imagem a seguir, o Ericsson MTA.

¹ Histórico do surgimento do primeiro celular. Disponível em:<<http://www.techtudo.com.br/curiosidades/noticia/2011/07/o-primeiro-celular-da-historia.html>> Acesso em: 20 de jan. de 2013.

FIGURA 1 – PRIMEIRO CELULAR: ERICSSON MTA



Ocorre, no entanto, que o dispositivo desenvolvido pela Ericsson perde o posto de “celular” em abril de 1973, quando a Motorola, concorrente da Ericsson, lança o Motorola Dynatac 8000X. Seis anos mais tarde, os telefones celulares no Japão e na Suécia já ofereciam a tecnologia. Nos EUA, apesar de ser o país sede da invenção, o funcionamento só começou em 1983, 10 anos depois de sua apresentação. No Brasil, em 1990, o Motorola PT-550 (Figura2) foi o primeiro celular a ser lançado no país, sendo vendido inicialmente no Rio de Janeiro e logo depois em São Paulo:

FIGURA 2 – PRIMEIRO CELULAR LANÇADO NO BRASIL: MOTOROLA PT-550



No Brasil, foi no ano de 1990 que a empresa de Telecomunicações do Estado do Rio de Janeiro (TELERJ), lançou a primeira rede de telefonia celular no país. A cidade seguinte a oferecer tal tecnologia foi Salvador (BA). Ao completar mais de duas décadas² de sua presença no país, o celular, desde o seu lançamento até os dias atuais, já passou por cinco gerações de tecnologia e encaminha-se para uma sexta, refletindo a exigência de maior qualidade dos recursos por seus usuários, conforme ilustrado no Quadro 01.

QUADRO 1 – EXEMPLO DE GERAÇÕES DE TECNOLOGIA DE CELULAR NO BRASIL

(Continua)

Primeira geração, ou 1G	Fase analógica, dominou o mercado no início dos anos 1980.
Segunda geração, ou 2G	Início da era digital, desenvolvida no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, usava os sistemas CDMA e TDMA. Também é a geração dos <i>chips</i> , o chamado GSM.
A segunda geração e meia, ou 2,5G	Versão melhorada da 2G, com melhor transmissão de dados.
A terceira geração, ou 3G	Atual geração de celulares em boa parte do mundo, operando desde o final dos anos 1990, possibilitou o acesso à internet, entre outras funções digitais avançadas.
A terceira geração e meia (3,5G)	Assim como a 2,5G, é uma evolução da geração anterior, a 3G, com maior velocidade de conexão com a internet, o que a aproxima da velocidade da internet banda larga convencional
A quarta geração (4G)	Encontra-se em pleno desenvolvimento.

FONTE: próprio autor.

² Em 2011, o país já comemorava o crescimento do número de usuários que transformou a paisagem digital do Brasil. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/20-anos-de-celular-no-brasil/>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

Em 2010, o país já era o sexto maior mercado do mundo em telefonia celular com mais de 200 milhões de aparelhos em uso, ou seja, uma média de mais de um aparelho por habitante, segundo a União Internacional das Telecomunicações. Atualmente, o Brasil é o quarto país do mundo em número de *smartphones*.³ Reflete-se que, por meio dos usos e das apropriações de recursos e ferramentas do *smartphone*, pode estar ocorrendo a potencialização da interação social de jovens universitários, grupo que tem apresentado crescimento significativo, conforme o censo populacional realizado no ano de 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).⁴ Este mesmo estudo apresenta dados que trazem também o crescimento do uso de aparelhos celulares/*smartphones* para fins de interação social tanto em ambientes *on-line* quanto *off-line*, principalmente, na idade que interessa à faixa etária desta pesquisa, que vai de 24 a 29 anos, bem como um aumento interessante na faixa etária um pouco acima, dos 30 aos 34 anos, em especial entre mulheres.

No Brasil, em 2012, um estudo do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE)⁵ revelou um número importante e expressivo em relação ao uso do *smartphone*, o qual apresentou um aumento na projeção de vendas dos dispositivos. Segundo o estudo, os consumidores teriam interesse maior em adquirir o *smartphone* do que o celular comum. Reforçando o cenário promissor da tecnologia móvel, no mesmo ano, o estudo global realizado pela Motorola *Mobility* com 9 mil consumidores em 16 mercados revelou que os brasileiros são os que mais assistem TV móvel via *smartphone*, PC ou laptop, na América Latina. Ao todo, 34% dos entrevistados mantêm esse hábito no Brasil, colocando o país próximo à média global, que é de 37%.⁶

Em relação à base de usuários, esse estudo da Motorola⁷, realizado no Brasil em 2012, constatou que 30,3% do total possuem um *smartphone*, sendo:

3 Dado divulgado pela consultoria Morgan Stanley em 29 de maio de 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/brasil-e-o-quarto-pais-do-mundo-em-numero-de-smartphones>>. Acesso em: 05 jan. 2014.

4 Sinopse da pesquisa, disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/>>. Acesso em: 17 nov. 2012.

5 “Consumidor pretende comprar mais smartphone do que celular comum”. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumidor%20pretende%20comprar%20mais%20smartphone%20do%20que%20celular%20comum.aspx>>. Acesso em: 25 abr. 2013.

6 “34% dos brasileiros assistem TV móvel, estima Motorola Mobility”. Disponível em: <<http://www.dtv.org.br/34-dos-brasileiros-assistem-tv-movel-estima-motorola-mobility/>>. Acesso em: 29 maio 2013.

7 A pesquisa revela ainda que 33,9% acessam redes sociais pelo celular, sendo que as preferências (na época) recaíam sobre a busca do Google, com 68,1%, seguidas pelo Orkut (49,4%), Facebook

10,9% de aparelhos Iphone, 17,8% Samsung e 35% Nokia. Destes, 33,8% usam os dispositivos para o trabalho. Desse universo, 47% usam banda larga 3G, ultrapassando o número de usuários que acessam internet por banda larga fixa.

Outras informações e dados⁸ revelam a forte presença e crescimento dos dispositivos móveis – *smartphones* – no cotidiano dos sujeitos. De acordo com relatório anual da Cisco 2012⁹, que apresenta um estudo de tendências, demandas e comportamento dos jovens ao acesso à rede, liberdade de uso de dispositivos móveis, mídias sociais e estilo de vida profissional, em 14 países, realizado com 2.800 universitários e jovens, no ano de 2011, cerca de 3,4 bilhões de pessoas estarão conectadas à internet em 2016, refletindo 45% da população mundial.

Já no ano de 2013, o mercado mundial de *smartphones* superou a marca de um bilhão de aparelhos comercializados pela primeira vez. No total, 1,004 bilhão de *smartphones* foram vendidos no mundo inteiro, um aumento de 38,4% em relação as 725,3 milhões de unidades registradas em 2012. Em relação a 2011, quando foram comercializados 494,4 milhões, o número mais do que dobrou.

A proporção em relação ao mercado de celulares como um todo também foi recorde: os *smartphones* responderam por 55,1% do total de 1,821 bilhão de telefones móveis vendidos em 2013. No ano anterior, esse índice ficou em 41,7%.¹⁰

Outro dado relevante para os estudos comunicacionais dos usos e apropriações do dispositivo móvel recai sobre o cenário nacional. O número de linhas móveis ativas no Brasil é 271,1 milhões. O país também registra um total de

(46,9%), Twitter (36,6%), Portal MSN (35,5%), Globo.com (25,3%), Yahoo (16,5%), UOL (14,9%), Terra (10,3%), iG (5,7%) e Linkedin (2,9%). Esses dados independem de classe social. Atualmente, sabe-se que os dados sofreram alterações, um dos indicativos é a atual baixa de acessos dos usuários ao Orkut e a ascenção do Facebook e o aparecimento de novas redes sociais.

⁸ Entre os estudos, destaca-se o de Annelore Spieker de Oliveira, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2007), intitulada “Smartphones e trabalho imaterial: uma etnografia virtual sobre sujeitos usuários de dispositivos móveis convergente”. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=98876> Acesso em: 02 abr. 2013.

⁹ Estudo anual prevê que o número de dispositivos e ligações atinja os 19 mil milhões, quase duplicando de 2011 a 2016. Disponível em: <<http://www.cisco.com/web/PT/press/articles/2012/20120601.html>>. Acesso em: 24 jul. 2013.

¹⁰ Dados da consultoria IDC, que também revelam a liderança da Samsung no ranking de fabricantes de *smartphone*, que apresenta 31,3% de mercado e 313,9 milhões de unidades comercializadas. A Apple ficou em segundo lugar, vendendo 153,4 milhões de iPhones, pouco menos da metade do que a concorrente sul-coreana. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/noticias/afp/2014/01/28/vendas-de-smartphones-batem-o-bilhao-com-samsung-a-frente-idc.htm>>. Acesso em: 28 jan. 2014.

103,11 milhões de acessos à internet, dos quais, 1,31 milhões são terminais 4G (dados referentes ao fechamento do ano de 2013).¹¹

Além dos dados apresentados, há que se compreender que diferentemente da chegada dos primeiros dispositivos¹² móveis chamados “celulares”, nos dias atuais presenciamos a tecnologia sendo aplicada aos *smartphones*, que cada dia mais o consolida como “um meio de extensão do homem”, conforme teorizado por McLuhan (2006). E, entre os grupos sociais em que esse aparato tem apresentado maior impacto, estão os jovens, que utilizam os recursos e as ferramentas do dispositivo de modo intenso e ágil, por terem nascido praticamente no mesmo momento em que tal tecnologia era inserida na sociedade, além de acompanharem e se adaptarem com maior facilidade e avidez à sua rápida evolução, pois eles possuem conhecimento prévio de tecnologias por contam, por exemplo, do uso de computadores *desktops* e *notebooks*. Não é o fato de nascer na era digital que se tem facilidade de uso, mas sim, por estarem em meio a uma sociedade que se expande tecnologicamente e o coloca a tornar-se usuário dessas tecnologias.

A palavra *smartphones*, cujo termo “*smart*” é do inglês “inteligente”, é entendido como “telefone inteligente” por oferecer a convergência de mídias em um único aparelho. E a tendência da tecnologia pessoal do *smartphone*, juntamente com a disponibilidade de diversos modelos, com conexão com a internet via *Wi-Fi*¹³,

11 “O Brasil tem 271,1 milhões de linhas móveis ativas. O país encerrou 2013 com 9,9 milhões linhas sendo ativadas pelos consumidores. Neste universo, Vivo e Tim aparecem na primeira e segunda colocação com maior participação de mercado, com 28,49% e 27,09%, cada. Claro e Oi aparecem na sequência, com 25,34% e 18,32%. Os números são de um relatório da Anatel. Os acessos pré-pagos totalizavam 211,58 milhões (78,05% do total) e os pós-pagos 59,52 milhões (21,95%). A banda larga móvel totalizou 103,11 milhões de acessos, dos quais 1,31 milhões são terminais 4G.” Disponível em:<<http://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/29795/brasil-tem-271-1-milhoes-de-linhas-moveis-ativas.html>>. Acesso em: 26 jan.2014.

12 Termo entendido como: 12 “Aquilo que procuro individualizar com este nome é, antes de tudo, um conjunto absolutamente heterogêneo que implica discursos, instituições, estruturas arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas, em resumo: tanto o dito como o não dito, eis os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se estabelece entre esses elementos. [...] Assim, o dispositivo é um conjunto de estratégias de relações de força que condicionam certos tipos de saber e por eles são condicionados” (FOUCAULT *apud* AGAMBEN, 2009, p. 28). A partir dessa ideia basilar sobre o dispositivo, Agamben desenvolve uma reflexão sobre sua origem no termo grego *oikonomia* que, adaptado ao latim dos padres da Idade Média, transformou-se em dispositivo, do qual se origina o termo dispositivo. A *oikonomia* diz de um conjunto amplo de práticas, saberes e instituições cuja função é gerir, controlar e orientar os pensamentos e as ações do homem. Da sua relação com a *oikonomia*, temos que o dispositivo diz daquilo através do qual uma atividade de gestão e produção se realiza, sem fundamento no ser – “Por isso os dispositivos devem sempre implicar um processo de subjetivação, isto é, devem produzir o seu sujeito (AGAMBEN, 2009, p. 38)”.

13 Termo licenciado pela Wi-Fi Alliance para explicar as redes sem fio baseadas no padrão IEEE 802.11. Na prática, é entendido simplesmente como uma tecnologia que permite a conexão entre vários dispositivos sem fio. Disponível em: <<http://tecmundo.com.br/197-o-que-e-wi-fi-.htm#xzz1Vgdf>>

3G¹⁴, 4G¹⁵ e uma infinidade de funções, tem influenciado, cada vez mais, para que esse aparelho esteja na lista de itens de “sonho de consumo” dos jovens, sempre ávidos por novidades. Entre os recursos e as características que chamam a atenção – em termos de conteúdo, informação e interatividade – e podem ser utilizados até mesmo de modo gratuito, está o acesso à internet remota em qualquer lugar do planeta, a possibilidade de baixar músicas em mp3, ouvir rádio, assistir à TV, fazer filmes, gravar voz, tirar fotos, receber e-mails, enviar mensagens de texto e multimídia, entre outros.

Com essas características, o uso do celular *smartphone* impactou a mudança de comportamento das pessoas, em seus relacionamentos com outros e com as máquinas. Hoje, por exemplo, cada indivíduo pode ser localizado em qualquer tempo ou lugar, pode realizar transações bancárias e pagar o táxi com um aparelho que cabe no bolso. E isso reflete certa necessidade das tecnologias móveis, até mesmo na vida daqueles que não a conhecem ou não a apreciam. Mudam-se hábitos diários em busca de alguma contribuição ou potencialização da própria qualidade de vida. Pensando nesses aspectos, essa pesquisa pretende apresentar outro olhar em relação aos usos e às apropriações que os indivíduos fazem do *smartphone* e o impacto social dessa tecnologia móvel ofertada pelo dispositivo. É preciso analisá-la para compreender as profundas transformações e mudanças que – até o momento – resultaram do surgimento e do aperfeiçoamento delas e que, daqui em diante, poderão produzir mudanças ainda maiores que podem ser previstas.

Pesquisas que serão apresentadas ao longo deste estudo apontam transformações de ordem prática na sociedade com o advento do uso do *smartphone*. Por ser um objeto de desejo dos jovens para as ações do cotidiano, esse aparelho revelou-se como um novo espaço de interação e sociabilidade dos

CcHJ>. Acesso em: 12 out. 2012. É uma tecnologia que permite que um dispositivo eletrônico efetue a troca de dados sem fio (através de ondas de rádio) ao longo de uma rede de computadores, incluindo conexões e internet de alta velocidade. Disponível em: <<http://postscapes.com/internet-of-things-technologies>>. Acesso em: 12 out. 2012.

14 É uma tecnologia móvel que permite ao usuário navegar na internet em alta velocidade sem a utilização de fios. Pode ser utilizada através de modem (para computadores e notebooks) ou por celulares, smartphones e tablets. Leia mais em: <<http://tecmundo.com.br/226-o-que-e-3g-.htm#ixzz1Vgh6iRXk>>. Acesso em: 12 out. 2012.

15 Nas redes 4G, o sinal de dados é transmitido por cabo de fibra óptica, os quais proporcionam qualidade nas transmissões, diferente das redes 3G, nas quais o sinal de dados é transmitido até as antenas repetidoras por ar tornando a transmissão mais lenta. Leia mais em: <<http://www.tecmundo.com.br/4g/40528-como-funcionam-as-redes-4g-ilustracao-.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2013.

indivíduos, como bem destaca Winocur (2009), no tocante ao compartilhamento de suas experiências e sentimentos como usuários. Rheingold (2002) coloca esse revelar de um novo espaço para as interações dos jovens como sendo também a “próxima revolução social” e, por isso, tem sua importância destacada em diversas áreas, inclusive, na Sociologia. Para esse autor, essa revolução é a grande questão e não é nada simples de ser compreendida, merecendo atenção de todos e muita cautela:

Os sociólogos têm desenvolvido um vocabulário inteiro discutindo os aspectos técnicos da cooperação. Para lançar os impactos da mídia móvel e pervasivo em termos conhecidos dos sociólogos, eu perguntaria como essas portagens podem influenciar a ação coletiva e bens públicos. (RHEINGOLD, 2002, p. 31, *apud* SMITH, 2001, p. 30, tradução minha).¹⁶

Olhar para os usos e as apropriações das tecnologias móveis pela juventude é compreender sua força potencializadora nas mudanças histórico-sociais e culturais, por meio das interações e da sociabilidade, que é inerente ao próprio ser vivente. Por isso, esta pesquisa traz uma análise dos usos e das apropriações que os jovens universitários, de 25 a 30 anos, residentes em Curitiba (PR), estão fazendo do *smartphone*, para sua sociabilidade e interação. Para tal, apresentam-se dados colhidos com questionários e entrevistas realizados com grupo focal, iniciou com 20 participantes, estudantes universitários do curso de Comunicação Social da Universidade Tuiuti do Paraná, e finalizou com a presença de 02 integrantes, um de cada gênero sexual. A redução no número de participantes no método empírico possibilitou maior aproximação entre pesquisador e pesquisados, permitindo o revelar de certas informações relevantes ao contexto do estudo.

Nessa perspectiva, a presente pesquisa nasceu por meio de angústias pessoais quanto ao uso dos *smartphones* por colegas de trabalho e do círculo de amigos da autora. Percebeu-se que há mudanças e influências sutis no processo comunicacional desses jovens com o advento das tecnologias móveis – em especial do *smartphone* –, já revelado por pesquisas acadêmicas. Questionou-se sobre o modo como esse dispositivo influencia esse processo e se seria possível pensar nas

16 “Sociologists have developed an entire vocabulary arguing the technicalities of cooperation. To cast the impacts of mobile and pervasive media in terms sociologists know about, I'd ask how these tools might influence collective action and public goods (RHEINGOLD, 2002, p. 31 *apud* SMITH, 2001, p. 30)”.

relações sociais desse grupo social na atualidade, levando-se em consideração essa interface, bem como o entendimento do que seja a Cibercultura. Isso porque esta contribui para exemplificar o desenvolvimento dos meios de comunicação até a convergência em *smartphones* e qualifica a análise do relacionamento dos indivíduos com essas tecnologias digitais móveis, e os usos e as apropriações que fazem delas para se comunicar com outros.

Tais questionamentos já foram pontuados por diversos autores, entre eles, Ling (2004), que declarou a importância do *smartphone* no cotidiano dos jovens: “Contamos com o telefone móvel. Ele nos ajuda a coordenar a vida corrida, nos proporciona uma sensação de segurança e nos torna acessível aos outros. Nós personalizamos o dispositivo, e ao fazer isso, fazemos uma declaração a respeito de quem somos e como queremos ser vistos” (LING, 2004, p. 4)¹⁷.

Indo além do que expôs McLuhan, para o qual o meio é a mensagem, um fato importante nessa relação jovem-*smartphone* foi pontuado por Winocur (2009)¹⁸: “não é a tecnologia que estabelece limites entre os mundos dos jovens e dos adultos, mas o alcance e o sentido da experiência obtido dela no tocante ao universo prático e simbólico de cada geração”. E é exatamente esse sentido da experiência, que reflete a vida sociocultural do indivíduo, que esta pesquisa revela, questionando, refletindo as experiências dos jovens da atualidade por meio dos usos e das apropriações das atuais tecnologias, mais especificamente, o *smartphone*, uma vez que este tem sido utilizado como extensão do próprio corpo por seus usuários. Acredita-se que este tema é de muita relevância para o campo da Comunicação, uma vez que se viabiliza o entendimento sobre esse jovem e a relação dele com essa tecnologia móvel de informação e comunicação oferecida na plataforma desse dispositivo.

Faz-se necessário, para um pano de fundo da discussão, perceber como o *smartphone* constitui-se em mais uma linguagem e de que forma essa nova linguagem permeia e influencia a construção da sociabilidade para os jovens usuários do aparato, entendendo que existe outra lógica de sociabilidade com o surgimento dessa tecnologia, que tem se transformado por meio das novas

17 Do autor: “We rely on the mobile telephone. It helps us coordinate our lives on the run; it provides us with a sense of safety and give us accessibility to others. We personalize the device, and in doing so we make a statement as to who we are and how we want to be seen (LING, 2004, p. 4)”.

18 Do autor: “No es la tecnología en sí misma la que marca los límites y los quiebres entre el mundo de los adultos y de los jóvenes, sino el alcance y el sentido de la experiencia con la tecnología dentro de los confines del universo práctico y simbólico de cada generación (WINOCUR, 2009, p. 18)”.

possibilidades tecnológicas móveis na aproximação e organização de pessoas por seus valores, projetos, interesses específicos e afinidade. Castells (2004) explica que há uma transição da sociabilidade do lugar – na qual prevaleciam as relações primárias (família, lugar de residência, emprego) para o predomínio de um novo sistema de relações sociais, mais centradas no indivíduo.

Em busca por estudos voltados para este propósito, localizaram-se experiências com outros grupos sociais, tais como mulheres¹⁹, e também, de etnografia virtual de sujeitos usuários de *smartphones*. Mas, não se localizou o mesmo propósito desta pesquisa, que sugere um olhar aos jovens de 25 a 30 anos, à sociabilidade e à interação deles na sociedade, na qual as próprias vivências e os anseios deles são modificados mediante o uso de ferramentas de conversação disponíveis em tecnologias móveis, como a do *smartphone*.

A escolha de situar Curitiba (PR) como local da mostra desta pesquisa deu-se pelas condições de disponibilidade da própria pesquisadora, além do fato de ela residir nessa cidade e seu rol de relações sociais e profissionais ser, em maior escala, nessa localidade. A proximidade da localidade à pesquisadora é de extrema relevância e ganha destaque na pesquisa por oportunizar e ser viável em aspectos geográficos à etapa de construção de amostras, em possibilidade de futuros procedimentos metodológicos presenciais.

As últimas tendências da mobilidade ofertada pelo uso da tecnologia móvel na capital paranaense também embasam a escolha da cidade para a pesquisa. Jovens dentro da faixa etária desta pesquisa aparecem com destaque em notícias locais, como exemplificada na reportagem sobre aplicativos gratuitos²⁰, datada de 20 de abril de 2013, divulgada no suplemento jovem *Gaz+*, do jornal *Gazeta do Povo*, um dos principais jornais da localidade.

Outro aspecto que torna a capital paranaense como foco de observação no aspecto do desenvolvimento das tecnologias móveis (os *smartphones*), é o fato de ser uma das localidades que estão à frente no quesito “avanço tecnológico”, com a oferta da tecnologia 4G. Em 2013, uma terceira operadora passou a oferecer o

¹⁹ Ex.: tese de Doutorado da pesquisadora Sandra Rubia Silva: “Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo escolar”, da Universidade Federal de Santa Catarina – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://www.antropologia.ufsc.br/ppgas/?page=teses>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

²⁰ Reportagem sobre “Aplicativos de ônibus em Curitiba (Apps) também ajudam galera que depende de táxis”, relatando a relação dos jovens curitibanos com seus *smartphones*. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/gaz/mundobit/mobilidade-a-um-clique-do-celular/>>. Acesso em: 24 ago. 2013.

serviço na cidade. Depois da Claro e da Vivo, “A TIM se torna a terceira operadora a oferecer o serviço na capital. A Claro, a primeira a lançar o 4G na cidade, atende hoje em 64 bairros. A Vivo, por sua vez, oferece o sinal em 47 bairros.”²¹

A questão do 3G e do 4G influencia os dados desta pesquisa e são trazidos à reflexão à medida que se apresenta como a continuidade de uma evolução da tecnologia móvel, seu reflexo dá-se na demanda de novas ferramentas e funções, e na possibilidade de ampliação de usuários por serviços com maior rapidez. Com o acesso com 4G há também a questão dos acessos gratuitos (Wi-Fi) às redes sociais, serviços de *download* de arquivos, aplicativos, ferramentas, etc., que podem impactar o crescimento do número de usuários de *smartphones* e a democratização dessa tecnologia²².

Além disso, está presente neste contexto o conceito de consumo abordado por Bourdieu (2007), o qual aparece por meio da busca por usos e apropriações das tecnologias móveis que surgem a cada dia por grupos sociais de interesse como jovens universitários curitibanos.

Diante dos argumentos, dados e possibilidades de se refletir os usos e apropriações do *smartphone* no contexto da sociedade contemporânea expostos até aqui, tem-se a seguir o problema de pesquisa e os objetivos gerais e específicos dela, com base no entendimento de que o advento do surgimento do *smartphone*, originado no contexto da convergência das mídias – e os usos e apropriações dele por jovens usuários –, é um movimento da comunicação que gerou e continua gerando inúmeras transformações na vida sociocultural.

Diante desse cenário, pergunta-se: **como os jovens universitários estão utilizando os recursos dos smartphones na atualidade no que diz respeito à interação social, à sociabilidade e ao compartilhamento de experiências em Curitiba (PR)?** Com essa pesquisa, pretendeu-se oportunizar uma melhor compreensão da maneira como o *smartphone*, entendido como interface, pode contribuir para a existência de práticas sociais dos jovens num sistema em que coexistem diferentes linguagens, bem como o surgimento de outros modelos de conversação mediada por tecnologias móveis.

21 Reportagem do jornal Gazeta do Povo, editoria Tecnologia: “Tim lança serviço 4G para algumas ‘ilhas’ de Curitiba” Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/conteudo. phtml?id=1403465&tit=TIM-lanca-servico-4G-para-algunas-ilhas-de-Curitiba>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

22 Disponível em: <<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=35848&id=17>>. Acesso em: 27 jan. 2014.

Para tal, a pesquisa apresenta os recursos ofertados por esse dispositivo para focar a análise dos recursos de conversação utilizados por jovens universitários, de 25 a 30 anos, residentes na capital paranaense, no intuito de caracterizar o modo como esse grupo interage com o aparelho na relação espaço-tempo visando caracterizar a interação e a sociabilidade deles e, observar como isso se configura dentro dos elementos que compõem o processo comunicacional, especialmente no tocante às interações e sociabilidades possíveis por meio de aplicativos de conversação, que podem revelar o surgimento de novos modelos de conversação mediada com os usos e as apropriações da tecnologia móvel.

Esta pesquisa ocorre em um momento em que a tecnologia móvel evolui a passos largos, o consumo de aparelhos tecnológicos aumenta, bem como o investimento do governo e de empresas privadas do setor de Telecomunicações, que é apresentado no capítulo seguinte. A sociedade organizada volta-se para ofertar o acesso, por meio de redes Wi-Fi, 3G e 4G, a ferramentas tecnológicas móveis, como *tablets* e *smartphones*, especialmente na oferta desses aparelhos com preços mais acessíveis, impulsionando a aquisição deles, expondo a urgente análise dos usos e das apropriações que os jovens têm feito dessa tecnologia móvel, especificamente no caso do *smartphone*.

Apresenta-se reflexões que abordam a evolução histórico-social-tecnológica da sociedade e dos sujeitos que a integram, dentro da qual se coloca uma luz sobre os usos e apropriações que esses jovens universitários fazem dos recursos e das ferramentas ofertados nos *smartphones* e o modo como utilizam em suas interações cotidianas.

Conceitos de termos como juventude, interação social, socialização e sociabilidade e o impacto de questões de identidade, consumo e sentimento de pertencimento também estão presentes nas reflexões deste estudo. Além disso, pode-se afirmar que o viés comunicacional desta investigação passa pelas questões da sociabilidade, da interação e pelos processos comunicacionais que serão possíveis pelo uso efetivo da tecnologia móvel, abordado à luz da Cibercultura - entendida aqui como a nova cultura tecnológica planetária, que constrói processos coletivos sendo também um:

conjunto de processos tecnológicos, midiáticos e sociais emergentes a partir da década de 70 do século passado com a convergência das telecomunicações, da informática e da sociabilidade contracultural da época

(Breton, 1990; Castells, 1996), tem enriquecido a diversidade cultural mundial e proporcionado a emergência de culturas locais em meio ao global supostamente homogeneizante. Uma das principais características dessa cibercultura planetária é o compartilhamento de arquivos, música, fotos, filmes, etc.[...] (LEMOS, 2004, p.13).

Os processos coletivo que são construídos na cibercultura, como apontado por Lemos (2004), também estão presentes nos atuais recursos que o *smartphone*. Por sua característica convergente, o dispositivo favorece em sua plataforma o acesso de jovens à trocas por meio de diálogos via aplicativos de conversação, que transmitem mensagens variadas, entre elas, aquelas que relatam a busca ou manutenção do sentimento de pertencimento a um grupo social.

Destacam-se como ponto relevante dessa discussão os benefícios que a tecnologia móvel traz à sociedade, como a quebra de barreiras existentes nas comunicações individual e coletiva, bem como a disseminação de informação e do conhecimento em larga escala. Vale ressaltar que, ao buscar compreender qual é a relação dos jovens com o *smartphone* e seus recursos no cotidiano, pretende-se também analisar outras situações que possam contribuir, ou não, para a sua sociabilidade.

Para a realização da pesquisa buscou-se delimitar o *corpus*. Nesse sentido, o principal destaque será para as relações que os jovens universitários estabelecem por meio da interface do *smartphone* em suas redes de sociabilidade. Para tal, no presente capítulo ou capítulo 01 (Introdução) apresentou-se um cenário do celular/*smartphone* no Brasil, com dados e noções que norteiam e demonstram a importância de uma reflexão sobre suas potencialidades e usos na atualidade. Ainda neste capítulo, como referências teóricas essenciais para o desenvolvimento desta dissertação, bem como para elucidar os conceitos adotados ao longo do trabalho, apresentam-se apontamentos de McLuhan. Esses apontamentos consideram:

- a) seus ensaios sobre os processos evolutivos dos meios de comunicação e as reflexões do desenvolvimento de meios que se consolidam como “extensão do homem”;
- b) as colocações de Wiener sobre a influência da Cibernética nos pensamentos social e tecnológico contemporâneo;
- c) as questões relativas ao espaço-tempo da sociedade da informação e da tecnologia, caracterizadas por Castells e Winocur e refletidas em

aspectos constitutivos da vida social e nas formas das relações dos indivíduos jovens;

- d) as exposições expressas por Pierre Levy sobre as conexões entre interação e interatividade diante das transformações ocorridas na sociedade pós-moderna.

Além das considerações teóricas citadas, outros autores, tais como Lemos e Scolari complementam o tecido referencial que dá corpo para o desenvolvimento do trabalho.

O segundo capítulo desta dissertação atrela aspectos da relação entre a sociedade, as máquinas e os indivíduos à luz da Cibercultura, apontando o *smartphone* dentro desse contexto, como plataforma de possibilidades de novos espaços para interações e sociabilidades para jovens em busca de identidade cultural por meio do sentimento de pertencimento.

A interação e a sociabilidade são tratadas no capítulo 3, que traz, em aspectos gerais, o esclarecimento da juventude como época de transformações e mudanças na vida social do indivíduo. Destacam-se os jovens como o grupo social que tem recebido impacto profundo das tecnologias móveis e tem se utilizado delas para a busca de novos ambientes de convívio e afirmação social, bem como de busca de identidade e de função na sociedade contemporânea.

A metodologia e a análise de dados desta pesquisa estão no capítulo 04. São apresentadas de forma detalhada para descrição do objeto selecionado e sua contextualização dentro do panorama social. São análises de dados e reflexões baseadas em elementos constitutivos do objeto selecionado, que auxilia a visualização e a descrição dos usos e das apropriações que os jovens universitários têm feito do *smartphone* e revelam as representações sociais inseridas nesse contexto por meio de um grupo focal definido. Utilizou-se etnografia virtual, haja vista que a prática é semelhante – em seus princípios –, à etnografia antropológica, tendo sua diferenciação apenas no ambiente em que as informações são coletadas e o local onde se estabelece a comunicação entre o pesquisador e o indivíduo aqui estudado: “Na etnografia virtual, não há contato presencial entre os indivíduos. Entretanto, em ambas, as prioridades são a observação participativa e a descrição densa” (OLIVEIRA, 2007, p. 89).

A escolha do grupo focal para esta pesquisa proporcionou a análise de características dos indivíduos e suas sociabilidade como ser “único” e, ao mesmo

tempo, pertencente ao “coletivo”. A observação ocorre ao analisar a materialização das atividades cotidianas desses usuários, as ferramentas e os recursos do *smartphone* utilizados para relacionar indivíduos-indivíduos e indivíduos-conteúdos, a consolidação do *smartphone* como dispositivo por meio do qual as mídias convergem cada dia mais, como os usuários do *smartphone* interagem e trocam informações promovendo um processo de construção de sua própria identidade. Toda essa análise estrutura-se sob a perspectiva das interações sociais na era da tecnologia móvel e o modo como ela se tornou provedora de uma outra sociabilidade como intercâmbio de mensagens que ocorrem por meio de diversos recursos do *smartphone*, tais como aplicativos de conversação.

No capítulo 5, denominado Considerações Finais, reflete-se sobre o modo como os dados e as análises revelaram o atual cenário dos usos e das apropriações do *smartphone* por jovens universitários de Curitiba (PR), as dificuldades e progressos da pesquisa na compreensão dos vínculos de identificação desse grupo social por meio do dispositivo e, por fim, oferece-se um parecer sobre o que está por vir no tocante às questões abordadas ao longo do estudo.

2. DO CELULAR AO SMARTPHONE: PERCURSO E IMPLICAÇÕES DE SEU DESENVOLVIMENTO

Com o entendimento de “máquinas” como sendo todo e qualquer elemento ou aparato tecnológico que substitui o humano, ou necessite da mão de humana para seu funcionamento, exposto por McLuhan (2006), percebe-se que, mesmo com tudo o que foi dito sobre essa temática de substituição da força física e do pensamento humano não poderia tornar-se realidade, mas que o homem deveria repensar seu modo de trabalho e produção, pois seu papel dentro do contexto social e econômico seria redefinido. E, mesmo com o advento das tecnologias da atualidade, ainda há um longo caminho a percorrer para a compreensão ou interpretação desse “novo” papel do indivíduo numa sociedade cada vez mais tecnológica, midiática e instantânea e, claro, o papel das máquinas na vida da sociedade.

Para relacionar máquinas e homens, com uma vasta experiência no campo da Física e de outras Ciências, Wiener (1993) definiu a Cibernetica²³ e aplicou os conhecimentos adquiridos quando realizou pesquisas com programação de máquinas computadoras que possuíam o princípio denominado *feedback*. Esse princípio consiste em realimentar o sistema com as informações sobre o próprio desempenho realizado, a fim de compensar os desvios em relação ao desempenho desejado. Com base nisso, o autor defendeu que máquinas e homens possuem um funcionamento similar e podem ser comparáveis quando diz respeito ao esforço de dominância da entropia (medida da desordem de um sistema) por meio da retroalimentação (que seria o *feedback* ou resposta). As máquinas, assim como os homens, são condicionadas pela sua relação com o mundo exterior e pelas coisas que acontecem nele, além de agir sobre o mundo exterior por meio de mensagem.

Assim como as máquinas, nós, seres humanos, não somos sistemas isolados. Assimilamos alimentos e informações por meios sensoriais que nos permitem a ação com base na informação recebida. Esse processo de recebimento e da utilização da informação é uma forma de ajuste às contingências do meio ambiente em que estamos.

23 Definição descrita no artigo “Cibernetica, ciborgues e ciberespaço: notas sobre as origens da Cibernetica e sua reinvenção cultural”, de Joon Ho Kim (2004, p.200-201). In: Horizontes antropológicos. Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 199-219, jan./jun. 2004.

Ou seja, para analisar o impacto das máquinas, é necessário um estudo das mensagens e da comunicação oferecida, seja ela entre homens e máquina, entre máquina e homem ou entre máquinas e máquinas. Com esse raciocínio, a Cibernética seria a ponte para desenvolver uma linguagem e técnicas que capacitam o homem ao controle da comunicação, de modo que consiga controlar, por meio de técnicas e um bom repertório, a classificação de manifestações específicas baseadas em conceitos, assegurando a diminuição da entropia. Assim, na teoria da mensagem entre homens e máquinas, forçando a contingência natural da desordem, o autor defende que:

[..] mensagens externas não são acolhidas em estado puro, mas por via dos poderes internos de transformação do aparelho, seja ele animado ou inanimado. A informação adquire, então, uma nova forma, adequada para os futuros estágios de desempenho. Tanto no animal quanto na máquina, o desempenho se faz efetivo no mundo exterior (WIENER, 1993, p. 26).

Um exemplo prático dado pelo pensador foi “o abridor de portas automático fotoelétrico”, cujo processo de funcionamento intercepta o raio de luz enviado ao aparelho, que se abre para o passageiro no momento de sua aproximação, sem que este tenha que agir ou acionar alguma alavanca ou botão.

Lemos (2004), em “Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea”, explica o olhar de Wiener sobre a Cibernética como uma estratégia de pilotagem informacional da vida social, dentro da qual:

A primeira informática vai ser concebida como uma utopia, cujo objetivo é a transformação do homem e da sociedade. A invenção de computadores desvincula-se da compreensão sobre o que é o homem e sobre o que seríamos impactos dessas máquinas em meio a sociedade, migrando para o desenvolvimento de máquinas que tratarão (de forma mecânica) a informação [...] (LEMOS, 2004, p.103 *apud* WIENER, 1993).

Igualmente a Wiener, ao defender que “O meio é a mensagem”, McLuhan (2006) destaca que pouco importa o impacto das máquinas em nosso cotidiano ou o que elas produzam. Importa que, apesar de diferentes de nós, elas interferem em nossas relações com os outros e conosco mesmo. Sua teoria expõe as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou de qualquer uma das extensões de nós mesmos – como constituintes do resultado do impacto introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia “Pois a ‘mensagem’ de qualquer meio ou

tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas" (MC LUHAN, 2006, p. 22).

Podemos conferir tal definição por meio do surgimento dos mais diversos meios de comunicação: rádio, televisão, telefone, celulares. Todos causaram impactos – em diferentes proporções – no modo de vida de milhões de pessoas em todo o mundo. E pela maneira como passam suas mensagens, esses dispositivos afetam diretamente o psicológico e o social, e influenciam rapidamente no surgimento de novos padrões de comportamento das sociedades, como preconizou o pensador canadense:

[...] a estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos (Id., 2006, p. 22).

Atualmente, tal impacto nas ações humanas pode ser conferido com o advento das TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação). Podemos, por exemplo, falar com alguém em tempo real, com imagem e som instantâneo, além de enviar documentos, fotos, vídeos, concomitantemente, sem ao menos necessitarmos de um "fio elétrico". E, também, tem-se à disposição novas profissões e novos modelos nas relações sociais, de estudo, de trabalho e lazer.

As reflexões de Pereira (2011) expõem o impacto dessas tecnologias na atualidade, indo além do determinismo tecnológico²⁴. Entre suas apropriações e análises, estão o emergir do conceito de aldeia global "como uma era de comunicação intensa que reuniria em troca de mensagens instantâneas e contínuas todo o globo terrestre", proposto por McLuhan, e o papel da memória nas novas formações socioculturais ou conceituada por Lévy como Cibercultura, sendo "[...] 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" (Id., 1999, p. 17).

Da *aldeia global*, pode-se traçar um paralelo às tecnologias móveis facilmente, uma vez que elas aprimoraram a capacidade dos indivíduos de produzir,

24 Pereira (2006, p. 4) em seu artigo "Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos" explica: "[...] trata da um esquema lógico no qual apostava-se que um artefato, uma tecnologia, um meio, sempre condiciona os modos de percepção, de cognição e, enfim, de comunicação de uma dada pessoa e/ou cultura.[...]." Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_VAndrade.PDF> Acesso em: 02 fev. 2014.

acumular e compartilhar informações. O avanço em relação ao conceito está na rapidez e na intensidade que essas tecnologias permitem tal processo e nas capacidades extras que elas possuem, tais como: mobilidade e instantaneidade.

Respeitado visionário, McLuhan alertou as profundas transformações socioculturais em relação ao uso dessas tecnologias “Todo meio ou veículo de comunicação também é uma arma poderosa para abater outros meios e veículos e outros grupos” (*Id.*, 2006, p. 36), instigando assim a reflexão da problemática da aceitação dócil e subliminar do impacto das atuais tecnologias e dos meios de comunicação pela sociedade. E em se tratando de seu uso na juventude, ele recentemente declarou:

Eu costumava falar sobre a aldeia global, eu hoje falo sobre isso mais propriamente como um teatro global. Agora todo jovem está preocupado em atuar, exibindo-se publicamente e criando tumulto numa busca por identidade. Ele perdeu sua identidade (PEREIRA, 2011 *apud* MCLUHAN, 2006, p. 154).

Com base nesse pensamento, surgem novas maneiras de pensar, de conviver em sociedade e torna-se necessário compreender toda a mutação atual para então atuar nela. Nesse aspecto, Lévy (1999) ressalta a impossibilidade de separação do humano e seu ambiente material, já que “as tecnologias são produto de uma sociedade e de uma cultura” (LEVY, 1999, p. 22). Os dispositivosⁱ que se utilizam da tecnologia móvel – *smartphones* – observados nesse estudo, proporcionaram o surgimento a relação do binômio espaço-tempo na vida dos indivíduos dessa sociedade contemporânea, oferecendo inúmeras contribuições ao esclarecer que espaço e tempo são as principais dimensões, materiais da existência humana e seriam a expressão mais direta da estrutura social e mudança estrutural:

A mudança tecnológica, principalmente das tecnologias de comunicação - afeta de forma crucial a mudança espaço-temporal, no entanto, a influência da tecnologia não atua isoladamente, mas em conjunto com outras formas de mudança. E assim surge a investigação sobre a estrutura e a dinâmica da sociedade em rede que coloca em evidência o surgimento de novas formas de processo de espaço e tempo: o espaço dos fluxos e o tempo intemporal (CASTELLS, 2007, p. 267, tradução minha).²⁵

25 Do autor: “El espacio y el tiempo son las dimensiones fundamentales, materiales de la existencia humana. De ahí que sean la expresión más directa de la estructura social y del cambio estructural. El cambio tecnológico, y en particular en el caso de las tecnologías de la comunicación, afecta de forma crucial al cambio espacio-temporal, pero la influencia de la tecnología no actúa aisladamente sino en conjunción con otras formas de cambio. La investigación sobre la estructura y dinámica de la sociedad en red ha puesto en evidencia la aparición de nuevas formas o procesos de espacio y tiempo: el espacio de los flujos y el tiempo atemporal (CASTELLS, 2007, p. 267)”.

Desse modo, esclarecer a relação dos indivíduos com essa “máquina” do século XXI, o *smartphone*, seus usos e as apropriações (de seus recursos e ferramentas) pela sociedade contemporânea pode ser um caminho para:

- a) o entendimento dessa “outra sociedade” surgida com a chegada dos celulares, de um conceito de mobilidade que vai além do deslocar-se fisicamente;
- b) o aparecimento dos outros espaços de interação – ciberespaço – e, claro, de novos comportamentos sociais, que colocam em evidência também questões de busca do sujeito pelo “pertencimento” a um grupo social e identidade cultural, seja no ambiente *on-line* ou *off-line*.

2.1 INDIVÍDUO: O PERTENCIMENTO E A IDENTIDADE

Nesta pesquisa, entende-se o *smartphone* como merecedor de atenção dentro dos estudos comunicacionais, no tocante aos usos e às apropriações que estão sendo feitas de seus recursos, tenham eles cunho objetivo ou subjetivo. Em se tratando do subjetivo, entende-se que o dispositivo é o meio pelo qual o indivíduo consegue amplificar seus anseios dentro da sociedade, reafirmando seu papel no coletivo – tanto na busca da identidade quanto de uma afirmação dela. O *smartphone* pode ser comparado ao que Ong (1998) chamou de amplificador externo (de natureza material), pois seria por meio desse artefato (tecnológico) que o indivíduo (que é, naturalmente, um amplificador interno de natureza simbólica e cognitiva) utiliza-se de ferramentas interiorizadas, como a linguagem e oralidade, para usufruir desses dois tipos de amplificadores e viver em sociedade. Isso vai ao encontro daquilo que Ong (1998) pontuou – no tocante à vida social e às tecnologias cognitivas, tais como as desse dispositivo móvel – de que o homem desenvolve-se mediante processos de interiorização das formas de atuar, imaginar e simbolizar que existem na sua cultura. Essas formas simplificam as suas capacidades naturais. Os *smartphones* – e seus recursos e ferramentas – seriam potencializadores dos sistemas cognitivos do indivíduo em suas interações sociais e na sociabilidade.

Nesse contexto, surge a questão do Pertencimento, que é inerente ao ser humano e está intimamente ligada à preservação da coletividade e da formação dos indivíduos em todos os aspectos: psicológico, social, cultural, etc. Cada dia mais, autores têm comentado esse sentimento em relação à juventude por ser essa uma

época em que há a necessidade natural do indivíduo em pertencer a algum grupo ou ao coletivo para busca de identidade cultural²⁶ ou da sobrevivência em sociedade.

O conceito de identidade cultural, nesse aspecto, é compreendido nesta pesquisa, está intimamente ligado ao que Lemos destacou como mútuas influências que emergem da identidade e da cultura e que se nutrem de fontes geográficas, ideológicas e sociais distintas. Essas influências seriam a música, a literatura, a culinária, o esporte, a economia, a ciência e, claro, a tecnologia. Por isso, Lemos (2004) destaca que:

A cultura não deve ser propriedade privada já que sua riqueza se dá no livre intercâmbio de experiências, nas mútuas influências e na abertura ao “mundo da vida”. O que sabemos do mundo (e de nós mesmos) vem daquilo que herdamos dos outros, do que lemos, ouvimos, aprendemos, vivenciamos. A liberdade e a identidade não devem ser opostas mas complementares. Nesse sentido a cibercultura está instaurando um movimento global de trocas, de compartilhamento e de trabalho colaborativo, independente de localidade ou espaço físico, independente do lócus cultural e/ou identitário. Trata-se talvez de uma das facetas mais interessantes do atual processo de globalização. (LEMOS, 2004, p. 11).

Essa busca pelas identidades cultural e social na era da Cibercultura seria um dos motivos pelos quais os jovens buscam adquirir e utilizar o *smartphone*, como bem explica Winocur (2009) em sua fala sobre a internet e as plataformas móveis como espaços de inclusão ou simbólico, nos quais os jovens podem desenvolver estratégias e adquirem o poder de instituições tradicionais até então negado a eles, concretizando o seu potencial de ser e de fazer e dando-lhes o sentimento de inclusão social.

Outro motivo que impulsiona os jovens ao consumo dos *smartphones* está também na “perda do sentimento de pertencimento” nas cidades, e no encontro desse novo espaço de “inclusão” existente em plataformas como o *smartphone*. Isso porque, atualmente, esse grupo social tem sua própria “cidade”, suas “próprias” conexões e regras de convívio nos novos espaços; pode até ter seu próprio canal de comunicação, como destaca Ling (2004) “[...] de posse de um telemóvel significa

26 A relevância do conceito nesta pesquisa deve-se ao que Hall (1996) relatou, de que a formação da identidade cultural não é um processo dado, estável e imutável, mas uma produção em constante transformação, sempre em processo, nunca completa.

que os adolescentes estão no controle de seu próprio canal de comunicação [...] (LING, 2004, p.86, tradução minha).²⁷

Cabe destacar que a questão do pertencimento é “[...] ampla e complexa, extrapola seu uso semântico cotidiano, reflete caminhos interdisciplinares ainda pouco explorados [...]”, como exposto por Sousa (1999, p. 12). Por conta disso, essa pesquisa traz essa abordagem, entendendo que o “sentimento de pertencimento” visa compreender a sociedade contemporânea e seu perfil dinâmico. O surgimento de diversas configurações de grupos sociais, que emergem com as tecnologias, das interações mediatizadas e que levam a questões que abordam “[...] possibilidades de se compreender as práticas de recepção a produtos mediáticos como práticas sustentadas no sentimento de pertencimento a espaços públicos” (SOUZA, 1999, p. 12).

Nesta pesquisa, olha-se para os usos e as apropriações do *smartphone* para compreender o “pertencimento”, e, utiliza-se como base do entendimento o que expõe Sousa, para quem: “A noção de pertencimento através do media, expressão da busca de identidade, acaba sendo a configuração dada por Martín-Barbero ao termo” (SOUZA, 1999, p. 15), na qual exemplifica a perda do sentimento de pertencimento nos indivíduos pelo uso de um *media*, no caso, a televisão:

[...] se a televisão atrai é porque a rua repulsa, é dos medos que vivem os meios. Medos que provêm secretamente da perda dos sentimentos de pertencimento em cidades nas quais a racionalidade forma e comercial acaba com a paisagem em que se apoiava a memória coletiva [...] (SOUZA, 1999 p. 15 *apud* MARTÍN-BARBERO, 1996, p. 33).

Hoje é possível, mais que em qualquer outra época, que o indivíduo explore suas potencialidades nos meios digitais com a substituição do pensamento analógico pelo digital. É assim que os indivíduos poderão ter uma chance de usufruir das oportunidades que as novas tecnologias oferecem e também de aproveitar oportunidades de um contexto novo, ainda inexplorado totalmente, que incluem o aspecto do ‘pertencer’.

E essa busca por explorar esse novo contexto recai sobre as questões cognitivas existentes na tecnologia individual. São elas que influenciam nossa percepção de mundo, nossa capacidade de nos reprogramarmos como usuários

27 Do autor: “[...] ownership of a mobile telephone means that teens are in control of their own channel of communication [...] (LING, 2004, p. 86)”.

diante do que desejamos e do que nos é ofertado fazer. Conforme aborda Scolari (2008):

Todas as tecnologias da comunicação são cognitivas, pela maneira em que transformam nossa percepção de mundo, pela capacidade de nos reprogramarmos como usuários, pelo que nos deixam (e não nos deixam) fazer. Nunca nos cansaremos de lembrar uma das frases célebres de McLuhan, aquela que diz: 'Primeiro modelamos nosso instrumentos, depois eles nos modelam (*First we shape our tools, thereafter they shape us*) (SCOLARI, 2008, p. 14, tradução minha).²⁸

Essa remodelagem dos indivíduos e de suas relações acontece como reflexo de um processo evolutivo do uso das tecnologias que lhe são ofertadas. Winocur (2009) relata um exemplo dessa nova percepção adquirida por jovens usuários de internet via celular (*smartphones*). De acordo com a autora, esses jovens já têm outra percepção de mundo quanto a seus vínculos e conexões com seus grupos de interesse. E isso impacta diretamente uma reprogramação de quem eles são enquanto indivíduos inseridos em uma sociedade. Para esses jovens, a utilização dada ao conteúdo é adquirida pela interação com a internet, sendo reutilizadas para estabelecer hierarquias de conhecimento, durante a dinâmica da interação face a face. Essa interação alteraria a percepção de solidão e isolamento dos adolescentes, o que corresponde à mitologia da ilha de Robinson Crusoé, segundo Winocur (2009).

Diante desse cenário, os jovens deixam claro que seu desejo de pertencer à sociedade não desapareceu, mas o significado e a forma como querem estar inseridos foram modificados. Eles participam de mais grupos de interesse que antes, conseguem ter "voz" em instâncias mais profundas que antes da tecnologia, inserindo-se em espaços de fluxos e de tempo que podem ou não estarem dispostos nas estruturas da vida em sociedade. Se não estiverem ao seu dispor, esses jovens serão os protagonistas da sua criação, disseminando práticas sociais em múltiplos lugares e a criação de novos espaços de interações entre indivíduos, conforme destacado por Castells (2007).

28 Do autor: "Todas las tecnologías de la comunicación son cognitivas, por la manera en que transforman nuestra percepción del mundo, por la capacidad de reprogramarnos como usuarios, por lo que nos dejan (y no nos dejan) hacer. Nunca nos cansaremos de recordar una de las frases célebres de McLuhan, aquella que reza: 'Primeiro modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros (*First we shape our tools, thereafter they shape us*) (SCOLARI, 2008, p.14)".

Desse modo, investigar interações e sociabilidades de jovens nos mais diversos espaços por meio de suas experiências com *smartphones* pode revelar diversos aspectos do comportamento social desse grupo, desde mudanças na forma de sua busca pela identidade cultural por meio do uso e das apropriações dessas ferramentas até o reconhecimento dele como agente ativo dentro da sociedade em que está inserido. Haja vista que esse indivíduo se revela como intenso usuário da tecnologia ofertada pelos *smartphones*, conforme recentes estudos do setor telefônico, tal como o *Global Millennial Survey*, que analisou o impacto da chamada geração do milênio na sociedade, partindo da premissa de que os jovens adultos de hoje são os líderes de amanhã.²⁹

Esse olhar também permite uma contribuição no que concerne à ampliação e à renovação das experiências dos jovens dentro das relações sociais, reforçando a importância da constante observação dos fenômenos comunicacionais diante das inovações tecnológicas e digitais absorvidas e consumidas pelas sociedades. Afinal, como bem pontua Sousa: “O estar junto social na sociedade complexa, o mundo mesmo das representações simbólicas em interação, cada vez mais se manifesta mediatizado” (SOUSA, 1999, p. 12). Do mesmo modo, essa experiência social-tecnológica é reveladora e coloca o indivíduo também no papel de coprodutor e integrante do conteúdo das mídias que utiliza, pois, como destaca Scolari (2008):

[...] estamos diante de uma ruptura das categorias que fundaram o processo cultural e diante de um deslocamento desde o consumo da produção comunicacional. Ao participar do controle dos conteúdos, o usuário das mídias interativas acaba se tornando parte desse conteúdo. Parafraseando McLuhan, pode-se dizer que as novas formas de comunicação digital do usuário é a mensagem (SCOLARI, 2008, p. 98, tradução minha).³⁰

A modificação da “experiência” dos jovens com as novas tecnologias da informação, com a mobilidade, enfim, com o uso de *smartphones* expõe uma sociedade em constante transformação no que tange aos processos e modelos comunicacionais. Atualmente, tem-se o contexto da extensão do espaço de fluxos e

29 Pesquisa disponível em: <<http://survey.telefonica.com/pt-br/>>. Acesso em: 16 ago. 2013.

30 Do autor: “[...] nos encontramos frente a una ruptura de las categorias que fundaban el proceso cultural y ante um desplazamiento desde el consumo a la producción comunicacional. Al participar em el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse em parte de ese contenido. Parafraseando a McLuhan, podría decirse que em las nuevas formas de comunicación digital el usuario es la mesaje (SCOLARI, 2008, p. 98)”.

de tempo atemporal nas estruturas da vida em sociedade, disseminando práticas sociais em múltiplos lugares e a criação de novos espaços de interações entre indivíduos, como coloca Castells (2007), de que há uma comunicação móvel que se transforma continuamente de referente espacial: “o espaço de interação não está totalmente definido em termos de fluxos de comunicação. As pessoas estão aqui e ali, em múltiplos ‘aquis’ e ‘alis’, em uma combinação infinita de lugares” (CASTELLS, 2007, p. 268).³¹

2.2 CONVERGÊNCIA: DO CELULAR AO SMARTPHONE

Antes de realizar uma abordagem histórica do celular até a chegada do *smartphone*, parece relevante compreender a questão da convergência, por ser ela um processo que “[...] está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs” (JENKINS, 2009, p. 44). A maneira encontrada para definir a convergência nessa pesquisa recai sobre a tentativa de explicar um movimento de aproximação entre setores de telecomunicações, de natureza analógica, e de tecnologia da informação (TI), que é digital. É nesse cenário que nasce a convergência e ela passa a ser chamada de ‘convergência digital’. A palavra complementar ‘digital’ passa a ser essencial no contexto de entendimento da convergência, pois a transmissão de dados e a convergência entre diferentes plataformas eram difíceis de acontecer no modelo analógico. Ao contrário do modelo digital, no qual tudo se resume a um conjunto de bits (unidade que pode assumir apenas dois valores, 0 ou 1), que pode ser facilmente sincronizado e compartilhado entre vários aparelhos digitais. Portanto, no modelo digital, essa linguagem binária é comum a todos os aparelhos³². Esta, por sua vez, foi apropriada também em outros setores, pois, em suma, tornou os equipamentos e as mídias digitais e feitos para exercerem várias funções diferentes de forma integrada. Um dos exemplos é

31 Do autor: “el espacio de interacción se define completamente en términos de flujos de comunicación. La gente está aquí y allá, en múltiples aquí y allá, en una combinación incesante de lugares (CASTELLS, 2007, p. 268)”.

32 Exposição esclarecida por André Leon, no artigo “Convergência digital: mídias integrada”. Disponível em: <http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542009000600002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 05 jan. 2014.

smartphone, que, entre as suas mais diversas funções, tira fotos, toca música, filma, envia e-mail, entre outras funções.

A ascensão da convergência digital é fundamentada em três tendências principais, de acordo com alguns autores, são elas:

- 1^a) a proliferação de informação digital, que cria uma base comum para manusear diversos tipos de informação: números, palavras, música, fotografias, vídeo e outros através dos mesmos equipamentos e das mesmas técnicas de processamento.
- 2^a) advém da disseminação da conectividade entre as pessoas, o que permite trocar informações e ampliar o valor e as possibilidades dos equipamentos para além das suas funcionalidades tradicionais.
- 3^a) resulta dos constantes avanços na tecnologia, desde a maior autonomia das baterias à velocidade de processamento, passando pela miniaturização dos componentes.

Desse modo, convergência digital têm em si as características que refletem a sociedade contemporânea: multifunções, multiuso, revelando questões de cunho cultural. Por essa sua natureza dinâmica, a convergência digital presente no *smartphone*, por exemplo, parece ter chegado para ficar, pois suas implicações no cotidiano têm se ampliado. Os indivíduos, cada dia mais, têm feito uso da essência da convergência digital, por meio de aplicativos variados, que surgem a cada segundo, em diversas partes do globo e são disseminados por meio das próprias funções ofertadas pela convergência do aparelho.

Assim, neste estudo, olha-se para o conceito pelos aspectos do impacto histórico-social e cultural e tecnológico na vida dos indivíduos, e da sociedade como um todo. E é entendida como “[...] uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2009, p. 30). Ou seja: “A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias mercados, gêneros e públicos.” (*Id.*, 2009, p.43). Ela transformaria a lógica utilizada pela indústria midiática: “[...] pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (*Id.*, 2009, p. 43).

Além do impacto sociocultural analisado neste estudo, traz-se o pensamento de Jenkins (2009), que visualiza uma abertura ao entendimento do que está

ocorrendo na sociedade atual, na qual para o entendimento da convergência é preciso saber que ela “[...] envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 44). Num cenário, em que ocorre “[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p. 44). E como expõe Canclini (2008):

Agora, com a convergência digital está articulando uma integração multimídia que permite ver e ouvir, no celular, no *palm* ou no *iPhone*, áudio, imagens, textos escritos e transmissão de dados, tirar fotos e fazer vídeos, guarda-los, comunicar-se com outras pessoas e receber as novidades em um instante. Nem os hábitos atuais dos leitores-spectadores-internautas, nem a fusão das empresas que antes produziam separadas cada tipo de mensagem, permitem agora conceber como ilhas isoladas os textos, as imagens e sua digitalização (CANCLINI, 2008, p.34).

A colocação de Canclini (2008) sobre o conceito de ‘ilhas ‘isoladas’ permite o refletir sobre “com quem” os jovens universitários estão se relacionando, trazendo o pensar sobre suas relações com os grupos de pertencimento (família, amizades, trabalho etc) diante da questão da mobilidade. Afinal, com ela, o problema tempo-espacó para as relações passou a não mais interferir para que as relações possam acontecer, o que impactou, por exemplo, no estilo de vida e nos hábitos cotidianos das pessoas, como revela este estudo.

Outro fato importante nas reflexões sobre a convergência digital é o entendimento do aparecimento do celular. Sua contextualização da trajetória histórica torna-se relevante à medida que revela o processo de transformação que ocorreu tanto no âmbito tecnológico quanto no social e psicológico dos indivíduos. Em menos de 20 anos, as pessoas passaram a ter necessidades antes inexistentes; a pensar que informações não precisariam mais de um fio elétrico condutor, por exemplo.

O resgate sociocultural e histórico da evolução da tecnologia móvel com o advento do aparelho celular tornou-se relevante no contexto da convergência, no momento que seu desenvolvimento consolidou-se em curto espaço de tempo – em 17 anos – em relação às tecnologias de radiodifusão dos satélites, que levaram décadas até seu total reconhecimento pelo público. Com o uso do celular, as pessoas mudaram seus comportamentos sociais: desde a forma como se

comunicam até ao modo como se relacionam e vivem. Cabe atentar, no entanto, que a tecnologia, a cada dia mais, também tem se adaptado as mudanças sociais para atender demandas dos usuários.

Um exemplo atual dessa adaptação da tecnologia as mudanças sociais está nas vivências de comunidades africanas, que utilizam o celular para pagamento de contas e outras transações bancárias, pois a tecnologia móvel (via satélite) é de custo baixo na África, país que possui largas distâncias geográficas. O investimento em cabos de fibra ótica para oferecer telefonia fixa naquele país teria alto custo tanto para o governo quanto aos moradores das localidades. Além disso, Horst e Miller (2006) apresentam as apropriações de telefones celulares na África de modo peculiar, seguindo uma lógica cultural. Lá, os dispositivos impactam na formação e na manutenção de redes de relacionamento que vão além do uso para a conversação e diálogos revelando questões de sobrevivência econômica das famílias. Parentes com condições financeiras costumam apoiar financeiramente os menos favorecidos e o contato entre eles é feito via celular. A etnografia revelada pelos autores revela que para entender usos e apropriações do *smartphone*, por exemplo, surge a necessidade da compreensão de questões culturais de cada sociedade.

Entre as novas práticas, estão a troca de uma ligação telefônica por inúmeras mensagens instantâneas; a ampliação do universo de possibilidades de fazer amigos e se corresponder para além do espaço físico – principalmente com o acesso à internet. Tais situações proporcionam um relembrar do que McLuhan expôs em 1964, de que os meios se tornaram a mensagem a partir do momento em que ocorreram novos padrões da associação humana. Além disso, ao expor a percepção de que qualquer ferramenta produzida pelo homem para interagir com o ambiente torna-se uma extensão de seus sentidos, facilitando sua comunicação com o mundo e sua intervenção sobre ele.

McLuhan (2006) traz à reflexão a ocorrência de uma extensão quando um indivíduo utiliza ou faz algo de maneira que amplie o alcance do corpo e da mente humana de uma nova forma. É o ‘meio como extensão do homem’. Sendo assim, na atualidade, parece relevante também a compreensão prévia de que, para que uma nova ferramenta adquira ‘usabilidade’ é necessário que o indivíduo detenha poder sobre sua técnica de uso, atribuindo valor e significado à nova tecnologia existente.

Como coloca Winocur (2009): “[...] assumimos que o uso de tecnologias como Internet ou o celular não é a relação pragmática com um objeto, senão com o universo de representações culturais com as quais essa tecnologia se articula na vida das famílias de diversa condições sociocultural.” (WINOCUR, 2009, p.19, tradução minha)³³. E Canclini (2008) colabora e reforça essa colocação, relatando que “As redes virtuais alteram os modos de ver, ler, as formas de reunir-se, falar e escrever, de amar e saber-se amado à distância, ou, talvez, imaginá-lo.” (CANCLINI, 2008 p. 54).

Ao aceitar que o meio também interfere e influencia no controle do nível de interferência sobre as ações humanas, como posto por McLuhan (2006), há o surgimento de possibilidades de se pensar os *smartphones* como uma tecnologia de impacto profundo no mundo atual, principalmente no cotidiano de indivíduos, os jovens, que vivem uma fase de busca pelo novo; que têm como sinônimo a palavra “mudança” e recebem intensa influência do meio social - haja vista que nessa fase há a busca pelo reconhecimento de sua identidade social .

Diante desse contexto surge a necessidade de trazer à reflexão as interações socioculturais e o compartilhamento de experiências que ocorre entre esses jovens usuários desse do *smartphone*. Uma abordagem que permite perceber esse cenário é a de Scolari (2008) sobre o impacto das tecnologias digitais e dos novos meios, não os entendendo como meros instrumentos ou máquinas, mas como dispositivos de impacto direto nas ações socioculturais. Por isso, ele ressalta a questão de sua importância, assim:

A tecnologia e a tecnocultura incluem todos os significados e sistemas que oferecem e permitem às máquinas e artefatos digitais que circulem na cultura. Em sentido amplo, portanto, investigar as posições teóricas significa considerar com que fala e para qual finalidade se faz” (SCOLARI, 2008, p.14 *apud* THORNTON, 2000, tradução minha).³⁴

Desde sua criação até a evolução para o *smartphone*, há um processo em contínua evolução no aspecto da convergência, que contribui para tal. A tecnologia

33 “[...] assumimos que el uso de tecnologías como Internet o el celular no es la relación pragmática con un objeto, sino con el universo de representaciones culturales con las cuales esa tecnología se articula en la vida de las familias de diversa condición sociocultural (WINOCUR, 2009, p. 19)”.

34 “La tecnología y la tecnocultura incluyen todos los significados y sistemas que ofrecen y permiten las máquinas y artefactos digitales que circulen en la cultura. En este sentido amplio, portanto, investigar las posiciones teóricas significa considerar al que habla y con qué fines lo hace (SCOLARI, 2008, p. 14 *apud* THORNTON, 2000)”.

móvel do celular-*smartphone* tornou-o um objeto fundamental no processo de convergência midiática e na vida das pessoas, principalmente por que ele se apresenta como um artefato ‘tudo em um’, característica que o coloca como sendo o dispositivo do cotidiano, realizador de tarefas antes executadas pelo cérebro humano, tais como: lembrar uma tarefa; decorar um número de telefone; escrever uma nota foram apenas algumas das tarefas transferidas pelos indivíduos a este aparelho, posicionando-o como uma extensão cerebral, um HD externo, individual e portátil³⁵.

Os *smartphones* têm cada dia mais ressaltado essa característica, que permitiu a identificação do dispositivo em três tipos (BITTENCOURT, 2012, p.69 *apud* FIDALGO; CANAVILHAS, 2009):

- 1) dispositivos de comunicação, de voz e escrita;
- 2) dispositivos de produtividade, substituindo os PDAs, têm funções de agenda, calculadora, relógio, gravador de voz, despertador, organizador de tarefas, GPS, Internet;
- 3) dispositivos de lazer, incluindo jogos, fotografias, vídeos, mp3, rádio.

Os tipos citados pelos autores acima revelam um cenário em que o *smartphone*, devido à radicalização de sua convergência digital, se apresenta como um dispositivo visto como o controle remoto do cotidiano, conforme exposto por Lemos (2007), um dos maiores estudiosos da mobilidade no país.

Desse modo, cada dia mais, parece inquestionável que a atual sociedade desenvolveu uma dependência de tais tecnologias. E, mesmo aqueles que não a conhecem ou não a apreciam, passam a utilizá-las e a mudar seus hábitos, visto que muitas das tecnologias existentes chegaram com potencial de contribuição e potencialização da qualidade de vida das pessoas, por exemplo.

A rápida evolução do aparelho celular até a chegada do modelo *smartphone* foi destacada na pesquisa de Oliveira (2007). No Brasil, a chegada do telefone é datada de 1877. E foi em 1922 que se inaugurou uma central telefônica automática, em Porto Alegre (RS). A partir da década de 1950, inauguraram as primeiras transmissões telefônicas por ondas, assim como o rádio e a televisão. “No decênio seguinte a empresa fundada por Alexander Grahan Bell lança no espaço o primeiro

35 São discos rígidos externos que não ficam conectados à placa-mãe do computador. São móveis e se conectam por meio de entradas USB, que permitem a troca dos dados. Disponível em: < <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/03/para-que-serve-o-hd.html> >. Acesso em: 05 jan. 2014.

satélite de telecomunicações do mundo, enviado pelos Estados Unidos (OLIVEIRA, 2007, p. 35).

No ano de 1969 o Brasil inaugura a estação Tanguá para receber dados de satélite, sendo em 1975, integrado ao sistema de discagem direta internacional (DDI). O Japão nessa época (1978) já inaugurava a era do celular, que chega ao Brasil apenas em 1990, quando o Rio de Janeiro implementou o novo sistema de telefonia, cujos serviços tinham alto custo, não sendo consumido pela grande massa. Apenas em 1992, o mercado brasileiro ofertou um número maior de celulares, possibilitando o acesso pelo grande público.

O celular utiliza o sistema de transmissão de comunicação via ondas eletromagnéticas, a partir de torres postas em locais altos, visando transmitir informações que cubram grandes células, tendo por isso, o nome de “celular”, com isso:

Pode-se comparar com o sistema de transmissão via satélite, este, porém, tem maior precisão de localização do aparelho e de envio de dados. A ampliação de tecnologia digital, no final dos anos 1990, permitiu receber e enviar imagens e dados como são realizados hoje nos aparelhos celulares e *smartphones* (OLIVEIRA, 2007, p.36).

Smartphones são traduzidos como “telefones inteligentes” na denominação mercadológica, haja vista a quantidade de funções que o aparelho pode agregar, e não por possuir uma inteligência artificial ou coisa que o valha. Ele se distingue do aparelho convencional denominado apenas “celular” pelo fato de convergir ou agregar funcionalidades, tais como o acesso à internet (web) – inclusive sem fio, uso de softwares e telefonia; envio de SMS, acesso às redes sociais, o uso de aplicativos de conversação, consumo de música, filme, vídeo *on-line* e *off-line*.

Dessa breve retrospectiva do surgimento do aparelho celular no Brasil e seu desenvolvimento neste mercado, esta pesquisa apresenta o advento do *smartphone* como um aparelho móvel e convergente, que na atualidade, revela-se como uma tecnologia de ponta, consolidando-se como “um meio de extensão do homem”, como teorizado por McLuhan (2006). Assim, compreender a relação entre as máquinas e indivíduos e as transformações ocorridas na sociedade até o momento pode revelar aspectos futuros dessa relação dos indivíduos com a tecnologia móvel, o que ainda está por vir e para que fins elas existirão.

2.3 CIBERCULTURA E MOBILIDADE

Ao longo do percurso histórico-comunicacional, percebe-se que, da automação à tecnologia, a relação homem-máquina foi tema de reflexão nas mais diversas sociedades. Estudiosos e pesquisadores concordaram, divergiram e aproximaram conceitos em comum na tentativa de encontrar respostas. Isso porque poucos fenômenos culturais se instalaram na sociedade e atingiram todos seus setores (economia, política, educação), em tão curto espaço de tempo e amplitude, como o avanço e o desenvolvimento das TICs³⁶, principalmente, aquelas contemporâneas que oferecem o recurso da mobilidade, que observadas até o momento, nos dão apenas uma referência do avanço que ainda está por vir. Afinal, as tecnologias móveis – e portáteis – estão com os indivíduos em todos os lugares, estreitando distâncias e oferecendo outros modos de pensar o espaço cotidiano.

O conceito de mobilidade molda-se às próprias transformações econômicas e sociais conferidas nos séculos XX e XXI, às quais estão diretamente ligadas ao estilo de vida dos indivíduos. Assim, na era da Cibercultura, é necessário olhar para a característica social (indivíduo) e histórica da mobilidade. O indivíduo é fator determinante para seu surgimento e permanência da mobilidade porque será segundo a história de vida dele que se poderá observar sua habilitação às formas de mobilidade surgentes. Já o momento histórico-social poderá apresentar quais mobilidades lhe foram disponibilizadas para vivências dos indivíduos.

O conhecimento de algumas definições de mobilidade dadas por diversos autores ao conceito possibilita um esclarecimento maior de sua relevância social e histórica. Para isso, traz-se a existência da "mobilidade essencial", citada por Max Sorre (1955), a qual refere-se à vontade inerente do indivíduo de se deslocar, conhecer novas terras, de explorar novos mundos. Essa mobilidade colocada pelo autor explica apenas a necessidade do ser humano em expandir fronteiras do mundo.

36 TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação) , que Tedesco (2004) define como “[...] conjunto de tecnologias microeletrônicas, informáticas e de telecomunicações que permitem a aquisição, produção, armazenamento, processamento e transmissão de dados na forma de imagem, vídeo, texto ou áudio. Para simplificar o conceito, chamaremos novas tecnologias da informação e da comunicação às tecnologias de redes informáticas, aos dispositivos que interagem com elas e a seus recursos.” Nesta pesquisa, leem-se também tecnologias contemporâneas e atuais tecnologias (grifo meu).

Mas apenas essa conceituação não atende à amplitude do termo que, na era da sociedade tecnológica e móvel, exige mais que um “atravessar fronteiras”, pois leva o indivíduo a viver experiências além das fronteiras físicas, no ciberespaço.

Esta pesquisa consiste em ter clareza quanto ao termo “mobilidade”, para que este possibilite o entendimento do conceito como provedor de um deslocamento espaço-tempo. Há que se pensar que existem relações sociais em cada tipo de mobilidade, que influenciam diretamente o cotidiano e o percurso histórico do ser humano.

BALBIM (2004, p.4 *apud* JOSEPH ISAAC, 1984) contribuiu ao pensar a mobilidade, apontando três mobilidades de base:

- a) O homem é o ponto central da primeira mobilidade de base, por sua característica de locomoção que permite encontros e experiências de copresença.
- b) Na segunda mobilidade, está o hábitat urbano, que se refere ao lugar específico e é chamado de mobilidade cotidiana, sendo fruto da relação entre a mobilidade social e a mobilidade residencial.
- c) A terceira mobilidade está intimamente ligada à versatilidade, chamada por George Simmel de mobilidade sem deslocamento, na qual o habitante da cidade vive, por exemplo, "o passar da moda como modo de vida, movendo-se, transmutando-se, sem que haja mudanças de um lugar para o outro" (BALBIM, 2004, p.4 *apud* SIMMEL, 2000)

Sobre a mobilidade ainda, no contexto da cultura tecnológica, Lemos (2005) expõe como “o movimento do corpo entre os espaços, entre as localidades, entre os espaços privados e públicos” (LEMOS, 2005, p.3). Algo como um conjunto de novas práticas sociais, sendo também “[...] uma mudança na experiência do uso e do habitar dos espaços que cada vez mais serão configurados por tecnologias invisíveis, pervasivas e ubíquas” (OLIVEIRA, 2007, p.38). E, a cada novidade tecnológica ofertada pela mobilidade e pela ubiquidade de dispositivos audiovisuais – como o *smartphone* – Capeller (2012) lembra que há novas plataformas de registro e transmissão de informação, configurando-se para oferecer experiências aos usuários, que vão além da oferta de novas estéticas e linguagens.

Assim, transformações de diferentes ordens foram – e vão sendo – provocadas com as novas tecnologias de informação. De acordo com Castells

(1999, p. 49-57), isso principalmente pelo fato de ter como elemento central os potenciais oferecidos pela internet, que proporciona a mobilidade. Assim, a questão da mobilidade surge carregada de valor contemporâneo, refletido em diversas áreas como a sociologia, a antropologia e a própria geografia. Pode-se voltar no tempo e pensar no sonho antigo da humanidade de diminuir distâncias e locomover-se em larga escala, carregando sentidos e também coisas. Por isso, nesta pesquisa, a mobilidade é entendida como uma característica das sociedades contemporâneas, pois é na era da conexão e da tecnologia que ela surge e se faz permanente.

Originário da influência da mecânica clássica, a mobilidade traz a mesma noção de fluxos, seguindo uma lógica de atração proporcional às massas e inversamente proporcional às distâncias. E, atualmente, isso se comprova quando se separa a ideia do ato de deslocamento apenas, colocando-o também como uma ação de deslocar-se em uma ação física, virtual e ou simbólica, dentro do conjunto de atividades do cotidiano do indivíduo e da sociedade.

A mobilidade também permite aos indivíduos mudanças em seu contato social por oferecer novas formas de comunicação, como aquela que acontece com o uso das funções de um *smartphone* (acesso à Internet via Wi-Fi, envio e recebimento de SMS, acesso às redes sociais, aplicativos de uso de vídeos e fotos, de conversação, etc.), que podem ser compartilhadas de qualquer ponto do globo. Ou seja, o indivíduo pode se apropriar do *smartphone* como um objeto que complementa seu cotidiano, tal como outros artefatos de relevância, e pode utilizá-lo para questões de âmbito social: trabalho, escola, negócios, etc. É por meio do dispositivo que ele tem seu dia a dia redefinidos: estará conectado à outras pessoas e à outros objetos também. “[...] o telefone é um objeto e pode ser visto como coisa. Pode ter o significado além de um objeto de telefonia móvel, mas, pode ser visto como um objeto real, com qualidade real e sensível.” (PÓVOAS, 2013, p. 6).

Com as tecnologias móveis de comunicação percebe-se um encurtamento de distâncias, tempo, etc (por meio de GPS – *Global Positioning System*³⁷ –, por exemplo, pode-se localizar algum endereço ou pessoa em qualquer país), são múltiplos os suportes e os modos de interação que alteram os modos de percepção.

37 Global Positioning System, ou Sistema de Posicionamento Global, é uma tecnologia alimentada por informações de um sistema de 24 satélites chamado NAVSTAR e controlado pelo DoD, Department of Defence (Departamento de Defesa) dos EUA. O GPS, de início, era um projeto militar tecnologia originalmente de fins militares. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/cartografia/gps-sistema-de-posicionamento-global/>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

A possibilidade de se estar em conexão com outras pessoas, recebendo e enviando dados, em qualquer local a qualquer momento, é a característica mais evidente da ubiqüidade³⁸, na qual os sistemas informáticos são invisíveis por meio de objetos do nosso cotidiano e estariam, de acordo com alguns autores, disponíveis para a sociedade utilizar e interagir, e mais que isso, para que ela aprendesse a conviver com eles. Com isso, há ganhos de convivência e interação entre sociedade e tecnologia. É um traço marcante do homem contemporâneo nesse contexto, de acordo com Maffesoli (2000) acontece por meio de sistemas de indexação. Redes de interação e inúmeros *gadgets*, entre outros, que prometem potencializar as funções humanas (como a tecnologia Bluetooth³⁹, por meio da qual o uso de cabos não se faz mais necessário). Para ele, os aparatos tecnológicos de comunicação promovem uma ressignificação tanto do espaço físico, como das pessoas e das coisas, além da própria cognição e percepção humanas:

Neste início de século XXI ocorre uma transformação tecnológica silenciosa que muda gradativamente a vida cotidiana. São poucas pessoas que têm percepção da ubiqüidade que as redes computacionais introduzem nas relações, individuais e coletivas, de comunicação, educação, trabalho, entretenimento etc (MAGNINI *et al.*, 2009)⁴⁰.

Assim, mobilidade e comunicação estão ligadas de modo intrínseco. Para compreender uma, é necessário entender a outra. Para Lemos, a comunicação

38 Os sistemas informáticos pervasivos envolvem sorrateiramente todo o ambiente humano com suas teias binárias invisíveis e poderosas. As predições de Marc Weiser tornam-se reais [...]. Considerado o pai da computação ubíqua, Weiser declarou no início dos anos 1990 que no futuro os computadores estariam presentes, de forma invisível, em objetos de nosso cotidiano, como etiquetas de roupas, cartões de créditos, relógios e demais utensílios. Segundo Weiser, devemos aprender a conviver com os computadores e não apenas a interagir com eles”.

39 Padrão de tecnologia sem fio para troca de dados em distância curta, a partir de dispositivos fixos e móveis, criando redes de área pessoal (PANs), com altos níveis de segurança. Disponível em: <<http://postscapes.com/internet-of-things-technologies>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

40 Termo compreendido nesta pesquisa, conforme Agamben define, como sendo [...] qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas etc., cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares – e por que não – a própria linguagem, que talvez é o mais antigo dos dispositivos, em que há milhares de anos um primata – provavelmente sem se dar conta das consequências que se seguiram – teve a inconsciência de se deixar capturar (AGAMBEN, 2009, p. 41).

“implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suportes” (LEMOS 2009, p. 1). Deste modo, percebe-se que com a relação “informacional-virtual” ocorre o impacto sobre o que o autor chama de “mobilidade física” e “o lugar e o espaço onde se opera, e vice e versa”. Por conta disso, refletir a mobilidade e sua potencialidade na contemporaneidade e agregar a essa reflexão a evolução da cultura usuária de *smartphones* parece relevante. “Com a fase atual dos computadores ubíquos, portáteis e móveis, estamos em meio a uma ‘mobilidade ampliada’ que potencializa as dimensões físicas e informacional” (LEMOS, 2009, p. 2).

Nesse aspecto, cabe também avaliar a evolução dessa cultura da mobilidade, com as ferramentas que os dispositivos móveis agregam e que refletem na condição física dos usuários. Olhar para as telas pode ser um caminho, ao passo que cada dia mais, elas são produzidas de modo a serem ajustadas ao cotidiano dos indivíduos. Pellanda (2004) esclarece que com a introdução das tecnologias de conexão móveis, os sujeitos se colocam em movimento e online, “desta maneira junta-se através da técnica três anseios do homem da contemporaneidade: a rapidez, a eficiência de locomoção e o permanente contato com os demais membros da comunidade” (PELLANDA, 2004, p.5).

2.4 INTERAÇÃO MEDIADA

Além da mobilidade, tratada no subcapítulo anterior, outros dois conceitos abordados nesta pesquisa são: “interação” e “interatividade”. Entendê-los permite a análise da relação entre os indivíduos e os *smartphones*, haja vista que este estudo lança um olhar sobre a tríade máquina (tecnologia)-indivíduo-ciberespaço. Tomando como base o pensar de Pierre Lévy (2010) sobre a problemática da interatividade – que se justifica devido ao uso equivocado do termo sem correta explicação do que se entende por ele –, têm-se o cuidado de esclarecer que nesse estudo entende-se que o conceito de interação é que ele traz em si a existência de reciprocidade das ações de vários agentes físicos ou biológicos (incluindo os seres humanos); e a interatividade reflete de modo particular, uma qualidade técnica das chamadas máquinas “inteligentes”. Essa qualidade dada a elas seria um conjunto de propriedades específicas de natureza dinâmica que se alteram concomitantemente à evolução técnica.

Com base na relação com a mensagem/dispositivo de comunicação, Lévy expõe os diferentes tipos de interatividade. Eles vão, respectivamente, da mensagem linear: que ocorre por meio de dispositivos (a imprensa, rádio, TV e cinema, etc.) até a mensagem participativa, de modo que esse autor consegue caracterizar a interatividade como a possibilidade de transformar os envolvidos na comunicação, ao mesmo tempo, em emissores e receptores da mensagem, alterando, inclusive, o conceito de comunicação, o que não ocorre na interação.

Com o avançar do entendimento das novas tecnologias, interação e interatividade foram sendo analisadas como complementares. Não há como só olhar para a máquina ou só para o indivíduo. Tornou-se necessário revelar o espaço existente entre eles. Nessa lacuna, surge a “interação mediada”, que revela a qualidade da interatividade que o meio/tecnologia possibilita ao usuário e a interação entre os usuários que dela se apropriam. Isso ocorreu com o surgimento, principalmente, das redes sociais, por meio da internet.

Esse pensamento trouxe à tona o fato de que a interação mediada pelo computador também mudou com a apropriação dessa ferramenta (sobre as redes sociais existentes) e passamos a ter, não apenas ações verbais, mas “[...] de todo o tipo de troca que sinalizasse, em algum momento, a participação, a tomada de turno e, mesmo, a legitimação do discurso nos sites de rede social” (PRIMO, 2013, p.52). Isso impactaria diretamente a natureza dos laços sociais. Ao sofrerem alterações, “[...] os laços que antes necessitavam da interação para serem construídos (laços emergentes, como chamamos) passaram a ser construídos também pela associação (laços associativos) e passaram a ser mantidos pelos próprios sites” (PRIMO, 2013, p.52 *apud* RECUERO, 2009).

E dentro da “interação mediada”, revela-se a “conversação” em um aspecto diferente. Agora, ela também tem sua mediação no computador, no celular. Porém, esse modelo de conversação apresenta características diferenciadas: “Primeiro, porque é preciso apropriar essas ferramentas, que são mais textuais” (PRIMO, 2013, p. 53-54). Isso resulta no uso de indicadores de oralidade, que são comuns e compõe essa apropriação, “tais como o uso de palavras referentes ao “falar” e “dizer” na Internet (*Op. Cit* HERRING, 2010), o uso de convenções específicas como *emoticons* e onomatopéias (*Op. Cit.* DONATH, 1999), etc., e de elementos específicos oferecidos pelo sistema com sentidos reconstruídos, “tais como *hashtags* no *Twitter*, por exemplo”.

O que se sabe até o momento é que o resultado da exacerbada utilização tecnológica expôs novas modalidades de interações entre os indivíduos, como as mediadas por máquinas. Isso colocou em evidência inúmeras transformações sociais, entre elas, novos modos de comportamento dos indivíduos e seus grupos. E diante disso, McLuhan também convida a refletir sobre aquilo em que nos transformamos a partir do que contemplamos, ou, na contemporaneidade podemos dizer consumimos. E, para que se consolide o estabelecimento de marcos de nossa própria cultura, é preciso buscar informações em tempos ainda não explorados, em sociedades que ainda não foram “sentidas”. Com isso, vê-se maior legalidade tanto na existência dos meios quanto em seus conteúdos e sua aplicação na vida, tanto no pessoal quanto no coletivo.

Outro ponto relevante na relação da interação entre homens e tecnologias está no que McLuhan colocou como uma remodelagem de mão dupla: “Ambiente tecnológicos não são recipientes puramente passivos de pessoas, mas ativos processos que remodelam pessoas e igualmente outras tecnologias.” Além disso, para ele: “Qualquer nova tecnologia de transporte ou comunicação tende a criar seu respectivo meio ambiente humano” (MCLUHAN, 1977, p.15). Assim, diante da interação por meio dos aparatos tecnológicos reflete-se um momento único da sociedade, no qual, as tecnologias contemporâneas interferem diretamente na cultura, na vida social, na política, etc. Algo não visto na modernidade e que se revela na atualidade, como bem coloca Lemos, “A tecnologia [...]vê-se investida pelas potências refutadas pelo racionalismo moderno”. (LEMOS, 2004, p.16) e, assim, constatamos uma sociedade “[...] que se aproxima da técnica (o saber fazer) do prazer estético comunitário”. Isso leva-nos ao que Sousa (2009) aborda como sentimento de pertencimento, de comunidade e identidade, a ser exposto nos próximos capítulos. Assim, tudo aquilo que a tecnologia pode proporcionar aos sujeitos, como acesso ao *Facebook*, *Twitter*, You Tube, jogos, *e-mails*, aplicativos de conversação, entre outros, trazem à tona uma sociabilidade vinculada ao espaçamento produzido pelos lugares, coisas, pessoas e objetos conectados ao redor do planeta, como dito por Lemos (2009). É o ciberespaço, lugar de encontro de usuários conforme necessidades, interesses, para trocas de informações, dados, arquivos e aproximação de indivíduos e grupos com interesses comuns entre si.

Esta pesquisa buscou, neste capítulo, discutir o fenômeno da convergência a partir do surgimento do celular/*smartphone*, no contexto dos usos e apropriações

dos recursos e ferramentas desse dispositivo por jovens, e seu impacto nas transformações históricas e sociais evidenciadas na atualidade. Observou-se como elemento fundamental o indivíduo e sua relação com a sociedade e as questões tecnológicas ao seu redor. Pois, como argumentado até o presente momento, toda essa dinâmica se dá pela própria transformação histórico-tecnológica que se mescla com o próprio contexto histórico-sociológico e cultural das sociedades. Para tanto, a matriz de estratégias de visibilidade e legitimidade para apresentar os usos e apropriações feitos por jovens através dos *smartphones*, a ser elaborada e apresentada nos capítulos 4 e 5, procura apresentar essa dinâmica, pois não há como discutir a visibilidade e a legitimidade dessa relação “indivíduo-*smartphone*” sem levar em consideração a tríade sociabilidade, interação e mobilidade.

3. PROCESSOS DE INTERAÇÃO JUVENIL VIA SMARTPHONE: CONVERSAÇÃO, PERTENCIMENTO, IDENTIDADE E CONSUMO

Este capítulo dedica-se a esclarecer conceitos de *juventude*, *interação social*, *socialização* e *sociabilidade*, além do impacto de questões de identidade, consumo e sentimento de pertencimento, que vêm de encontro aos objetivos desta pesquisa de caracterizar a interação social e a sociabilidade de jovens universitários de Curitiba (PR). A escolha da cidade é justificada com base no que Bourdieu (2007) relata sobre o perfil geográfico do consumo, o qual seria respaldado no deslocamento da distribuição no espaço geográfico e da distribuição dos bens raros neste espaço. Percebeu-se que a capital paranaense oferecia essas características e também já ofertava a tecnologia móvel de ponta a partir da existência e da ampliação da rede 4G em sua extensão territorial, refletindo o fomento do consumo por meio da oferta de novas tecnologias que facilitam o uso dos dispositivos móveis individuais.

Apresenta-se reflexões que abordam a evolução histórico-social-tecnológica da sociedade e dos sujeitos que a integram, dentro da qual se coloca uma luz sobre os usos e apropriações que esses jovens universitários fazem dos recursos e das ferramentas ofertadas nos *smartphones* e o modo como utilizam em suas interações cotidianas.

Na busca pelo entendimento dos conceitos supracitados, foi necessária, primeiramente, a compreensão do que é o período da “juventude”, fato que tem sua relevância estendida para o desenvolvimento deste estudo, haja vista que os participantes delimitados para este estudo encontram-se inseridos nessa classificação etária. Utiliza-se o termo “período”, pois o que se sabe até o momento é que foram, e são inúmeros os caminhos percorridos por autores de diversas áreas na tentativa de conceituar o período caracterizado como “juventude”. Essa busca, apesar de estar ocorrendo há século ainda traz a angústia de resultados não satisfatórios, pois a juventude, para ser esclarecida, sempre necessitou ser amparada em questões que permeiam as transformações sofridas pelas sociedades e seus reflexos (por exemplo, a divisão em classes e a busca por direitos). No entanto, mesmo diante desse impasse, há autores que arriscaram apresentar uma definição de juventude em suas áreas e, atualmente, servem de referência para alguns estudos, inclusive, para o qual se propõe esta pesquisa.

“Por volta do século VI e VII, na Idade Média, as delimitações começavam a assumir características etárias, definidas como: infância (de 0 a 7 anos), puberdade (de 8 a 13 anos), adolescência (de 14 a 21 anos) e juventude (de 22 a 30 anos).” (DICK, 2003, p. 237-256). Dentro dessa concepção, as principais características dos jovens e sua representação nas décadas seriam as seguintes:

QUADRO 2 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DOS JOVENS E SUA REPRESENTAÇÃO NAS DÉCADAS

ANOS 40	Jovens marcados pelas experiências chocantes vividas durante a Segunda Guerra Mundial e com as bombas atômicas no Japão.
ANOS 50	Jovens mais autônomos. “Anos Dourados”.
ANOS 60	Década onde o tema JUVENTUDE foi mais explorado, expansão do Movimento hippie como uma ameaça à ordem social.
ANOS 70	Juventude insatisfeita, buscando mudanças para sair de uma sociedade estagnada, apática e viciada. “Anos de ressaca”.
ANOS 80	Defesa do protagonismo juvenil através da “Pastoral Juvenil” e redução dos avanços da liberdade sexual através da difusão da AIDS; jovens sem ideologia, individualistas, consumistas e conservadores.
ANOS 90	Transição de uma geração que valorizava a organização, a articulação, a lógica e o raciocínio, para uma geração que valoriza o corpo, o prazer, o fragmentado e o individual. Surge a “geração zapping” (em constante mudança).

FONTE: DICK, 2003, p. 237- 256.

Outra definição do termo *jovem* vem de Maffesoli (2000), que traz dentro do conceito de “criança eterna”. Desse modo, ele caracteriza o indivíduo pós-moderno, que podemos aqui chamar de jovem. Esse indivíduo seria a criança eterna, que é fiel ao “mundo como ele é”, sem que tenha que aceitar o *status quo*.

As características de identidade da juventude são discutidas nesta pesquisa porque, de acordo com Guimarães (2013), isso possibilita o entendimento do

conceito na atualidade, pois, existe a opção pela troca do termo *juventude* por *juventudes*. Segundo o autor, o plural da expressão serve para destacar as diversidades de juventude que podem ser analisadas, de acordo com alguns fatores categóricos que se tornam primordiais nesta classificação, tais como: classe social, cor, sexo e grupo social. “Não obstante, toda a pluralidade existente, um ponto se apresenta como convergente em todos os estudos: todos os sujeitos estão dentro de uma faixa etária que caracteriza um jovem” (GUIMARÃES, 2013, p.7).

Além dessas, outras características determinadoras dentro de um senso comum, são atribuídas aos jovens: estes são facilmente adaptáveis à convivência em “bandos”, “clãs”, “tribos” (MAFFESOLI, 2000, p.28), são contestadores e nem sempre possuem autonomia.

Ser jovem é ser autônomo e fazer com segurança a travessia da ponte que parte do ser criança e termina no ser adulto, segundo Abramoway, sendo essa fase:

“[...] o período da vida em que as pessoas passam da infância à condição de adultos, e durante o qual produzem mudanças biológicas, psicológicas, sociais e culturais, que se realizam em condições diferenciadas, segundo as sociedades, as culturas, as etnias-raça, as classes sociais e o gênero, bem como outras referências objetivas e subjetivamente relevantes para os que a vivenciam” (ABRAMOWAY, 2006, slide 3).

A juventude, essa fase que está entre a vida infantil e a vida adulta, e parece necessitar de um entendimento de seus aspectos no passado e na atualidade, pois indivíduos na condição de jovens viram seus papéis sociais se alterar tanto quanto seu biológico e sociológico. Olhando para a história, antes a juventude era menos atuante no cenário sociopolítico (exemplo do voto apenas na maioridade), suas vestes pouco representavam sua importância dentro do contexto social, seu modo de comunicar era diferente: música, poesia e moda falavam por eles e esses eram seus canais de comunicação com o mundo.

Hoje, os jovens têm ao seu dispor várias maneiras de se posicionar politicamente (direito ao voto aos 16 anos), fazem da moda mais que um modo de comunicar, ampliaram seu potencial para um novo canal de comunicação que atravessa fronteiras por meio do compartilhamento que fazem em redes sociais. Estas, que por sua vez, marcam a atual juventude como um meio de comunicação criado, utilizado e aprimorado por eles, que, utilizado para o bem ou para o mal, fazem deles precursores de uma nova maneira de ser jovem.

O que não se perdeu, no entanto, dentro do conceito de juventude ao longo de gerações foi a busca por suas relações com a sociedade. Mantiveram-se semelhantes, em todas as gerações, as características da busca por seu papel social, político e cultural. Isso é observado na medida em que se percebe um aprimorar dos meios de comunicação, para os mesmos fins. Exemplo recente: o modo como os jovens utilizaram as redes sociais para ir às ruas e protestarem por direitos, seus e de outros (no Brasil, o caso dos “rolezinhos”: que reuniu 6 mil jovens em dezembro de 2013, em um shopping center de São Paulo⁴¹; o pedido de redução na tarifa de ônibus no segundo semestre de 2013⁴². No mundo, a “Primavera Árabe”: que teve início em 2011 e cujos reflexos impactam na vida política do Oriente Médio até hoje)⁴³.

Diante desses aspectos, a escolha da juventude para este estudo - dada primeiramente por ser essa a fase em que ocorrem inúmeras transformações no ser humano (tanto físicas quanto emocionais), dá-se também pelo impacto que esse indivíduo sofre e exerce no meio social, tanto em sua formação quanto na composição de suas relações consigo e com o outro em uma sociedade cada vez mais mutante e tecnológica, que alterou também o modo como esses sujeitos buscam e mantêm suas interações sociais, como dito anteriormente.

O ponto de encontro entre as ciências humanas e a comunicação está no entendimento dos processos comunicacionais na realidade globalizada e mundializada, como expõe Lopes (2007). Ao abordar o aspecto da existência do objeto-mundo ‘com sentido’, o autor contribui esclarecendo que: “No mundo ‘comunicado’ que tanto os media como as ciências humanas nos oferecem, constitui-se a objetividade mesma do mundo e não somente interpretações diferentes de uma ‘realidade’ de alguma maneira ‘dada’ (LOPES, 2007, p.11). A comunicação faz parte do real e está presente no cotidiano da sociedade contemporânea por meio da mídia e de diversos outros espaços de trocas

41 Notícia do Jornal Folha de S.Paulo sobre tumulto em shopping paulista que reuniu mais de 6 mil jovens. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/12/1382637-shopping-em-sp-sofre-arrastao-apos-6000-jovens-invadirem-o-local.shtml>>. Acesso em: 04 mar. 2014.

42 Jovens protestam pela diminuição da tarifa de transporte público. Fato ocorreu em diversas cidades, entre elas: São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Disponível em:<<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/06/transito-acidente-entre-caminhao-e-moto-bloqueia-duas-faixas-do-viaduto-grande-sao-paulo.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2014.

43 Onda de protestos que se espalhou pelo Oriente Médio e norte da África, culminando na derrubada de quatro ditadores em um ano e na morte de milhares de civis. Disponível em:<<http://topicos.estadao.com.br/primavera-arabe>>. Acesso em: 04 mar. 2014.

simbólicas do dia a dia, sendo importante “[...] pensar a comunicação como troca, interação, situação comunicacional que circunscreve a relação – mediada discursivamente – de sujeitos interlocutores” (FRANÇA, 2010, p.13).

Outra questão relevante na observação da juventude – suas interações e sociabilidades – está no desenvolvimento do campo comunicacional, bem como dos processos comunicativos e da função da comunicação na vida dos indivíduos. O jovem é, por natureza, um ser comunicativo, por isso, compreender a comunicação da qual ele se utiliza para suas vivências no mundo é passo fundamental para compreendê-lo. Barbosa (2002) esclarece que “A comunicação diz respeito a um ato comunicativo, a uma linguagem, a uma construção, a um sujeito e a uma história, com todas as implicações – culturais e políticas – que estas correlações engendram”.

O que agrega também a tal reflexão é a declaração do autor de que a linguagem não é suporte de mera representação do mundo, e sim: “[...] de compreensão de um mundo real e repleto de sujeitos” (BARBOSA, 2002, p.74). Colocando em destaque e de modo relevante à vida social, como expõe (BARBOSA, 2002, p.75), as reflexões sobre práticas, processos e linguagens comunicacionais – do ponto de vista de uma crítica permanente às produções e às práticas mediáticas – articulando-as com a questão das linguagens e da produção cultural e considerando a inter-relação existente em uma teoria social.

Ou seja, a partir da análise de processos comunicativos (produção, recepção, circulação e interpretação de sentidos) torna-se possível o entendimento de toda a dimensão da comunicação consumida pela sociedade e suas relações histórico-sociais e culturais com os sujeitos. Atualmente, muitos processos comunicacionais tem se revelado a partir do sujeito, que passa a ser percebido como primordial no contexto do desenvolvimento histórico da comunicação. E neste estudo, esse sujeito que têm seu processo comunicativo observado é o jovem universitário de Curitiba (PR). Tal observação permitirá, entre outras coisas, o revelar de sua socialização e sociabilidade no contexto em que ele está inserido: a sociedade contemporânea e os desafios embutidos nela a partir das tecnologias existentes e surgentes, que impactam diretamente em questões conectadas a esses conceitos.

Diante desse contexto, uma breve diferenciação dos conceitos de “socialização” e “sociabilidade” abre a reflexão a respeito dos mesmos no contexto desta pesquisa. A diferenciação da *sociabilidade* está no fato de que ela é o que capacita naturalmente o ser humano para a convivência em sociedade, e desenvolve-o por meio da socialização.⁴⁴ Pois, através da socialização, os seres humanos se integram entre si ao grupo em que nascem “[...] absorvendo o conjunto de hábitos, costumes e regras característicos de seu grupo”. Ou seja, a socialização dos indivíduos acontece quando participamos da vida em sociedade e assimilamos todas as suas principais características. Na reflexão, destaca-se que na definição “[...] quanto mais coerente for a socialização, mais sociável ele tenderá a ser.” Em resumo, para diferenciar os termos, basta compreender que tudo o que envolve a sociabilidade e a socialização depende “da identificação e da predisposição de cada indivíduo, sendo da natureza humana a necessidade de estar e participar de um grupo social.

Assim, sob o ponto de vista dessa relação entre interação, socialização e sociabilidade, no subcapítulo a seguir, discute-se a questão da interação social e os aspectos da busca pela identidade, o sentimento do pertencimento e o consumo, com o objetivo de revelar um pouco mais o indivíduo jovem que se apresenta nessa pesquisa, principalmente, no tocante aos aspectos sociais e culturais dele.

3.1 INTERAÇÃO SOCIAL: IDENTIDADE, PERTENCIMENTO E CONSUMO

Na fase da juventude, como corroboram alguns autores, busca-se o isolamento para o entendimento de si como indivíduo social. No entanto, mesmo nesse isolamento que todos vivenciam na fase da juventude, o que se percebe atualmente é que diante das tecnologias contemporâneas revelou-se um outro modo de isolar-se: há um isolamento social físico, porém, este não impede e não está ligado diretamente às questões de interação social, haja vista que a interação social dos jovens tornou-se ainda mais intensa a partir do uso de novas tecnologias móveis, como se revelou neste estudo, conforme dados apresentados a partir do

44 Diferenciação conceitual relatada no Portal Mundo Educação. Disponível em:<<http://www.mundoeducacao.com.br/sociologia/sociabilidade-socializacao.htm>>. Acesso em: 03 dez. 2013.

capítulo 4. É perceptível que os jovens acabam por encontrar nas tecnologias contemporâneas um aliada para suas relações sociais e emocionais, em primeira instância. E, apenas num segundo momento, é que esses sujeitos se abrem para as relações com outros indivíduos, fisicamente. Compreendendo esse aspecto, tornou-se relevante nesta pesquisa o entendimento de interação social dentro do conceito 'juventude', que sempre foi um desafio para variadas áreas quanto à sua definição, conforme esclarecido nos parágrafos anteriores.

Entender que a relação indivíduo-meio é concebida também em termos biológicos e não apenas culturais pode esclarecer, na perspectiva sociocultural e histórica, a relação existente entre o indivíduo e seu meio nas mais diversas áreas, inclusive, no campo da comunicação. Por isso, para compreender a relação do jovem e sua relação com o mundo é preciso refletir que: "Indivíduos e meio são vistos como duas realidades externas uma à outra e independentes, cujas relações devem ser pensadas em termos de adaptação." (PINO, 2012, p. 50). Em se tratando de jovens - o público deste estudo - a questão da adaptação está diretamente ligada ao seu desenvolvimento pleno como ser humano e ser social. Ele é um indivíduo que necessita dessa interação e/ou relação com o meio em que vive para que se forme sujeito social. De acordo com Angel Pino, professor da Faculdade de Educação da Unicamp, é na Psicologia que essa relação, que exige adaptação, capacita-se, abordando as representações sociais do homem e do mundo em épocas diversas. E essa adaptação é variável de acordo com as teorias existentes, as quais mantêm o mesmo princípio de que:

[...] o indivíduo incorpora (assimila, diz Piaget) elementos do meio, resultando, com isso, em mudanças (acomodações, segundo Piaget) nesse indivíduo (ao estilo do metabolismo biológico); essas mudanças, por sua vez, definem novos níveis de adaptação (a equilíbrio de Piaget) (PINO, 2012, p. 50).

A perspectiva psicológica de Pino (2012) nesta pesquisa torna-se relevante em dois aspectos: entender o modo como os jovens estão incorporando psicologicamente as novas tecnologias e se adaptando a elas e como essa adaptação se reflete em novas formas de convivência entre os grupos sociais, neste caso, de universitários e suas relações.

E, como as relações sociais desses jovens também têm ocorrido com o uso da Internet, um outro cenário deve ser observado no campo da interação social: o

ciberespaço. Esse outro ambiente tem sido utilizado de modo intenso e facilitado na sociedade contemporânea a partir do acesso às tecnologias móveis, tornando-se, praticamente, inevitável, como ressalta Giddens (2012):

Agora que o correio eletrônico, as mensagens instantâneas e as comunicações virtuais e salas de bate-papo se tornaram fatos da vida para muitas pessoas nos países industrializados, qual é a natureza dessas interações e quais são as novas complexidades que emergem a partir delas? Os céticos dizem que a comunicação indireta pelo correio eletrônico e a internet contém uma riqueza de problemas que não se encontra nas interações sociais presenciais. (GIDDENS,2012, p.203).

Talvez não seja “uma riqueza de problemas” que surge diante das complexidades do campo comunicacional com as tecnologias atuais. O que aparece como desafio para a comunicação na contemporaneidade são questões que permeiam conceitos de pertencimento, busca de identidade social. Afinal, com quem os jovens dialogam a partir do uso dos recursos tecnológicos existentes? Como eles se enxergam nesse contexto? Qual o seu papel social?

O que se sabe revelou até o momento é que a comunicação eletrônica (interação social no ciberespaço) oportuniza que o indivíduo coloque à mostra apenas a face da identidade que mais lhe interessa em determinado momento, situação ou grupo social em que esteja presente - entendendo que a identidade é múltipla, móvel e moldada pelo social, cultural etc - e concentre-se na mensagem que pretende passar, pois, de acordo com Giddens (2012) isso “[...] pode ser uma grande vantagem para mulheres ou outros grupos tradicionalmente em desvantagem, cujas opiniões, às vezes são desvalorizadas em outros ambientes (GIDDENS, 2012, p. 204 *apud* LOCKE e PASCOE, 2000).

A identidade tratada neste estudo é caracterizada essencialmente pela forma como nós próprios nos vemos e como o outro nos vê, pelas escolhas do indivíduo, suas experiências individuais, independente da estrutura social em que se está inserido, de acordo com estudos contemporâneos que revelam as fontes identitárias como sendo: identidade de gênero, social, etária, técnica, profissional, etc. Além disso, sua relevância está no fato de que essa identidade social requer escolhas e exige, ao mesmo tempo, um nível de consciência do indivíduo.

Retomando o ‘grupo em desvantagem’ de que trata Giddens, esta pesquisa, apresenta os jovens que estariam dentro desta seleção antes do advento das novas

tecnologias, das redes sociais, pois, a partir da existência delas, ampliou-se as possibilidades de esse grupo ir em busca de sua independência social, no sentido de estar mais atuante e participante da vida em sociedade. Os jovens encontraram outros caminhos e alternativas para terem seus direitos e deveres sociais garantidos, outras oportunidades de emprego e outras maneiras de interagir - tanto de modo individual quanto coletivo - dentro das comunidades em que estão inseridos. Desse modo, para esses grupos “em desvantagem”, esse tipo de interação - eletrônica – seria libertadora, por facilitar que as pessoas criem suas próprias identidades coletivas e possam falar de modo livre, o que não poderia ser realizado se estivessem em outro local:

[...] Uma pesquisa sobre usuários de internet, realizada entre 1995 e 2000, mostrou que, longe de aumentar o isolamento social, o uso da internet está associado a interações sociais online e off-line cada vez mais frequentes e mais significativas. A pesquisa mostra que os usuários da internet tendem a se comunicar com outras pessoas por outros meios – especialmente o telefone – mais do que indivíduos que não a usam, encontram-se mais pessoalmente com seus amigos do que os não usuários e interagem mais com outras pessoas em geral (GIDDENS, 2012, p.205 *apud* KATZ *et al.*, 2001).

3.1.1 Jovem e Mediação

Dentro da reflexão da interação social surge então, a questão da mediação e os jovens, vista por alguns autores como um pressuposto central na perspectiva sócio-histórica. Pino (2012, p. 53), por exemplo, destaca o século XX como um marco, no qual se atingiram níveis insuspeitados da mediação de sistema de signos “[...] que permite esse progresso ao possibilitar, através da comunicação – pela via, principalmente, da linguagem falada e escrita -, a produção e a apropriação da Cultura.” Além disso, como traz Martín-Barbero (1997, p.258), o eixo de debate da comunicação já passou dos meios para a mediação, isto é, “[...] para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para as pluralidades de matrizes culturais”.

Para Martín-Barbero (1997), na mediação há a oportunidade de compreendermos como os meios operam na sociedade, permitindo uma compreensão “dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação” (p.290). Assim, somos capazes de entender a mediação em pelo menos três lugares propostos pelo autor: a cotidianidade familiar, a

temporalidade social e a competência cultural. E, por esse caminho, o conceito vem colaborar para o esclarecimento da relação existente entre os jovens e os usos e apropriações que fazem dos *smartphones* na sociedade contemporânea à medida que entende-se que o campo das mediações é constituído “[...] pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida em comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.260), pois os jovens têm feito diversos usos desse dispositivo móvel que impactam diretamente na vida social, cultural individual e coletiva desse grupo.

E é dentro das relações do indivíduo - o jovem - em sociedade com as novas tecnologias móveis, em especial com o *smartphone*, que dois outros conceitos são trazidos à reflexão: *identidade* e *consumo*, pois estão diretamente ligados às questões socioculturais dos jovens, que buscam, por meio desses fatores, manter-se integrados e em interação com a sociedade.

Assim, a identidade e o consumo⁴⁵ são trazidos nesta pesquisa, pela influência que exercem na interação social dos jovens e em seu sentimento de pertencimento a grupos sociais e à sociedade contemporânea – que têm em seu âmago características de uma sociedade do consumo. Para compreender o consumo, este estudo buscou a contribuição de Bourdieu, que ao longo de sua trajetória analisou e criticou questões que envolvem perfis de sociedades que se mantiveram por meio do fortalecimento da economia, da fomentação do consumo.

Entendeu-se também como relevante nesse contexto, trazer à reflexão o que ponderou Pierre Bourdieu (2007) - em sua observação específica do perfil geográfico do consumo: “quanto às diferenças de estilos de vida entre as diferentes frações de classes sociais” -, que na modernidade foi analisado por meio de grupos de referências, que seriam: perfis demográficos, de comportamento etc. No perfil escolhido pelo autor, ele pode avaliar que o consumo à época estava diretamente ligado ao deslocamento: da distribuição no espaço geográfico e da distribuição dos bens raros neste espaço. Com isso, entendeu-se que o consumo, então, estaria atrelado à questão do *habitus*⁴⁶ social “adquirido por alguém com tais e tais

45 Nesta pesquisa entende-se consumo como “sistema de propriedades – que determina a posição ocupada no campo das lutas de classes e que é determinado por ela - só pode ser entendido a partir da posição ocupada pelos consumidores num universo social. Tendo, assim, seu peso relativizado de um campo a outro” (FILHO; LOPES e CARRASCOZA, 2006, p.104).

46 “É essa transformação do saber incorporado em automatismos e em intuições que permitem a improvisação no comportamento e uma invenção relativa de variantes em função das variantes da

capitais. A manifestação de certos esquemas ou disposições permanentes de classificação do mundo incorporados em determinadas condições objetivas de existência, na sua trajetória social" (FILHO; LOPES e CARRASCOZA, 2006, p.104), assim, ele relatou que:

[...] as chances de um grupo social pode ter de se apropriar de bens raros (e que dão fundamento às esperanças matemáticas de acesso) dependem, por um lado de suas capacidades de apropriação específicas, definidas pelo capital econômico, cultural e social que podem disponibilizar para se apropriar materialmente e/ou simbolicamente dos bens considerados. (FILHO; LOPES e CARRASCOZA, 2006 *apud* BOURDIEU, 1979).

Esta pesquisa engloba jovens universitários de Curitiba (PR), com idade entre 25 e 30 anos, mas entende que na atualidade essa questão geográfica tratada por Bourdieu (2007) pode não interferir no consumo e não determinar o estilo de vida e os padrões de consumos dos jovens. O que pode estar ocorrendo é o oposto. Afinal, na sociedade contemporânea tem-se a existência de outros espaços (virtuais) que podem ampliar e expandir o consumismo nesse grupo social, pois os recursos tecnológicos existentes já não classificam consumidores apenas no perfil geográfico e de classes, mas por questões de estilo de vida, grupos de referência.

A compreensão dessa relação entre os conceitos de consumo e identidade se encontra também no fato de o jovem ser um agente social que consome bens a partir de um '*habitus*', impulsionado pelas condições sociais, culturais e econômicas do local onde ele está inserido. O *habitus* para Bourdieu (2007) é entendido como "[...] princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação (*principium divisionis*) de tais práticas '**de consumo**'" (grifo meu). Assim sendo, o agente social que consome está na composição do mundo social, enquanto dotado de *habitus*, pois incorpora estruturas objetivas que validam a atribuição de sentido e valor a qualquer ato de consumo, bem como a qualquer coisa ou serviço consumido.

Outro esclarecimento de Bourdieu (2007) que se reflete no entendimento do jovem como consumidor está no estilo de vida buscado pela juventude contemporânea, por meio do *habitus*. Para o autor é na relação entre as duas capacidades que definem *habitus*, que está o mundo social representado, ou seja, o espaço dos estilos de vida. Assim, as capacidades que os jovens utilizam para o

situação (ACCARDO, A. *Introduction à une sociologie critique*, Bordeaux, Le Mascaret, 1997, p.121) FILHO; LOPES e CARRASCOZA, 2006, p.104)".

consumo são: “[...] capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e de apreciar essas práticas e esses produtos (gostos)” (BOURDIEU, 2007, p.162). Por isso, para o autor os estilos de vida, inclusive desses jovens, “são os produtos sistemáticos dos *habitus* que, percebidos em suas relações mútuas [...], tornam-se sistemas de sinais socialmente qualificados – como ‘distintos’, ‘vulgares’, etc.” (BOURDIEU, 2007, p.164).

No período da juventude, de acordo com especialistas, acontece o desenvolvimento dos *habitus*, do estilo de vida, justamente pelo fato de o indivíduo apresentar com maior afinco e relevância o sentimento de pertencimento a um grupo social, dentro do qual ele se insere ao encontrar um estilo de vida adequado a ele, com afinidades, que o completem. Para estar nesse grupo, o jovem sai em busca do seu anseio por caminhos que permeiam aspectos socioeconômicos: o jovem universitário, por exemplo, pode encontrar seu ‘estilo de vida’ a partir do ato de consumir a tecnologia que lhe é oferecida na contemporaneidade, e faz isso, em especial, por meio de usos e apropriações das ferramentas e recursos oferecidos em *smartphones*.

Diante disso, torna-se relevante entender o consumo, a identidade e o sentimento de pertencimento dentro do contexto contemporâneo. Para tal, nesta pesquisa “contemporâneo” é aquilo que “pertence verdadeiramente ao seu tempo”, que o autor explicita da seguinte maneira:

A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009, p. 59).

A observação do sentimento de pertencimento recai também sobre a reflexão quanto à busca dos indivíduos por sua identidade. Essa identidade é buscada por meio de vários caminhos, um deles é o consumo. Ao consumir um bem (no caso desta pesquisa, adquirir um *smartphone*), o jovem passa a pertencer a um grupo social, cultural e econômico. Dentro desse grupo, ele passa a ter uma identidade, pois ele se ‘identifica’ por hábitos de consumo, entre outros aspectos.

Para entender isso é preciso aceitar que a sociedade contemporânea é fragmentada, separando conceitos como ‘povo’ e ‘nação’, que passam a ser entendidos como ‘público’ e também o de ‘cidade’ que – cada vez mais mediada por veículos de comunicação – passa a ser ‘cidade-virtual’, como bem expõe Sousa (2009). É a partir deste pensamento que surge a questão da busca pela identidade por meio das interações entre os indivíduos, numa sociedade cada vez mais fragmentada e tecnológica, que passa a refletir também o medo e a busca pelo pertencimento. Ou seja, o sentimento de pertencimento e a busca da identidade por esses jovens se revela no contexto das comunidades, nas quais, os integrantes buscam encontrar seus pares por identificação e afinidades.

Em se tratando dos jovens, tanto o sentimento de pertencimento quanto a busca de uma identidade social parece ser relevante na busca por esclarecimentos de cunho histórico social aos estudos comunicacionais. Por conta disso, essa pesquisa irá explorar ainda mais a temática do pertencimento, tendo como base as pesquisas de Sousa (1999), com a abordagem do sentimento de pertencimento através dos meios tecnológicos. Apresentando assim, o *smartphone* como um canal ou dispositivo, por meio do qual os jovens – numa dimensão simbólica - tendem a buscar referenciais sociais dentro de uma sociedade que nem sempre o aceita, e por vezes, elimina-o. “O pertencimento se reforça como estratégia simbólica de busca de inclusão ante contextos de fragmentação derivados de processos de desigualdade cada vez mais intensos”. (SOUSA, 1999, p.16).

Partindo do entendimento desse sentimento de pertencimento, intrínseco à juventude, esta pesquisa embasa-se na compreensão acerca da sociabilidade e socialização a partir da sociotécnica envolvida na apropriação e uso do *smartphone*, por meio da análise de dados que se confere mais profundamente no capítulo 4, mas também, da compreensão dos processos comunicacionais aos quais esses jovens estão expostos e vivenciam todos os dias.

3.2 DA INTERAÇÃO FACE A FACE À CONVERSAÇÃO VIA SMARTPHONE

Uma análise dos rituais do cotidiano no que se refere aos encontros face a face foi realizada por Goffman (2011) e tornou-se relevante para essa pesquisa por trazer à reflexão da importância desses encontros para o bem estar social dos

indivíduos, e como isso é possível diante de uma sociedade cada dia mais tecnológica e de caráter e comportamentos individualizados.

Goffman (2011) entende que o encontro face a face está ligado ao ‘eu social’ e ao modo como nos comportamos diante da força do sistema social exerce sobre nós a ponto de nos causar constrangimentos em situações de encontros face a face. Esse aspecto é importante para a questão da conversação discutida nesta pesquisa, pois revela um interessante aspecto do indivíduo contemporâneo e sua aproximação, cada dia maior, das tecnologias individuais.

Além disso, há a questão dos encontros sociais do tipo conversacional, citados por Goffman (2011), por meio dos quais, os participantes passam por situações de desconforto social. Isso ocorre porque exige-se deles o envolvimento no encontro mesmo quando não há captura da atenção dos participantes. E, diante desse cenário, percebe-se que, na sociedade contemporânea, a partir da existência de mecanismos tecnológicos que intermediam essa relação conversacional – interação medida ou conversação mediada – o indivíduo tem ao seu dispor a opção de não ter esses encontros sociais do tipo conversacional de presença física, do face a face, pois as plataformas como *smartphones*, por exemplo, trazem ferramentas que intermediam suas relações conversacionais (aplicativos, recursos de SMS) com o outro, ou com outros, não exigindo que o mesmo participe desse encontro social conversacional e se exponha à situações de desconforto.

Esse comportamento pode não soar saudável à vida social e, para alguns autores, a não interação face a face pode levar o indivíduo ao esquecimento do senso de realidade fundamental para a organização social:

O envolvimento alienante do indivíduo na interação pode se constituir em desvios de comportamento como: preocupação externa por algo que não está associado ao tema discutido, deslocamento do foco da atenção do indivíduo mais para sua própria performance, para a situação de interação ou em outro participante, do que no foco oficial do encontro. Nessas situações, os indivíduos não conseguem manter seu envolvimento espontâneo nos encontros conversacionais, sentindo e gerando desconfortos.” (NUMMER; CARDOSO E CARDOSO, 2012, p.409)

No entanto, as transformações sociais, culturais e tecnológicas dos últimos anos, conferidas por todos nós, revelam que não há como se ausentar de reflexões que coloquem a interação mediada pelas tecnologias digitais, principalmente no tocante ao conversacional, como opções que substituem a interação ou conversação face a face.

A vida agitada nas grandes cidades, a falta de tempo para atividades sociais dos indivíduos, cada dia mais, têm sido argumentos que impulsionam essa substituição das interações face a face por interações mediadas. Esse tem sido o caminho percorrido e escolhido pelos indivíduos para se manter em sociedade e participar das questões que a envolvem, inclusive, de novas regras de conduta social que emergem nesse cenário.

Os usos e apropriações das novas tecnologias, especialmente, as móveis, que proporcionam diferenciadas interações face a face e mediadas devem ser avaliados e refletidos pela sociedade contemporânea, pois contribuíram para o emergir de outra opção de interação: a conversação mediada via *smartphones*. Essa conversação via aplicativos oferecidos em *smartphones* é um aspecto a ser considerado quando se prima pelas relações sociais, entendendo-as como característica relevante para o desenvolvimento integral dos indivíduos, bem como do coletivo ao qual ele pertence.

Esse refletir sob a conversação mediada via *smartphone* dá-se também por conta de aspectos como os conteúdos trocados entre usuários por meio deste canal. Nesta pesquisa, apresenta-se, por exemplo, a percepção de que os conteúdos trocados pelos participantes são da ordem das relações socioafetivas, refletem a vida social deles, bem como seu cotidiano e rotina. O fato de transferirem essas relações, antes tratadas com maior afetividade e proximidade, para aplicativos de conversação pode impactar em suas relações sociais. Elas podem sofrer alterações que impactam diretamente no modo de se relacionarem consigo e com o outro, modo este que manteve a sobrevivência da espécie humana até o momento e conferiu a ela o poder sobre as demais espécies. Entende-se, entretanto, que a conversação via *smartphone* não precisa ser vista como vilã. Há apenas que se levar em consideração que, como toda a tecnologia criada pelo homem e/ou aprimorada por ele, não deve suplantar as relações humanas já estabelecidas.

3.2.1 *Smartphone*: espaço de interação e experiência

Entre os aspectos interessantes aos processos comunicacionais deste estudo, está a consideração de que o meio permite e controla o nível de interferência sobre as ações humanas, como expõe Winocur (2009) em sua fala sobre o celular na perspectiva de área intermediária de experiência. De acordo com ela, 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 de difícil acesso (ou negada) a eles. E nesses novos espaços eles concretizam o seu potencial de ser e de fazer e sentem-se inclusos socialmente.

Dentro deste contexto, o jovem utiliza de todas as formas de comunicação que lhe são apresentadas dentro da cultura tecnológica, e entre elas, estão dispositivos que permitem novos modos de conversação que superam a oralidade. Eles têm ao seu dispor recursos e ferramentas que permitem diálogos escritos em menor tempo e custo que diálogos efetivados oralmente, via ligação telefônica, por exemplo. Isso ocorre por meio dos *smartphones* com acesso à internet. Por isso, para uma abordagem da cultura tecnológica dos dias atuais, principalmente no que se refere aos novos modos de conversação, entende-se que um breve olhar sobre a oralidade, o surgimento da escrita e sua perpetuação nas sociedades parece relevante. Afinal, a sociedade humana se formou de modo primário com a ajuda do discurso oral, tornando-se letrada, inicialmente em certos grupos, em muito mais tarde na história, haja vista que os registros mais antigos da escrita datam de apenas 6 mil anos atrás, conforme expõe Ong (1998). A partir disso, ele esclarece o modo como uma complementou a outra ao longo da sua evolução, e como isso ainda gera impactos, ainda, nos dias atuais:

[...] o estudo diacrônico da oralidade e da cultura escrita e dos vários estágios na evolução de uma para outra estabelece um quadro de referência no qual é possível entender melhor não apenas a primitiva cultura oral e a subsequente cultura escrita, mas também a cultura impressa, que leva a escrita a um novo patamar, e a cultura eletrônica, que se apoia tanto na escrita como na impressão. Nesse quadro diacrônico, passado e presente, Homero e televisão podem se esclarecer mutuamente (ONG, 1998, p.10).

O impacto a que o autor se refere, da evolução das culturas escrita e oral, pode ser hoje observado nas tecnologias atuais as quais seriam reconhecidas por muitos como perfeitas. Seria por meio das tecnologias, principalmente móveis, que o ser humano pode aplicar o conhecimento de ambas culturas, inclusive, de modo simultâneo. Por isso, analisar esse aspecto dentro dos processos comunicacionais parece ser de suma relevância, principalmente dentro do que coloca Ong, quanto a

existência da segunda oralidade, a qual vivenciamos em nosso tempo. Ela foi nomeada assim devido a atual cultura da alta tecnologia, “[...] na qual uma nova oralidade é alimentada pelo telefone, pelo rádio, pela televisão ou por outros dispositivos eletrônicos, cuja existência e funcionamento dependem da escrita e da impressão” (ONG, 1998, p. 19). Assim, a existência e uso da segunda oralidade em larga escala entre os indivíduos ampliou-se com o advento dos aparelhos portáteis e das tecnologias móveis, que possibilitaram outras opções para o diálogo entre os indivíduos por meio das quais não há impedimentos na relação espaço-tempo e há a opção de escolha no modo como pretende-se relacionar com o outro. O indivíduo pode optar por uma ligação oral ou pelo texto escrito. Sua postura dependerá da necessidade existente naquele momento.

Diante disso, percebe-se que a segunda oralidade, dita por Ong (1998) parece ter ganho a adesão neste século um significado ainda maior, no qual temos a conversação mediada, que oferece recursos e ferramentas da cultura oral e escrita, por meio de aplicativos de conversação de *smartphones*, tais como *Whatsapp*, *Facebook Messenger*, *Google Talk*, etc. Com o uso desses aplicativos, percebem-se mudanças na maneira de usuários dialogarem, surgindo novas formas de comunicar-se por meio da escrita. Esta, por exemplo, vai além da diminuição de caracteres para agilizar o diálogo, chega à formação de novas palavras no léxico verbal dos participantes do diálogo. Palavras como “você”, são condensadas em duas consoantes “vc”; “também” passa a ser “tbem” e, mesmo assim, são compreendidas pelos participantes do diálogo. Outros exemplos são os *emoticons*, que “são as famosas “carinhas” ou “smileys”. São convenções construídas através dos caracteres do teclado para representar emoções faciais (RECUERO, 2010, p. 05)” e os gravadores de voz embutidos nos aplicativos de conversação: os *emoticons* são utilizados para substituir as palavras e/ou sentimentos que não podem ser traduzidos de outra forma pela distância entre os participantes do diálogo. O gravador, colabora com a possibilidade de o sujeito gravar o diálogo em mp3 enviar via aplicativo de conversação ao seu interlocutor, não exigindo nem mesmo que o sujeito necessite digitar a mensagem que deseja enviar (usuários utilizam esse recurso quando estão na direção de veículos, por exemplo).

É perceptível, diante dessas novas formas de linguagens que ocorrem novas e diferentes experiências entre o indivíduo e a linguagem com a qual cresceu e teve

sua percepção de mundo. Há um novo ou diferente mundo, há novos ou diferentes espaços nos quais os indivíduos podem aprender ou apreender novas linguagens para novos modos de comunicar-se na sociedade contemporânea.

No subcapítulo a seguir, pretende-se esclarecer o conceito de conversação mediada e o uso dos aplicativos de conversação dos *smartphones* de modo a revelar como acontece a relação dos indivíduos nesse contexto, pois é partir da mudança na linguagem (oral e escrita) que acontecem transformações também na conversação, reveladas, entre outros aspectos, também por meio de signos utilizados para traduzir sentidos e sentimentos de indivíduos e de uma sociedade.

3.2.2 Conversação mediada e aplicativos de conversação

O estudo da conversação é de suma relevância por ser ela a prática mais comum do cotidiano da humanidade; além disso, ela “[...] desenvolve o espaço privilegiado para a construção de identidades sociais no contexto real, sendo uma das formas mais eficientes de controle social imediato [...]” (MARCUSCHI, 1999, p. 5). Isso exigiria imensa coordenação de ações que “exorbitam em muito a simples habilidade linguística dos falantes”. O autor também define a conversação como sendo “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum” (MARCUSCHI, 2006, p.15).

Entendendo por conversação o que Primo (2013) postulou como “um “fenômeno emergente” nos sites de rede social na atualidade, que enfoca as apropriações dessas redes para a interação”. (PRIMO, 2013, p.53). O autor aborda a conversação como:

[...] uma apropriação das próprias redes sociais desses sistemas de forma a criar elementos e sentidos. Assim, elementos como os turnos, o contexto etc, que na conversação face a face são essenciais, precisam ser reconstruídos na mediação das ferramentas digitais (PRIMO, 2013, p. 53).

Aborda-se nesse estudo, uma possível substituição ou transformação da conversação dada via aplicativos de conversação, ofertados na mesma plataforma móvel do *smartphone*, observando alterações na oralidade e também na escrita. E também, uma tendência da ampliação da ‘conversação’ mediada pelo dispositivo

móvel, que revelou usuários com esse comportamento de uso de aplicativos de conversação com maior intensidade que a realização de chamadas (ligações), conforme esta pesquisa revela nos dados apresentados no capítulo 4.

Recentes pesquisas⁴⁷ reforçam esse cenário. Nelas, apesar da presença de milhões de usuários, redes sociais como o *Facebook*, por exemplo, evidenciam perdas significativas de usuários em relação aos *smartphones* – no tocante à conversação intermediada por plataformas tecnológicas. Os dados do estudo reforçam que as possibilidades do uso dos aplicativos de conversação do *smartphone* se apresentam como interações verdadeiras: “interações verdadeiras são naturalmente conversacionais.”

Por meio da conversação “[...] conseguimos conhecer melhor o Outro, estabelecer relações sociais e construir os laços sociais que vão estruturar os grupos sociais e a sociedade como um todo” (PRIMO, 2013, p.53). Deste modo, agregar o potencial das tecnologias móveis, tais como o *smartphone* ao pleno e natural desenvolvimento da conversação no aspecto histórico e sociocultural, tende a revelar cenários inovadores dentro do campo da comunicação. Há que se destacar que todo estudo da conversação requer o entendimento da existência de uma metodologia que o estuda: a Análise da Conversação (AC), que prevê pontos a serem avaliados da temática. Pretende-se, neste trabalho, apenas utilizá-la como base para uma reflexão que aborda aspectos da conversação e da interação mediada por máquinas, entendendo que é a partir da AC que, também, tornou-se possível a compreensão da relevância da conversação nas transformações sociais e culturais.

Então, para o entendimento da conversação mediada – até mesmo pelo *smartphone* – é necessário a observação do envolvimento de cada um dos participantes, bem como do ponto de interesse comum que há para um diálogo harmonioso. Como observa Primo (2013) “[...] a conversação precisa ser organizada, ou seja, necessita de cooperação entre os atores (seja na negociação das regras, seja no objetivo, seja na legitimação dos discursos). Nesse sentido, o fato de a conversação não ocorrer face a face poderia oferecer alguma perda para a troca, o

47 Dados revelam o *Facebook* com perda de usuários no aplicativo talk, em relação ao número de usuários de aplicativos de conversação disponível via *smartphone*. Disponível em:<<http://www.reuters.com/article/2013/03/31/net-us-mobile-apps-facebook-idUSBRE92U09C20130331>>. Acesso em: 25 mar. 2013

diálogo. Primo explica que ‘na interação face a face, o discurso é inteiramente ‘coproduzido’’ (PRIMO, 2013, p.53 *apud* KERBRAT-ORECCHINI, 2006, p.11) e na conversação mediada isso não seria possível. No entanto, essa pesquisa aponta que a conversação mediada pode não ter tanta perda de conteúdo informacional, por oferecer-se como um meio cheio de complementos à fala, com os recursos e ferramentas que podem proporcionar um dinamismo ainda maior à conversação: *emoticons*, ícones etc.

Por isso, nesta pesquisa, apresenta-se o conceito da Análise da Conversação (AC), para só após um posterior aprofundamento da importância da conversação no contexto da mediação por tecnologias móveis como a do *smartphone*. Assim, cabe aqui a descrição de Primo (2013, p.6) de que a AC “[...] iniciou-se na década de 60 na linha da Etnometodologia e da Antropologia Cognitiva e preocupou-se, até meados dos anos 1970, sobretudo, com a descrição das estruturas da conversação e seus mecanismos organizadores”. Nesse contexto, havia preocupação com a especificação dos conhecimentos:

[...] linguísticos, paralinguísticos e socioculturais que devem ser partilhados para que a interação seja bem sucedida. Esta perspectiva ultrapassa a análise de estrutura e atinge os processos cooperativos presentes na atividade conversacional: o problema passa da *organização* para a *interpretação* (PRIMO, 2013, p.6 *apud* GUMPERZ, 1982).

Essa pesquisa leva em conta, também, o que é considerando por Braga (1994), dentro do que é a pertinência em Comunicação, na qual “[...] não se pode referir apenas à inserção lógico-verbal da fala: é necessário envolver aí o contexto cultural que torna uma conversação significativa (assim como cada fala proposta em seu desenvolvimento)” (BRAGA, 1994, p. 291).

Por isso, a partir da contribuição de Braga (1994), parece relevante trazer a AC para a ser avaliada também dentro do contexto das tecnologias contemporâneas, haja vista que, como pontua Marcushi (1999), ela avaliaria a tentativa de responder questões sobre o entendimento entre os falantes na conversação, entre outras coisas. Por isso, nesta pesquisa, pretende-se abordar a “conversação”, mas aquela ocorrida por meio de aplicativos de conversação do *smartphone*, em especial o *Whatsapp*.

[...] a vinculação contextual da ação e interação social faz com que toda atividade de fala seja vista ligada à realização local, mas de uma forma complexa, uma vez que a contextualidade é reflexiva e o contexto de agora é, em princípio, o emulador do contexto seguinte. Nesse processo, são os próprios interlocutores que fornecem ao analista as evidências das atividades por eles desenvolvidas (MARCUSHI, 1999, p.8).

Os jovens usuários do *smartphone* e suas ferramentas para a interação social, em seus grupos de afinidade, têm realizado conversações mediadas por essa tecnologia móvel, que ainda precisam ser reveladas em seus aspectos mais variados. E é esse o caminho que se pretende seguir nesta pesquisa, ao buscar dados que reforce a sociabilidade existente nesse cenário, indo ao encontro da reflexão de que “[...] a conversação é o instrumento mais extenso de toda a vida humana em comum”, definida como “uma forma pura de sociabilidade” (PRIMO, 2013, p.1 *apud* SIMMEL, 2000).

Para esclarecer o que são os aplicativos de conversação ofertados por meio das tecnologias móveis como as existentes em *smartphone*, esta pesquisa ancora-se nas observações e reflexões sobre ‘conversação’ de Braga (1994), que comprehende o conceito no sentido do “pertencimento a uma cultura”, analisando também os dispositivos conversacionais, à medida que eles surgem a partir de uma demanda social:

[...] em toda sociedade cada vez mais surge a possibilidade material de uma intervenção verbal, vê-se entrar em jogo um sistema de práticas, de convenções e de regras de procedimentos, que serve para orientar e para organizar o fluxo de mensagens emitidas (BRAGA, 1994, p.292 *apud* GOFFMAN, 1974).

O surgimento dos aplicativos, em geral, resulta do progresso tecnológico, informacional e comunicacional. No entanto, aqueles destinados a proporcionar a mediação da “conversação”, parecem ser fruto de mudanças na estrutura conversacional dos indivíduos, a partir do impacto das transformações ocorridas no meio em que vivem.

Apesar de seu surgimento recente – há inclusive poucas referências bibliográficas sobre o assunto. Localizou-se Riva e Galimberti (1998) e Recuero (2010) para utilizar como base desta reflexão.

Sabe-se que por meio dos aplicativos de conversação virtuais acontecem interações sociais mediadas. E, nesta pesquisa, elas são reveladas a partir de usos

e apropriações por jovens das ferramentas de conversação presentes em dispositivos móveis como os *smartphones*, apresentadas no capítulo 4, por meio de dados que esclarecem os tipos de interações que ocorrem, que sentido elas têm no cotidiano desse grupo social.

Neste sentido, Riva e Galimberti (1998) e Recuero (2010) contribuem com este estudo por esclarecerem a contento a base do entendimento da conversação virtual a partir das reflexões sobre as formas de Comunicação Mediada pelo Computador (CMC), que podem servir de base para olhar as conversações realizadas via aplicativos de conversação de *smartphones*.

A partir da análise de serviços como *Facebook*, *Orkut* e *Twitter* e as características da conversação que se revelam por meio do uso dos mesmos, Recuero (2010), por exemplo, observou o modo como essas ferramentas permitem a interação entre pessoas. Com base no olhar da autora, percebeu-se a possibilidade de colocar um olhar sobre os aplicativos de conversação ofertados em *smartphones*.

Assim, a partir do entendimento - unânime entre diversos autores - de que a “CMC foca a capacidade do ciberespaço de proporcionar um ambiente de interação e de construção de laços sociais” (RECUERO, 2010, p.10) esses aplicativos também surgem como ferramentas que fazem parte do cotidiano comunicacional de milhares de pessoas em todo o mundo e se formam como o que definiu Recuero (2010) como “espaços conversacionais”, ou seja, são:

espaços onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação, buscando estabelecer e/ou manter laços sociais. Esses espaços são decorrentes de práticas sociais que vão reconstruir sentidos e convenções para a conversação online (RECUERO, 2010, p. 01).

O que deve ser lembrado é que a CMC não sofre influência e/ou não é apenas constituída das ferramentas. De acordo com a autora, a CMC é também um produto social, sendo “um motor de relações sociais, que não apenas estrutura essas relações, mas também proporciona um ambiente para que elas ocorram. É na CMC que as relações sociais são forjadas através das trocas de informação entre os indivíduos” (RECUERO, 2010, p.15 *apud* JONES, 1995). Deste modo, a CMC não se resumiria em uma estrutura técnica de suporte à linguagem mas, “igualmente, um conjunto de ferramentas, cujo sentido é construído pelos interagentes. E parte dessa

construção foca as práticas de conversação" (RECUERO, 2010, p.15 *apud* JONES, 1995).

A conversação que acontece por meio de aplicativos de conversação seria a conversação virtual, que para Riva e Galimberti (1998) é uma das formas de CMC. Sua existência dependeria de um contexto comum, que precisa ser negociado pelos participantes na ferramenta. Além disso, de acordo com alguns autores, a conversação virtual tal como a face a face, só pode ocorrer se houver dois ou mais indivíduos, como destacado por Marcuschi (2006): "uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum" (p.15).

A contribuição de Marcuschi está também no esclarecimento de que a conversação não seria constituída apenas da linguagem oral, mas de outros elementos, tais como entonação, tom de voz, silêncio, elementos não verbais que também interferem e delimitam o que os interlocutores sentem e o que é dito, oferecendo pistas do sentido da conversação.

Para esclarecer ainda mais a conversação, Marcuschi (2006) contribui delimitando cinco características práticas, constitutivas da organização desse conceito, sendo:

- (a) "interação entre pelo menos dois falantes
- (b) ocorrência de pelo menos uma troca de falantes;
- (c) presença de uma sequência de ações coordenadas;
- (d) execução em uma identidade temporal;
- (e) envolvimento numa interação 'centrada'" (MARCUSCHI, 2006, p.15).

Ocorre, no entanto, como esclarece Recuero (2010), que as características citadas por Marcuschi não são imediatamente evidentes no ambiente do ciberespaço, na conversação virtual, na conversação via aplicativos de *smartphones*. Para Riva e Galimberti (1998), existem dois modelos de conversação mediada por computador (CMC), a sincronizada (*synchronous*) e a assíncrona (*asynchronous*), e compreendê-las oferece um caminho para o entendimento da conversação que ocorre via aplicativos de conversação dos *smartphones*, tais como *Whatsapp*.

A CMC sincronizada acontece quando a comunicação produzida ocorre simultaneamente entre dois ou mais usuários "como em uma conversação normal ao telefone ou face a face" (RIVA E GALIMBERTI, 1998, p.17) e a CMC assíncrona acontece quando a comunicação simultânea não existe. A diferença essencial entre

elas é o tempo em que cada uma ocorre, “pois para ser sincronizada a CMC, os computadores devem estar ligados em tempo real” (p.17, tradução minha)⁴⁸

No entanto, a relação conversacional por meio dos aplicativos de conversação do *smartphone* vai além do fator tempo e ocorre também por razões técnicas - que envolvem o esclarecimento das diferenças entre a CMC sincronizada e a CMC assíncrona - como exposto pelos autores:

Comunicação com uma tela de teclado e computador leva mais tempo do que a comunicação normal face-a-face, e a ausência de recursos metacomunicativos como expressão facial, postura e tom de voz incentiva os usuários a utilizar outras formas de tornar a comunicação mais completa possível.

Estas limitações fazem a interação CMC menos impactante que o tipo de interação que acontece em uma conversa normal, no sentido de que a CMC usa dispositivos principalmente textuais - Abreviaturas e smiles (Dix, Finlay, Abowd & Beale, 1993), bem como metacomandos MUD - para reproduzir as características metacomunicativas (emoções, forças ilocucionária) da conversa face-a-face (RIVA E GALIMBERTI, 1998, p. 19, tradução minha)⁴⁹

A partir dessas definições torna-se possível explorar os aspectos que envolvem a conversação via aplicativos de conversação de *smartphones*. Assim, na prática, se analisarmos que o usuário A envia mensagem via aplicativo de conversação do *smartphone* ao usuário B e este responde imediatamente por estar com o celular ligado, pode-se compreender como um exemplo de uma CMC síncrona. Caso o aparelho esteja desligado, haverá uma CMC assíncrona.

No entanto, somente esta análise não esclarece a totalidade de aspectos que envolvem a relação da conversação via aplicativos de *smartphone* e seus usuários. Para entendê-la, esta pesquisa optou por partir do pressuposto de que a CMC – via aplicativos de conversação de *smartphone* – só é possível a partir do momento em

⁴⁸ Synchronous is produced when communication occurs simultaneously between two or more users, as in any normal telephonic or face-to-face conversation. Asynchronous is produced when communication is not simultaneous. The essential difference between the two is a temporal one, therefore: for CMC to be synchronous, computers must be linked in real time (RIVA E GALIMBERTI, 1998, p. 17)”.

⁴⁹ There is a technical reason for these differences between synchronous and asynchronous CMC. Communication with a keyboard and computer screen takes longer than normal face-to-face communication, and the absence of metacommunicative features like facial expression, posture and tone of voice encourages users to find other ways of making communication as complete as possible. These limitations make CMC interaction more rarefied than the kind of interaction that happens in normal conversation, in the sense that CMC uses mainly textual devices – abbreviations and smiles (Dix, Finlay, Abowd & Beale, 1993) as well as MUD metacommands – to reproduce the metacommunicative features (emotions, illocutionary force) of face-to-face conversation (RIVA E GALIMBERTI, 1998, p. 19)”.

que se tem um *smartphone* ligado e conectado a uma rede de internet. Com isso, inicia-se a reflexão da CMC – via aplicativos de conversação de *smartphone*, entendida como síncrona, pois envolve os usuários em uma ação simultânea.

Entendida como simultânea, a conversação via aplicativos de *smartphone* pode ser avaliada tal como a conversação face a face no quesito envolvimento dos interlocutores. Ocorre, porém, que nela haverá o uso de recursos de metalinguagem, de recursos textuais em substituição aos sentimentos e reações biológicas e físicas que indivíduos utilizam na conversação face a face. Perde-se no conteúdo, porém ganha-se no aprimoramento dos usos e apropriações de novas tecnologias como de dispositivos móveis e no entendimento de outras formas de comunicação e interação que surgem e se estabelecem na sociedade contemporânea, e que se revelam nesta pesquisa a partir dos dados apresentados no próximo capítulo, com a análise dos dados sobre usos e apropriações que os jovens universitários têm feito desses aplicativos de conversação disponíveis nos dispositivos móveis.

4. CAMINHOS DA PESQUISA E ANÁLISES

Neste capítulo apresenta-se o caminhar desta pesquisa, os métodos utilizados e de que modo eles contribuíram para o resultado atingido. A sua trajetória iniciou-se a partir de uma pesquisa exploratória, que proporcionou identificar alternativas válidas para uma busca de informações que revelassem cenários e contextos que pudessem embasar e afirmar o objetivo da mesma.

Nos procedimentos metodológicos, algumas metodologias utilizadas serviram de base e inspiração para a construção metodológica própria desta pesquisa e que também já foram realizadas em pesquisas de referência no campo comunicacional. Um exemplo é a netnografia (ou etnografia virtual) – pois esta é uma possibilidade para a definição de grupos de afinidade e análise comportamental, por meio das quais, foi possível estabelecer contato com os sujeitos e obter elementos constitutivos para esta pesquisa. Ressaltando que esta pesquisa utilizou-se como foco, do sujeito usuário de *smartphone*: sua rotina e contato com o dispositivo, de sua fala e de seu ponto de vista sobre a tecnologia móvel. Sendo assim, para tal, apropriou-se também, de métodos qualitativos e quantitativos, questionários exploratórios para levantamento de dados *on-line*, pesquisas bibliográficas e demais especificidades metodológicas da pesquisa em comunicação, como se apresenta nos subcapítulos seguintes.

4.1 PESQUISA QUALITATIVA E EXPLORATÓRIA

A etapa da pesquisa exploratória foi de relevância para o reconhecimento dos dados angariados via questionário exploratório. Por meio dela foi possível, por exemplo, perceber o universo multifacetado e dinâmico dos usuários de *smartphones*, por meio de alguns usos e apropriações relatados.

A opção da pesquisa qualitativa dá-se por esta oferecer a coleta de informações com intensidade quando utilizados instrumentos de coleta de dados que “[...] imprimam significados aos fenômenos, cujas interpretações são baseadas na observação participante ou na descrição densa, sinônimo de etnografia (OLIVEIRA, 2007, p. 79 apud GEERTZ, 1989)”. Além disso, essa metodologia tem sua origem no campo da Antropologia e da Sociologia e: “Com o tempo, difundiu-se também nas

áreas da educação, da psicologia, da administração e da comunicação." (OLIVEIRA, 2007, p. 79)

A realização de pesquisa exploratória iniciou-se a partir da observação de usuários de *smartphone* no ambiente de trabalho da pesquisadora, em Curitiba (PR). Como fase de observação, privilegiou-se um olhar sobre os tipos de usos que os observados realizavam, a maneira como utilizavam aplicativos de conversação para se comunicarem entre si em uma distância de menos de um metro e que isso ocorria por estarem no ambiente profissional.

Juntamente a isso, existia a curiosidade por informações sobre as tecnologias atuais e o encontro com diversas pesquisas mercadológicas que apontavam para um futuro promissor da tecnologia móvel, mais especificamente do *smartphone*. Estes também foram fatores motivadores para esta pesquisa. Além disso, no início, na construção do projeto de pesquisa, havia dados que davam conta de que esta tecnologia se ampliava no campo educacional, o que levou a investigação a voltar-se primeiramente pelas possibilidades da tecnologia móvel no contexto da "educomunicação". E essa foi a primeira temática apresentada no projeto de validação para o ingresso no Mestrado, sendo a proposta aprovada e, aos poucos, lapidada, com a colaboração de mestres e doutores, docentes e discentes.

A definição do tema ou objeto de estudo que consta nesta pesquisa foi construído ao longo do ano de 2012 e início de 2013, à medida que esta pesquisadora ampliava seu rol de leituras e aprendizados, bem como se empenhava na busca de pesquisas dos setores de marketing, comunicação, cibercultura e tecnologia, que pudessem amparar as questões que a pesquisa pretendia revelar.

Neste caminhar do trabalho empírico da pesquisa percebeu-se como necessária a divisão do estudo em etapas, afim de buscar o objeto com maior clareza. Por isso, a pesquisa foi dividida em três fases práticas que aproximaram a pesquisadora do público participante - por meio dos contatos e questionários enviados – proporcionando que a mesma avistasse a amplitude da temática e conseguisse o filtro necessário ao seu objetivo. As fases determinadas estão relatadas nos subtítulos a seguir.

4.1.1 Fase 1: explorando possibilidades

Antes de estabelecer objeto de estudo da pesquisa, quando ainda havia dúvidas da abordagem pretendida, realizou-se uma exploração informal junto a 20 colegas de trabalho de até 40 anos de idade, que atuam na área de marketing. Eles foram convidados a responder um questionário com 12 questões sobre os usos que faziam dos recursos de seus *smartphones*, o qual foi respondido na primeira semana do mês de março de 2013. Esse questionário não é apresentado aqui porque até este momento o objeto desta pesquisa não estava claro e veio a revelar-se apenas após a observação dos dados colhidos no segundo questionário exploratório, aplicado de modo formal durante a semana de 30 de junho a 04 de julho de 2013, para um grupo de 36 jovens, com idade entre 25 e 30 anos, universitários de Curitiba (PR).

Os participantes estavam inseridos no rol de amizades da pesquisadora na plataforma do *Facebook*. Como o questionário tinha em seu título a faixa etária definida, os grupos de amizades da pesquisadora filtraram automaticamente o envio a participantes que estavam dentro da faixa de idade exposta.

O canal utilizado para o disparo do questionário foram as ferramentas *Google Drive* e *Facebook*. Entendeu-se que essas plataformas facilitariam a resposta e participação dos respondentes por serem de fácil acesso via *smartphone* e outros dispositivos móveis. Os usuários poderiam respondê-lo dentro de suas possibilidades de espaço-tempo, atendendo, assim, ao prazo de desenvolvimento desta pesquisa.

A opção pela plataforma móvel deu-se por conta da riqueza de informações que se poderia colher caso o participante pudesse responder dentro de suas possibilidades técnicas e de tempo. Além disso, ao fazer o envio do questionário por meio do ambiente virtual entendeu-se que o participante se sentiria à vontade para responder as questões com maior fidelidade.

Esse questionário de caráter exploratório e qualitativo foi nomeado *Usuários de Smartphone* (APÊNDICE A), por ter como foco esse público. Ele abordou aspectos pessoais e de observação de comportamento, necessidades e anseios diante das tecnologias móveis voltadas à interação e sociabilidade. Foram observados os usos e apropriações que os jovens fazem de seus *smartphones* para suas interações sociais e sociabilidade. As questões foram pensadas para obter dados que

revelassem o cotidiano de jovens universitários em Curitiba (PR) no tocante às ferramentas de conversação mediada pelo *smartphone*, bem como a interferência desse cenário na interação social, numa tentativa de compreensão de como essa realidade se apresenta nos dias atuais e o que torna o uso desse dispositivo móvel convergente atrativo.

Os respondentes dentro da faixa de idade definida para este estudo demonstraram maior aderência ao fato da presença da tecnologia, respondendo todas as questões em torno da presença do *smartphone* em seu cotidiano e também as de ordem técnica.

As respostas analisadas deram conta de cumprir aos objetivos propostos nesta investigação, que visa atentar ao esclarecimento das interações e sociabilidades dessa juventude contemporânea. Destaca-se, no entanto, que não foram analisadas respostas sobre o produto ou o fabricante de *smartphones*, pois não são relevantes ao entendimento do proposto neste estudo.

Outro fato relevante está nos dados consolidados, angariados juntos as respostas dos 36 participantes de 25 e 30 anos, nos meses de junho e julho de 2013, como dito anteriormente. A partir deles, revelou-se um cenário que apontou para adequações no percurso desta pesquisa e que são apresentados por meio de gráficos no subtítulo Fase 3: análise de dados.

Ao término dessa etapa, percebeu-se que os usos e apropriações dos recursos do *smartphone* pelos participantes iam além da relação indivíduo-tecnologia. Revelou-se uma relação de cunho afetivo com o aparelho. Houve depoimentos em que participantes relataram “sentir falta” do dispositivo quando ausente e “sentirem-se só” quando não era possível estar conectado à internet para relacionar-se com seus contatos.

Percebeu-se que essa fase veio ao encontro da necessidade de um olhar para o ‘privado’, para as relações afetivas dos usuários com seus *smartphones*. A alternativa encontrada, neste estudo, foi reduzir o número de participantes e buscar uma metodologia que atendesse à pesquisa. Diante da multiplicidade de métodos possíveis, a pesquisadora escolheu a netnografia, o grupo focal e o estudo de caso para seguir com o estudo. Eles proporcionariam olhar para o objeto o mais próximo do lugar onde ele acontece: no cotidiano dos indivíduos.

4.1.2 Fase 2: descortinando o objeto

Nessa etapa, a pesquisadora reuniu um grupo focal com 19 universitários, oriundos da Universidade Tuiuti do Paraná, em Curitiba (PR), contatados por meio das redes sociais e da secretaria acadêmica da graduação da instituição. A definição de montar um grupo focal partiu da premissa de que seria possível entender melhor os usos e apropriações dos *smartphones* caso se olhassem para pessoas com as afinidades com a tecnologia. Além disso, entendeu-se como relevante para a pesquisa o acompanhamento presencial dos usos, indo além dos relatos, de modo a aproximar-se do contexto, que Maldonado (2011) explicita como sendo um fator constitutivo decisivo da formulação de um problema da pesquisa, pois ele:

[...] define relações do objeto de investigação com o conjunto da realidade (s) na qual está inserido; a compreensão dos contextos (s) permite conhecer a ligação, o encadeamento, as inter-relações, os (entre) tecidos e os enredos do nosso problema/objeto, e deste com o mundo (MALDONADO, 2011, p.282).

A primeira intenção era realizar um encontro presencial com esse grupo focal, no entanto, isso não se tornou possível por incompatibilidade de agenda dos participantes. Diante da impossibilidade do encontro físico, a pesquisadora retomou o contato com os integrantes do grupo via *e-mail* e redes sociais, pois os jovens gentilmente cederam seus contatos em troca de *e-mails* com a pesquisadora e com a secretaria de graduação de Comunicação Social, da Universidade Tuiuti do Paraná.

A partir desse contato, e na impossibilidade de realizar entrevistas pessoais com os participantes do grupo, optou-se por dar continuidade ao estudo, buscando informações do grupo focal por meio de um questionário enviado via *Google Drive*. Assim, foi realizado o envio do questionário aos *e-mails* dos participantes para colher informações sobre seus usos e apropriações dos recursos do *smartphone*.

Para tal, utilizou-se a mesma base do questionário aplicado anteriormente aos 36 jovens que colaboraram no primeiro momento deste estudo. Agregaram-se a esse questionário alguns ajustes no tocante às questões que envolviam as interações e a sociabilidade dos participantes. Por conta disso, esse questionário exploratório foi nomeado *Interações e Sociabilidade*, diferenciando-se do anterior.

Ao fechamento do questionário, a pesquisadora consolidou os dados obtidos e percebeu que para a obtenção de informações relevantes ao entendimento do fenômeno concreto investigado neste estudo, seria necessário uma aproximação ainda maior dos participantes. Isso tornaria possível a percepção dos contornos, especificidades e singularidades. Após responderem o questionário e, mesmo diante das insistentes solicitações da pesquisadora em contatá-los para sanar dúvidas das respostas, poucos deles apresentaram interesse em manterem-se disponíveis até o fim do estudo. O fato respaldou a percepção da pesquisadora quanto à possibilidade de realizar um filtro, reduzindo o número de participantes para colher os dados finais à pesquisa.

Diante disso, e visando obter dados mais concretos de cunho, até mesmo pessoal, dos respondentes, após os dados angariados por meio da aplicação do questionário ao grupo focal, utilizou-se um filtro de participantes. Nesse momento, a pesquisadora convidou dois integrantes para seguirem até o fim da pesquisa. Isso oportunizou o estudo de caso com o diário de campo desses sujeitos, nomeados “A” e “B”, que terão sua participação relatada no subtítulo Análise do diário de campo. Os dois indivíduos, um do gênero masculino (A) e outro feminino (B), são universitários e usuários assíduos de *smartphone*, características essenciais para a continuidade de sua participação nos estudos. A escolha deles deu-se pela intensidade de uso que faziam das ferramentas de seus *smartphones*, em relação aos demais participantes.

A definição do estudo de caso, nessa etapa da pesquisa, respalda-se no que expõe YIN (2005), para o qual, o estudo de caso constitui-se de forma empírica e investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, procurando descobrir o que há, nela, de mais essencial e característico para, desse modo, contribuir para a compreensão global de um fenômeno de interesse. Além disso, o estudo de caso apresenta algumas características que vêm ao encontro do que foi planejado para esta pesquisa: o fenômeno é observado em seu ambiente natural e são enfocados eventos contemporâneos.

Para o estudo de caso, a pesquisadora escolheu como ferramenta complementar e de relevância, a utilização do *smartphone* como canal de contato com os participantes, haja vista que os indivíduos “A” e “B” são consumidores dessa tecnologia e se mostraram dispostos a conceder entrevistas e relato via aplicativo de

conversação (*Whatsapp*). Eles aceitaram manter contatos semanais para ajustes em brechas e/ou dúvidas que se apresentaram até o encerramento da pesquisa.

Cabe ressaltar que o uso da netnografia foi impactante durante a análise de diário de campo desses dois sujeitos e a utilização dela neste estudo foi determinada com base na etnografia, conhecida como “descrição densa”. Pois, de acordo com Geertz, ela “consiste numa definição da realidade in loco do objeto de pesquisa, tomando-se como base a ideia de que os comportamentos humanos não podem ser devidamente interpretados e compreendidos se estiverem observados fora do referencial social onde atuam” (OLIVEIRA, 2007, p.80 *apud* GEERTZ, 1989).

A pesquisadora entendeu como necessária a realização desse filtro em dois indivíduos “A” e “B” pela percepção de que esse caminho ofereceria ao estudo dados mais fiéis, que só seriam possíveis por meio de maior aproximação e participação efetiva do cotidiano dos usuários. Além disso, esse filtro poderia firmar e/ou qualificar o teor da pesquisa quanto a relação desses usuários e seus *smartphones*. Seria possível obter relatos fiéis de usos das ferramentas do dispositivo por esses usuários, bem como a intensidade desse contexto.

Utilizou-se a análise construtiva e interpretativa das observações do comportamento e das respostas desses dois usuários quanto às questões que abordam o uso e apropriação dos recursos do *smartphone* em seu cotidiano, as quais ofereceriam maior qualidade à entrevista etnográfica realizada com os indivíduos “A” e “B”.

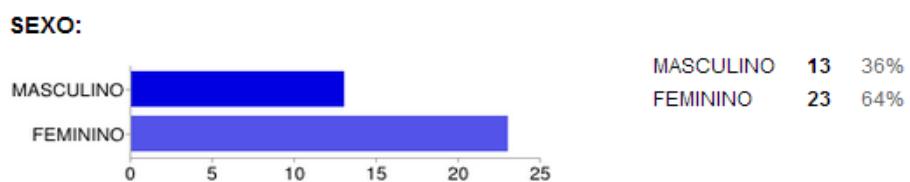
4.1.3 Fase 3: dados revelados

A partir dessa fase, são apresentados os dados angariados nos questionários aplicados tanto aos 36 jovens da primeira exploratória quanto aos 19 participantes do grupo focal. As análises do resultado obtido em ambos dão conta de relatar os usos e as apropriações que jovens universitários de Curitiba (PR) fazem dos recursos de seus *smartphones* no contexto da sociabilidade e da interação social. No entanto, as formas de apresentação de cada um dos questionários são diferenciadas. Os resultados do primeiro foram tabulados em forma de gráficos e do segundo, em uma tabela.

Os gráficos trazem dados numéricos relevantes que reforçam a intenção desta pesquisa de verificar os tipos de usos e apropriações que os jovens faziam dos

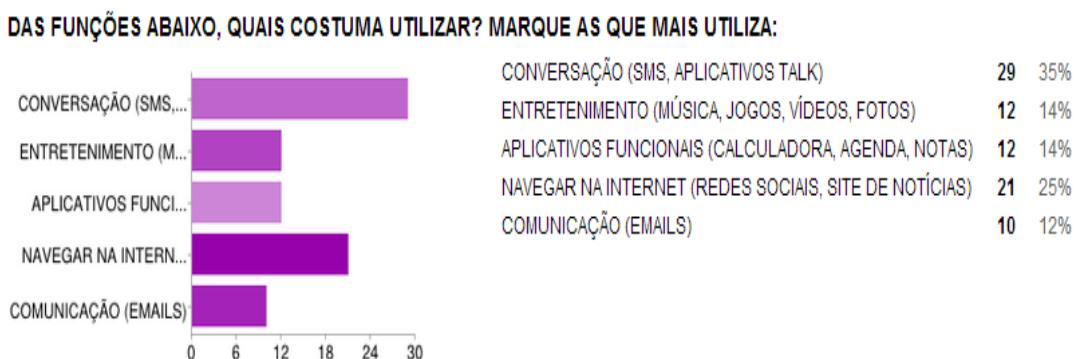
aplicativos de conversação do *smartphone*. Em sua primeira informação do questionário exploratório dessa fase abordou o gênero dos usuários, dos quais 64% representam o sexo feminino, revelando um cenário de usabilidade maior entre as mulheres. Ocorre, no entanto, que a pesquisadora percebeu nessa informação o desafio de compreender se a mesma refletia a realidade ou era apenas reflexo do recorte do estudo, que não focou o gênero sexual, entendendo apenas usuários como participantes na condição de consumidores de tecnologias móveis como a do *smartphone*.

FIGURA 3 – GRÁFICO DO GÊNERO SEXUAL DO USUÁRIO



Na Figura 4, do “Questionário”, sobre “Funções”, os aplicativos de conversação aparecem em primeiro lugar, com 35%, entre as funções que os usuários mais utilizam em seus *smartphones*; A Navegação na Internet (Redes Sociais, Site de Notícias) ocupou a segunda posição, com 25%, praticamente atingindo a soma dos usuários que utilizam outros aplicativos funcionais e de entretenimento.

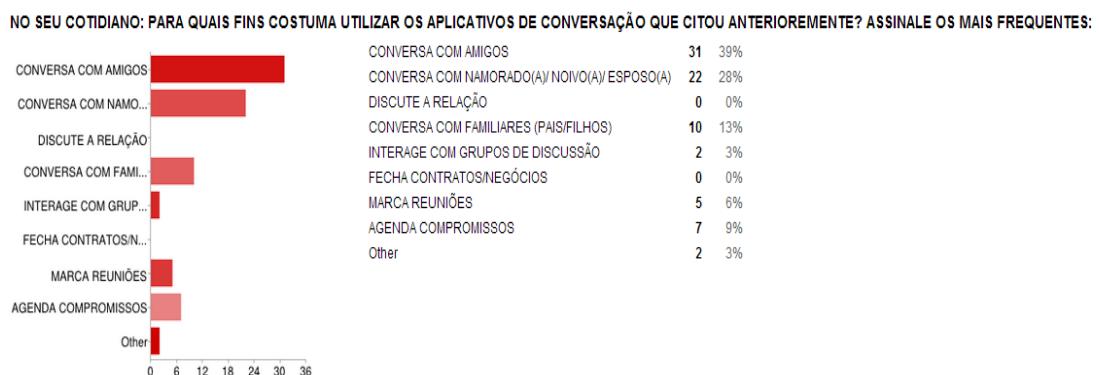
FIGURA 4 – GRÁFICO DAS FUNÇÕES DO SMARTPHONE MAIS UTILIZADAS



A respeito da finalidade dos aplicativos de conversação no cotidiano dos usuários, os dados colhidos ofereceram a possibilidade de uma leitura da interação

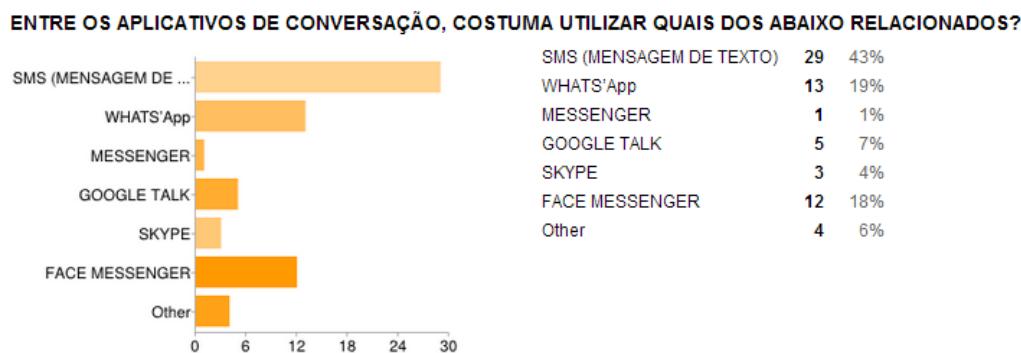
social dos participantes, revelando que os relacionamentos com os amigos, relacionamentos amorosos e familiares são os itens de maior expressão, com destaque para a “Conversa com amigos”, que atingiu a percentagem de 39%, sendo seguido pela “Conversa com Namorado(a)/Noivo(a)/Esposo(a)”, com 28%. Dados que destacam uma amostra da temática do sentimento de pertencimento, abordada neste estudo. E revelam também a interação social e sociabilidade dos jovens universitários, que têm utilizado os *smartphone* como outro meio de estar próximo de seus contatos e relacionamentos. Um meio que tem agregado à si a mobilidade, permitindo a relação tempo-espacó. O estudante pode estar em qualquer lugar e estar conectado com seus contatos no tempo em que desejar ou for necessário.

FIGURA 5 – GRÁFICO DA FINALIDADE DOS APLICATIVOS DE CONVERSAÇÃO



A respeito dos aplicativos de conversação mais utilizados pelos usuários em seus *smartphones* no cotidiano revelou-se que o SMS ainda é um dos mais utilizados, seguido de *Whatsapp* e *Face Messenger*, que juntos ultrapassam a soma do primeiro colocado, apresentando um cenário de possíveis mudanças.

FIGURA 6 – GRÁFICO DA UTILIZAÇÃO DOS APLICATIVOS DE CONVERSAÇÃO



Nesta etapa apresenta-se um quadro comparativo entre a média de mensagens utilizadas diariamente, via SMS e Aplicativos de Conversação. Percebe-se que quando o envio é de até 05 (cinco) mensagens via SMS, o número de mensagens pelo Aplicativo de Conversação é praticamente o mesmo. Os percentuais chegam a 37% e 40% respectivamente. O que pode estar oculto nessa amostra é que o usuário não distingue o uso de um ou outro quando seu diálogo será rápido, pois, na prática, os smartphones atuais oferecem serviços de SMS e Aplicativos de Conversação de modo unificado em uma ferramenta única, que nesta pesquisa nomeia-se “Mensageiros instantâneos” (MI’s), tais como *ChatOn* e *Hangouts* (da Samsung). Na pesquisa não foi abordado o uso dos MI’s porque nem todas as empresas desenvolvedoras de smartphones oferecem tal serviço em seus aparelhos.

Além disso, cabe ressaltar que a escolha do uso de uma opção ou outra, pode ter impacto direto da opção de linha telefônica, bem como do plano de internet (dados) escolhido pelo usuário, no qual o SMS pode ser gratuito e lhe render bonificações junto à operadora de telefone.

Outro aspecto que pode ser comparado nos gráficos abaixo, está na opção do envio/recebimento de mensagens (via SMS ou Aplicativos de Conversação) e a opção de ligar/receber chamadas. Quando se observa os itens citados na mesma quantidade, o percentual de usuários que recebem/fazem de 0 a 5 chamadas telefônicas diariamente é de 49%. Ou seja, +12% que a opção do SMS e + 9% que o Aplicativo de Conversação. Uma amostragem que suscita um olhar sobre o conhecimento que o usuário tem das funcionalidades do smartphone. E também

sobre a relevância das opções nas diversas situações do cotidiano: quando uma é mais relevante que outra, por exemplo.

FIGURA 7 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: ENVIO E RECEBIMENTO DIÁRIO DE SMS

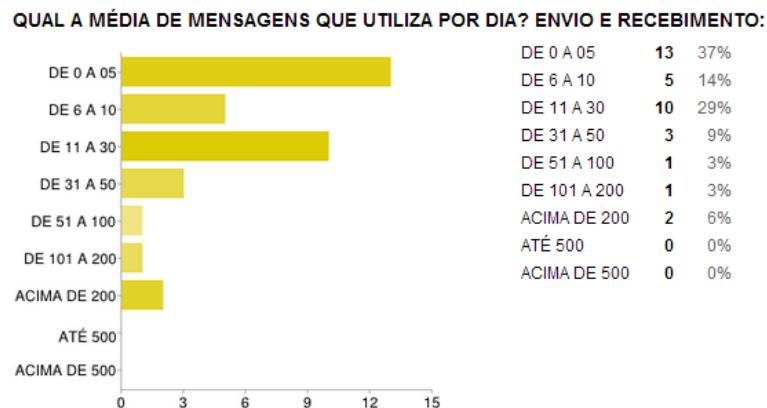


FIGURA 8 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: ENVIO DIÁRIO DE MENSAGENS VIA APLICATIVOS

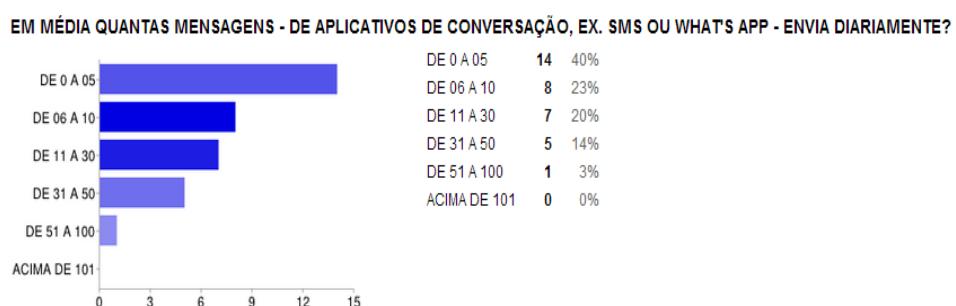
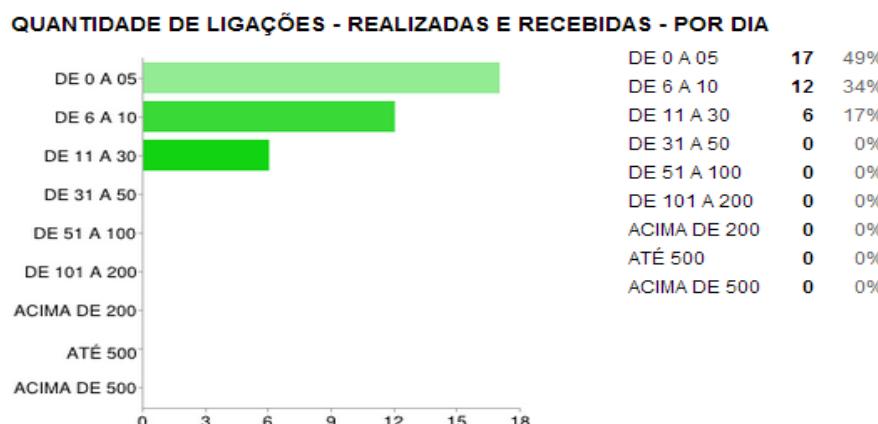


FIGURA 9 – GRÁFICO COMPARATIVO DE USOS: LIGAÇÕES EFETUADAS E RECEBIDAS DIARIAMENTE



O modelo de linha telefônica utilizada pelos usuários traz um dado socioeconômico relevante, haja vista que 49% deles utilizam a linha “Pré-paga”, reconhecida pelo mercado da telefonia como a opção de custo baixo, sendo acessível aos usuários que procuram tanto a telefonia comum quanto aquela que oferece o acesso à internet, tal qual a do smartphone.

Um aspecto relevante também nesse contexto da opção pré-paga aparece na questão que aborda a quantidade de linhas telefônicas que os usuários possuem. O número expressivo (97%) revela que, apesar da preocupação com o custo do serviço, os participantes optam em ter duas linhas, revelando assim, um mercado competitivo das operadoras na manutenção de clientes que podem realizar a troca dos serviços ao seu critério. Não há uma preocupação dos usuários em fidelizar-se numa só operadora.

FIGURA 10 – GRÁFICO DO MODELO DE LINHAS TELEFÔNICAS CONTRATADAS PELOS USUÁRIOS

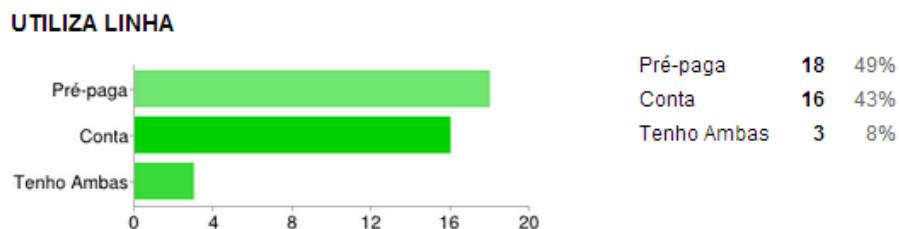
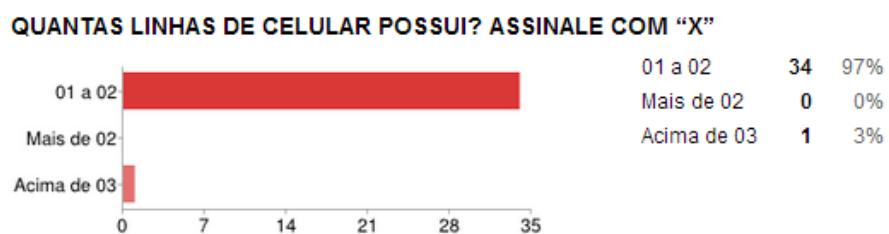


FIGURA 11 – GRÁFICO DA QUANTIDADE DE LINHAS TELEFÔNICAS UTILIZADAS PELOS USUÁRIOS



A marca do smartphone está em uma das questões abordadas no estudo primário e revelou que a “Samsung” posicionou-se líder, com 34% dos usuários. A “Apple” (Iphone), que oferece uma carga de design arrojado em seus aparelhos e interface, ocupa a terceira posição (23%), ficando atrás de marcas não muito conhecidas. Nessa mostra, pode estar a relevância que é dada pelo usuário do smartphone quanto aos assuntos: design, funcionalidades e tecnologia. Ressalva-se, porém que, pelo caráter exploratório, essa mostra ainda não apresenta o recorte socioeconômico dos usuários. Estes dados sobre a marca do *smartphone* só dão um sinal de que a escolha por uma ou outra pode ter influência direta do perfil socioeconômico do entrevistado.

FIGURA 12 – GRÁFICO DA MARCA DE SMARTPHONE ESCOLHIDA PELO USUÁRIO

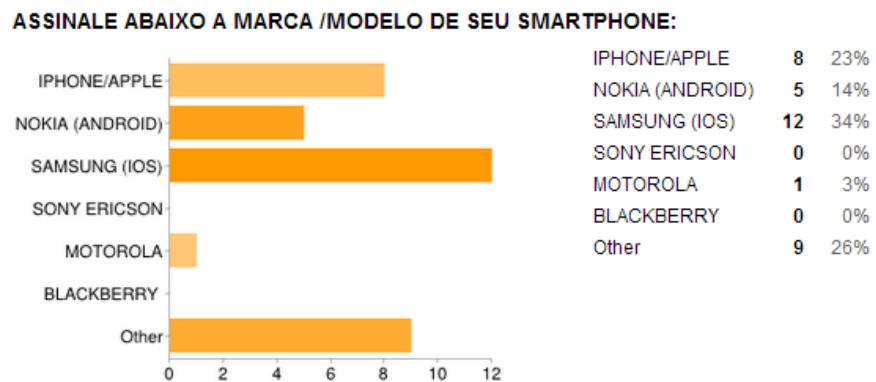
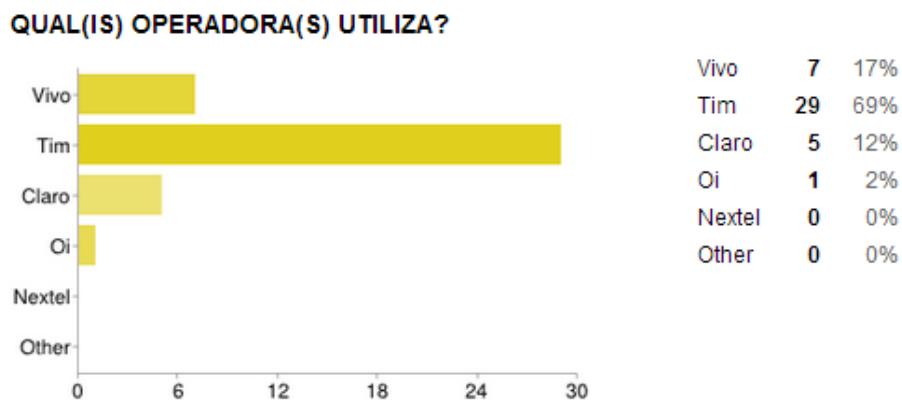


FIGURA 13 – GRÁFICO DA OPERADORA UTILIZADA PELOS USUÁRIOS



O que se revelou nos gráficos gerados na Fase 1 foi um cenário geral da atual presença do *smartphone* na vida dos jovens. Eles apresentaram uma amostra

dos usos que os participantes fazem das tecnologias móveis, como o *smartphone*, em seu cotidiano, porém, não deram conta de revelar questões em torno da sociabilidade possível na relação entre os sujeitos e o dispositivo, nem o nível de interação que ocorre por meio das apropriações que os jovens fazem das ferramentas e recursos desta plataforma móvel.

O passo seguinte diante desse dilema foi realizar uma busca mais próxima aos usuários para um entendimento real da utilização de ferramentas no cotidiano. Como relatado anteriormente, optou-se por utilizar a partir desse momento um grupo focal e estudo de caso como alternativas à obtenção de respostas que dessem conta de refletir a realidade deste estudo no campo comunicacional e selasse esta lacuna. E por isso, os resultados obtidos no questionário aplicado ao grupo focal foram formatados em uma tabela que permite a visualização da relação desses jovens com o *smartphone* no cotidiano.

Deste modo, as informações constantes na tabela de dados do grupo focal, a seguir, refletem em que medida o uso e as apropriações dos recursos ofertados pelo *smartphone* são relevantes para os processos comunicacionais, a sociabilidade e a interação social de jovens universitários que participaram da pesquisa e representam parte do universo desse grupo social.

Neste momento, apresenta-se uma análise das respostas do grupo focal em aspectos gerais usos e apropriações do *smartphone*, traz-se a seguir uma tabela com os principais pontos abordados junto aos participantes e o motivo de relevância de tais aspectos, que são:

- a) modo de acesso à Internet ou dados pelo ***smartphone***: possibilitou compreender qual ou quais alternativas os usuários buscam para utilizar os recursos de seus dispositivos móveis. Se existia esforço em investir valores monetários para manter a relação com tal tecnologia. Os dados revelaram que os usuários utilizam tanto a tecnologia Wi-Fi quanto pacote de dados para usufruir dos recursos do *smartphone*. A escolha vai depender da tecnologia de Wi-Fi estar ou não disponível gratuitamente no local onde ele se encontra.

b) **Funções mais utilizadas:** os aplicativos de conversação estão entre as funções que os usuários utilizam com maior frequência. Na análise, percebe-se que isso pode ocorrer por conta desse recurso agregar e ou substituir as funções que a ligação telefônica e o envio de SMS (mensagem de texto) teriam: o de proporcionar que o usuário dialogue com seus contatos. Ocorre que, a partir dos aplicativos de conversação, esse ato pode ter custo menor, ou até mesmo, ser efetuado gratuitamente, por meio do uso de Wi-Fi.

c) **Aplicativos de conversação mais utilizados:** o aplicativo *Whatsapp* lidera o ranking dos aplicativos para conversação mais utilizados pelos participantes da pesquisa. Ele segue acompanhado do SMS (Mensagem de texto), Google Talk e *Facemessenger*, deixando a última posição para o *Skype*.

d) **Finalidade de uso dos aplicativos de conversação:** o contato com amigos, familiares é o principal objetivo dos usuários quando fazem uso dos aplicativos de conversação. Situações do cotidiano como discutir relação, interagir em grupos de discussão, agendar reuniões, fazer negócios ficam em segundo plano. Mesmo assim, são finalidades que apontam a presença dos aplicativos nas interações sociais e na sociabilidade dos participantes com grupos de seu interesse: família, amigos etc.

QUADRO 3 – DADOS COLETADOS NO GRUPO FOCAL

(Continua)

Modo de acesso à Internet ou dados pelo smartphone	Funções mais utilizadas	Aplicativos de conversação mais utilizados	Finalidade de uso dos aplicativos de conversação
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) Whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) 	<ul style="list-style-type: none"> Whatsapp Skype 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Faz negócios Agenda compromissos
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> Whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) Agenda compromissos
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) Aplicativos funcionais (Calculadora agenda, notas) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> Whatsapp Facemessenger 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Agenda compromissos
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) Whatsapp Google Talk 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos talk) Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Aplicativos funcionais (Calculadora, agenda, notas) Navegar na Internet (Redes Sociais, site de notícias) Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Agenda compromissos
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) Whatsapp Facemessenger 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos, Interage com grupos de discussão <p>Agenda compromissos</p>
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> Whatsapp Skype 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) Agenda compromissos
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> Whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos

(Continuação)

Usa só pacote de dados (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Aplicativos funcionais (Calculadora, agenda, notas) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> <i>Facemessenger</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Interage com grupos de discussão Marca reuniões
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> <i>Google Talk</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) Faz negócios Agenda compromissos
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> <i>Google Talk</i> <i>Facemessenger</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Interage com grupos de discussão Faz negócios Marca reuniões Agenda compromissos
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Aplicativos funcionais (Calculadora, agenda, notas) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Whatsapp</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Faz negócios Marca reuniões Agenda compromissos
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> <i>Google Talk</i> <i>Facemessenger</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) Discute a relação Interage com grupos de discussão
Usa pacote de dados e Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 	<ul style="list-style-type: none"> SMS (Mensagem de texto) <i>Whatsapp</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Conversa com amigos Conversa com familiares Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a)

(Conclusão)

	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação (E-mails) 		<ul style="list-style-type: none"> • Interage com grupos de discussão
sa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> • Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) • Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) • Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) • Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> • SMS (Mensagem de texto) • <i>Google Talk</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Conversa com amigos • Conversa com familiares • Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a)
Usa só Wi-Fi (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> • Conversação (SMS, Aplicativos <i>talk</i>) • Entretenimento (Música, jogos, vídeos, fotos) • Aplicativos funcionais (Calculadora, agenda, notas) • Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) • Comunicação (E-mails) 	<ul style="list-style-type: none"> • SMS (Mensagem de texto) • <i>Whatsapp</i> • <i>Skype</i> • <i>Facemessenger</i> • <i>Whatsapp</i> • <i>Google Talk</i> • <i>Facemessenger</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Conversa com amigos • Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) • Agenda compromissos • Conversa com amigos • Conversa com familiares • Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a) • Discute a relação • Agenda compromissos
Usa só pacote de dados (no Brasil e Exterior)	<ul style="list-style-type: none"> • Navegar na Internet (Redes sociais, site de notícias) 		

FONTE: o próprio autor.

A respeito das funções que mais utilizam em seus *smartphones*, 15 dos 19 entrevistados responderam a opção “Conversação (SMS, Aplicativos *talk*)”, traduzindo o que este estudo entendia como premissa para a compreensão da relação que os jovens têm com a tecnologia do dispositivo móvel, no que tange à sociabilidade, pois, por meio desses recursos, é possível ao participante ter diálogo e/ou conversas mediadas, com características que se aproximam de uma interação face a face.

Dados apresentados na tabela referente à finalidade do uso do aplicativo de conversação que os entrevistados utilizam no dia – a – dia revelaram que o contato com amigos aparece como destaque, pois todos os participantes marcaram este item. Já o contato com familiares foi escolhido por 18 entrevistados. É perceptível que nesta informação está demonstrada a relevância que este grupo dá às interações sociais e ao sentimento de pertencimento, questões de identidade, citados anteriormente no desdobramento empírico deste estudo.

Outro número expressivo de participantes (12) apontou a opção “Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a)” como o quarto item mais relevante no tocante à

finalidade do uso do aplicativo de conversação que utilizam no dia- a -dia. Essa informação indica particularidades dos indivíduos no que se refere à intimidade deles, bem como o caráter emocional dado ao canal que escolheram para essas relações.

4.2 DIÁRIO DE CAMPO

O uso do diário de campo foi a opção encontrada para a pesquisadora dar continuidade ao contato com os participantes “A” e “B”, para a coleta de mais informações referentes aos usos e apropriações do *smartphone* em seus cotidianos. Foi solicitado a eles que repassassem durante dois dias anotações específicas sobre os usos realizados, enviando-as via aplicativo de conversação comumente utilizado, o qual haviam citado na opção apresentada no questionário deste estudo – neste caso, o *whatsapp* para ambos. Quanto ao modo como fariam essas anotações, a pesquisadora sugeriu que fizessem no formato de uma conversação, informando-a por meio de um bate-papo no *whatsapp* os seus usos diários. Ambos aceitaram e ressaltaram que esse formato facilitaria para que eles pudessem participar dessa etapa, pois poderia fazê-lo em qualquer lugar e no horário em que estivessem disponíveis. Outro fato relevante é que esse formato parece legitimar o próprio ato da conversação mediada, abordada nesta pesquisa, apresentando-se como ferramenta eficaz para o objetivo proposto.

A relevância em utilizar o diário de campo nesta pesquisa dá-se por ele ser o instrumento mais básico de registro de dados do pesquisador. De acordo com Victória (2000), é um instrumento que tem como base os trabalhos dos primeiros antropólogos que fizeram uso dele para estudar sociedades longínquas. Em uma espécie de caderno, os pesquisadores anotavam suas observações, experiências, sentimentos.

Falkembach (1987) apresenta o diário de campo como um sendo um instrumento de anotações no qual se anotam todas as observações de fatos concretos, fenômenos sociais, acontecimentos, relações verificadas, experiências pessoais do investigador, suas reflexões e comentários. Busca captar uma imagem da realidade, com seu máximo detalhamento, incluindo aspectos do local, pessoas, ações e conversas observadas”.

Há dois tipos de diários: o descritivo e reflexivo. Neste estudo, utilizaram-se ambos, pois sob o olhar dos participantes “A” e “B”, o diário descritivo se caracterizou, o reflexivo deu-se por meio do olhar da pesquisadora e suas reflexões quanto às anotações dos indivíduos.

De acordo com Falkembach (1987), é indicado usar o diário de campo combinando-o com outras técnicas de investigação. Por isso, esta pesquisa utilizou-se dessa premissa. Essa combinação não só contribui, mas torna-se necessária para o aprofundamento da busca de informações quando houver coerência entre o que Falkembach chamou de “corpo teórico conceitual” e os “princípios metodológicos”, que fundamentam as práticas sociais em questão.

Diante do exposto nos capítulos anteriores, do entendimento do que é o diário de campo – e demais metodologias e retomando ao objetivo do início desta pesquisa: identificar os usos e apropriações que os jovens fazem do *smartphone*, reforça-se que essa busca somente tornou-se efetiva a partir, primeiramente, da aplicação dos questionários exploratórios que apresentaram cenários de consumo de tecnologia móvel e os tipos de uso, em seguida, pela observação dos indivíduos “A” e “B”, que aceitaram realizar um diário de campo de sua relação cotidiana com o dispositivo móvel.

A opção pelo diário de campo cobriu a lacuna de informações não coletadas à distância. A partir do momento que os participantes relatam seu cotidiano, passam a ter a responsabilidade da pesquisa compartilhada com o pesquisador. Passam a ser, de modo mais íntimo, co-elaboradores do estudo.

Durante a observação e análise do diário de campo dos dois sujeitos participantes que aceitaram colaborar nessa etapa, pôde-se compreender a relação da comunicação e interação mediada que ocorre quando eles utilizam seus *smartphones*, de modo que isso reflete sua sociabilidade tanto no ciberespaço quanto no mundo físico.

O *Whatsapp* foi analisado como um outro espaço de sociabilidade nesta pesquisa, por conta disso, o diário de campo foi realizado a partir dessa ferramenta. O estudo entendeu – com a análise dos questionários exploratórios que o uso desses recursos era relevante no cotidiano - que, a partir desse recursos os usuários se comunicam com comunidades de seu interesse, bem como criam comunidade com contatos de seu interesse. Comunidades que, inclusive, pode ser moderada e nomeada por eles. Além disso, nas comunidades que criam há uma linguagem

própria, regras de interatividade que são compartilhadas por todos, definindo assim seu caráter comunicativo.

4.2.1 Análise do diário de campo

Nesta etapa da pesquisa, resultante da cooperação entre pesquisadora e pesquisados, apresentam-se dados do diário de campo dos indivíduos universitários nomeados “A” e “B”. Traçando um breve perfil dos participantes, “A” tem 25 anos, é estudante de Administração, trabalha no setor de faturamento de uma empresa privada, e está à procura de estágio na área em que está se formando. Utiliza *smartphone* há três anos. Já o sujeito “B” é estudante de comunicação social – jornalismo, tem 30 anos e faz estágio na universidade em que está concluindo a graduação. Utiliza *smartphone* desde 2011.

Ambos participantes, diante de seus perfis, revelaram intimidade com o uso do *smartphone*, o que respalda a escolha dos mesmos para esta etapa da pesquisa. Eles tiveram a boa vontade em colaborar com os estudos dos processos comunicacionais, cedendo horas de seus dias para descrever atividades realizadas por meio de seu *smartphone*, que caracterizassem a intensidade da relação que possuem com seus dispositivos para fins de interação social e sociabilidade.

Assim, “A” e “B”, que acompanharam esta pesquisa até o seu término, relataram usos que fizeram de seus *smartphones* de modo criativo, por meio da utilização de um diário de campo, possibilitando a pesquisadora acompanhar fatos de situações do cotidiano dos participantes.

Os participantes relataram suas ações por meio do dispositivo móvel, indicando quais recursos utilizaram e em que momento e quais contatos foram ativados (com quem se relacionaram durante as apropriações e usos).

Os diários de campo foram feitos via *Whatsapp*⁵⁰. Os participantes eram contatados pela pesquisadora por uma mensagem no aplicativo, solicitando as anotações do dia. Ambos participantes não quiseram anotar os usos em algum local, tal como um bloco de notas. Ao receberem essa sugestão, comentaram que seria mais prático se apenas relatassem os usos de determinado dia quando a

50 Até a finalização desta pesquisa, o aplicativo *Whatsapp* não havia sido comprado pela empresa Facebook. O fato correu no dia 19 de fevereiro de 2014, de acordo com notícia divulgada no Portal G1. Disponível em:< <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-compra-o-aplicativo-whatsapp-por-us-16-bilhoes.html>>. Acesso em: 19 fev. 2014.

pesquisadora os contatasse. E assim foi feito, quando contatados, eles relatavam o que tinham resolvido das questões pessoais e de foro íntimo de seu cotidiano via *smartphone*.

Essa experiência aproximou a pesquisadora dos participantes, de modo que o revelar de questões íntimas e até o pedido de sugestões ou conselhos sobre algum assunto pessoal que estavam vivenciando foram solicitados à pesquisadora. Um exemplo foi a indicação de locais que contratam pessoas para estágios universitários, solicitado pelo participante “A”. O fato parece reforçar a abordagem de Winocur (2009) sobre o celular sustentar nossas redes, contatos e laços afetivos, além de sugerir que esses laços acontecem em curto espaço de tempo, como o fato anteriormente revelado.

A definição pelo diário de campo deu-se por conta de ser este o recurso que se apresentou com maior destaque na pesquisa realizada junto ao grupo focal que os dois participantes “A” e “B” estavam inseridos.

Os participantes mantiveram seus diários de campo por 2 (dois) dias, relatando suas anotações do dia e repassando-as (todos os passos de seus usos, principalmente, a finalidade) no período noturno. A determinação do período de existência do diário de campo em 2 (dois) dias deu-se pois um período maior de conteúdo, em se tratando de relatos feitos via aplicativos de conversação – como é o caso deste estudo – tornar- se- ia incompatível de ser consolidado em apenas uma pesquisa.

Ambos participantes responderam que utilizam o *smartphone* o dia todo. Isso mostra a característica da mobilidade presente nesta tecnologia e a relevância dela no cotidiano dos jovens, pois circula em espaços onde eles circulam. Além de ser ele próprio (*smartphone*) um outro espaço para interações desses indivíduos, pois, apesar de não se pode afirmar, sua característica de portabilidade agrega a facilidade de carregá-lo para todos os lugares, sem que seja um incômodo como seria um notebook ou *tablet*, por suas dimensões físicas.

Para fins de registro e para facilitar a dinâmica do contato com os respondentes “A” e “B”, a pesquisadora optou por fazer *printscreen* das telas do *smartphone* (ou seja, uma espécie de foto da tela, que nos smartphones é nomeada como *screenshots*) com as entrevistas e/ou contato que fez com os participantes. Foi possível a análise do conteúdo angariado por meio da metodologia, utilizando-se da transcrição dos relatos de “A” e “B”, colhidos nessas imagens. Entendeu-se que a

transcrição do diário de campo dos participantes favoreceria o entendimento de relações mais específicas de cada um para a sociabilidade, revelando pontos característicos individuais dos sujeitos.

As entrevistas com esses dois indivíduos, efetuadas através do *Whatsapp* podem ser equivalentes a entrevistas realizadas por meio do telefone, e ainda há a vantagem de não ter custo, pois pode ser ativada na disponibilidade de uma rede gratuita de Wi-Fi.

A qualidade dos conteúdos das entrevistas deu-se de modo confortável, pois a pesquisadora e os participantes têm aparelho com tecnologia avançada e atual (Samsung Galaxy S4) – em termos de novidade tecnológica datada até o término da colhida de dados para este estudo. Com o aparelho foi possível gerar um arquivo de imagem, formato *png*⁵¹, do diário de campo produzido pelos participantes, a partir do qual a pesquisadora analisou os usos.

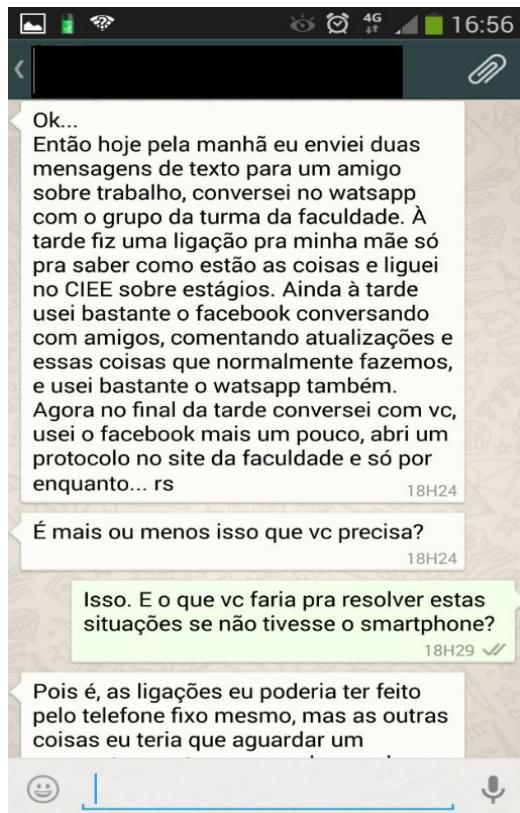
Não houve dificuldades por parte dos entrevistados em manusear seus dispositivos para a produção dos diários de campo, e ambos relataram que aprenderam a utilizar o aplicativo de conversação *Whatsapp* sozinhos, o que revela que o aprendizado do uso dos recursos do *smartphone* pode dar-se a partir do que os participantes têm como herança das vivências com os computadores, *tablets* e celulares comuns.

No diário de campo do primeiro dia do sujeito “A”, ele relatou o seguinte:

“[...] hoje pela manhã eu enviei duas mensagens de texto para um amigo de trabalho, conversei no *whatsapp* com o grupo da turma da faculdade. À tarde fiz uma ligação para minha mãe só pra saber como estão as coisas e liguei no CIEE sobre estágios. Ainda à tarde usei bastante o *facebook* conversando com amigos, comentando atualizações e essas coisas que normalmente fazemos, e usei bastante o *whatsapp* também.”

51 PNG é uma extensão de imagem que oferece a compressão de arquivos sem perder qualidade. (Portal Techtudo). Disponível em:<<http://www.tecmundo.com.br/imagem/5866-quais-as-diferencias-entre-os-formatos-de-imagem-png-jpg-gif-svg-e-bmp-.htm>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

FIGURA 14 – TELA DO DIÁRIO DE CAMPO DO PARTICIPANTE ‘A’



A leitura que se tem do relato de “A” descreve a relação de intimidade e, por que não, de dependência do dispositivo móvel que possui. Afinal, por meio do aparelho, o sujeito resolveu diversas situações cotidianas de contato com seus grupos sociais, inclusive, com o núcleo familiar.

Questionado sobre o que faria para resolver as situações relatadas se não possuísse o *smartphone*, o participante “A” respondeu:

“Pois é, as ligações eu poderia ter feito pelo telefone fico mesmo, mas as outras coisas teria que aguardar até ter acesso a um computador com internet [...].”

No segundo dia, em seu diário de campo “A” relatou que contatou colegas da universidade e relatou sobre a relação custo-benefício do uso do *whatsapp*:

“Pra mim compensa, pois utilizo no mesmo pacote de dados de internet e posso conversar instantaneamente sobre trabalhos de faculdade e outras coisas”.

Essa informação aponta para a questão socioeconômica do usuário, revelando que há investimento monetário para o uso das tecnologias móveis. Ocorre, porém, que usuários como “A” procuram uma adequação de suas condições financeiras e sociais ao consumo das tecnologias contemporâneas.

Desta revelação, pode-se avaliar que não há o consumismo, mas há o anseio por consumir as tecnologias existentes, mesmo que isso exija do usuário a reserva de parte de seu orçamento para ter acesso a elas. Revelam-se nesse cenário, aspectos do estilo de vida dos usuários, uma busca por um modo de vida que já não tem apenas influência da ascensão por meio de classe social, mas de busca por sua identidade social nos mais diversos grupos e espaços por meio do uso e apropriação das tecnologias móveis que lhe são apresentadas e conferidas.

No relato de “B”, no primeiro dia, destacou-se as situações em que costumava utilizar o *Whatsapp* para buscar soluções:

“[...] infomar que vou chegar atrasado no trabalho, saber notas finais da faculdade, saber se o depósito de algum \$ caiu para minha mae, por ex [...]”⁵².

Neste relato, o que chama a atenção é uso de recursos que se aproximam da interação face a face, *emoticons*, abreviaturas. Neste caso, é o sinal do cífrão que se apresenta na tentativa de cumprir a função da palavra “dinheiro”. Ele cumpre e, ao mesmo tempo, revela que ao utilizar esse recurso oferecido em seu dispositivo móvel, o participante buscou romper a mediação do aplicativo de conversação.

O diário de campo do segundo dia de “B” causou preocupação à pesquisadora, pois ele relatou que havia perdido os dados de seu aparelho, inclusive aqueles referentes à participação nesta pesquisa. No entanto, à noite, “B” contatou a pesquisadora sinalizando que os dados do diário haviam sido preservados. Neste dia, o participante revelou situações de cunho pessoal, tratadas via *Whatsapp* até aquele momento, em forma de tópicos, conforme segue:

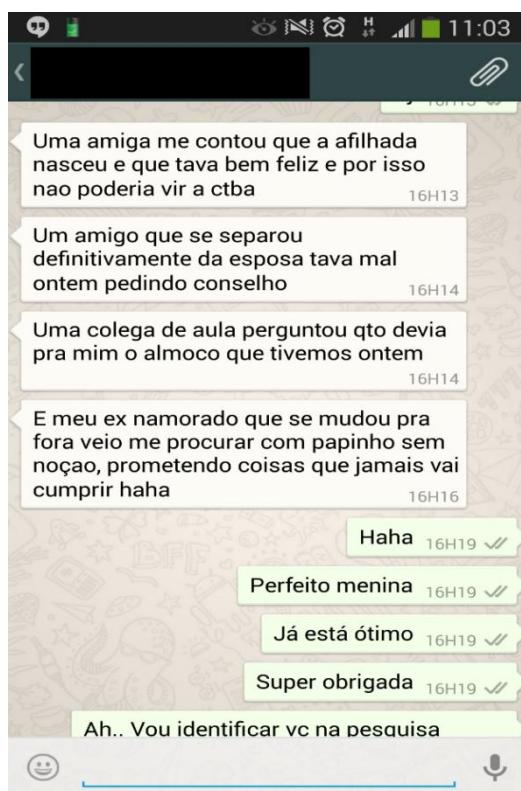
- a) “Uma amiga me contou que a afilhada nasceu e que tava bem feliz e por isso não poderia vir a ctba⁵³”;

52 A transcrição do diário de campo dos participantes é fiel ao modo de escrita utilizado. Assim, revelaram-se também outros modos de escrita, mais resumidas e com o uso de abreviaturas, códigos e *emoticons* por meio do uso do *Whatsapp*. Corrigiu-se apenas pontuação e acentuação para melhor compreensão durante a leitura [nota do autor]

53 Abreviatura do nome da capital paranaense: Curitiba.

- b) “Um amigo que se separou definitivamente da esposa e tava mal e ontem ficou pedindo conselhos”;
- c) “Uma colega de aula perguntou qto devia pra mim o almoço que tivemos ontem”;
- d) “E meu ex-namorado que se mudou pra fora veio me procurar com papinho sem noção, prometendo coisas que jamais vai cumprir haha”;
- e) “Ah e Tb falei com um amigo americano que via me dar umas dicas de inglês por *voice message*, para treinar”;
- f) “Ah pra frisar, tds conversas que tive, com exceção da minha colega foram com pessoas que não moram em ctba.”

FIGURA 15 – TELA DO DIÁRIO DE CAMPO DO PARTICIPANTE ‘B’



Todas as anotações do diário de campo de “B”, acima relacionadas apontam para questões do cotidiano, questões que remetem às suas relações e interações sociais. São situações que apresentam as possibilidades múltiplas que o aplicativo *Whatsapp* oferece no que se refere a utilização dele na solução de problemáticas do dia - a - dia estejam os indivíduos vivendo no mesmo ambiente, no mesmo território ou não. A ferramenta possui características que permitem aos usuários essa flexibilidade e eles têm usufruído disso para as mais diversas interações, como apresentado nesse breve relato.

Este capítulo analisou os diários de campo de “A” e “B”, por meio dos quais foi possível fazer uma leitura parcial da presença dos aplicativos de conversação na vida social dos jovens universitários. Revelou-se que esses recursos são unanimidade entre eles quando o assunto é agilidade na comunicação, interação rápida e instantânea. Entende-se, então, que o *smartphone* para esses jovens universitários é um aparato que está no contexto da mediação de que Barbero (1997) fala. É um dispositivo apenas e por isso, se faz necessário olhar além da sua existência, é preciso olhar para as mediações, para suas articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais. Neste caso, para o movimento que têm levado os jovens ao uso e apropriação do dispositivo em seu cotidiano comunicacional.

Outra análise deste estudo é que o cenário apresentado revelou por meio do compartilhamento da intimidade dos dois sujeitos parece vir ao encontro do reflexo do próprio período da juventude, que por sua natureza social está sempre em busca de respostas rápidas e urgentes. Se isso for levado em consideração, é possível compreender que, entre outras revelações, essa necessidade da juventude pode ser princípio da existência e da atual ampliação das ferramentas de conversação, tais como o *Whatsapp* na sociedade.

Ao explorar os dados, fez sentido a abordagem de Scolari (2008) sobre o fato de todas as tecnologias da comunicação serem cognitivas, pois as relações aqui reveladas dos sujeitos participantes do estudo e seus *smartphones* apresentaram forte influência na percepção de mundo deles, que já não conseguem olhar para seu cotidiano sem o aparelho. Parece que, desde o momento em que iniciaram suas interações sociais por meio deste dispositivo, foram reprogramados, remodelados para um novo modelo de efetivar suas vivências em sociedade.

Os dados apresentados neste estudo reforçaram a existência de transformações reais na sociedade contemporânea por meio da cibercultura, com destaque à convergência que, concordando com Jenkins (2009), representou uma transformação cultural a partir do momento em que os sujeitos (consumidores de tecnologia) saíram em busca de novas informações e conexões com o mundo e as opções tecnológicas a sua volta.

As tecnologias contemporâneas, em especial as digitais e possuidoras do caráter da mobilidade⁵⁴ atraem e conquistam a juventude validando-se nos aspectos históricos, sociais, culturais e tecnológicos desse grupo. Esse contexto reforça o que Lemos (2004) pontuou como uma nova cultura tecnológica planetária, da qual parece não haver modos de fuga. Isso se revela por meio do modo como áreas importantes da vida dos sujeitos jovens são afetadas: campo do trabalho, dos estudos, das relações e interações sociais. Esse impacto é potencializado por questões de ordem cultural, tais como a busca da identidade, o sentimento de pertencimento e o consumismo. Os traços desses conceitos são revelados na intensidade do uso dos smartphones pelos participantes, relatado durante todo o percurso desta pesquisa e consolidado em estudos mercadológicos aqui apresentados.

Além disso, a cada contato com os jovens, era nítida a sensação de segurança que tinham ao falar nas questões que envolvem a tecnologia presente nesse dispositivo, o que leva a crer na real existência do que Rheingold (2002) chamou de “próxima revolução social” e não tecnológica, pois mesmo com a tecnologia existindo e alterando cenários e percepções, ela só é presente na vida, no cotidiano dos indivíduos quando estes se abrem às interações individuais e coletivas proporcionadas por elas.

54 Conceito destacado neste estudo por ser marco nos estudos comunicacionais e oportunizar aos jovens a criação de novos espaços para suas interações e realização de outras práticas sociais em múltiplos lugares, como refletido por Castells (2007).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, procurou-se olhar para as modificações da relação dos jovens com a tecnologia e as transformações sofridas no cotidiano deles a partir de aspectos históricos, sociais, culturais e tecnológicos. Para a realização deste estudo, foi necessário buscar estudos realizados sobre o tema até o momento, sendo localizadas pesquisas que revelaram cenários e dados a partir de metodologias que trouxeram respostas aos anseios de seus pesquisadores. Ocorre, porém, que as metodologias desenvolvidas nesses estudos referenciais não deram conta de compreender a totalidade do objeto em questão nesta pesquisa, gerando a necessidade de buscar um viés que aliasse o que já fora desenvolvido em outras pesquisas, com algumas novas adaptações. Entre elas, o fato de iniciar olhando para um grupo focal e ajustar-se para o acompanhamento de apenas dois indivíduos, com os quais teve seu encerramento. Ao tirar a pesquisadora da zona de conforto das metodologias existentes possibilitou-se trazer outros olhares e trilhas sobre um objeto em constante evolução por seu caráter tecnológico e sua ligação direta ao campo social e ao cotidiano dos indivíduos jovens.

Na abordagem empírica, nas referências bibliografias on-line e off-line do primeiro ano do mestrado – que também se estendeu até o encerramento destes estudos - esteve presente a busca constante por metodologias específicas para o estudo devido à multifacetada e dinâmica realidade do cotidiano que envolve o objeto aqui analisado; pois, ainda hoje e no futuro próximo a intensidade das invenções tecnológicas aponta para a continuidade de sua interferência nas formas de produção de bens e de serviços, no processo de trabalho, na vida social, familiar e individual de todos, trazendo transformações com profundidade ainda desconhecida, revelando sempre novos desafios para os estudos comunicacionais.

As problematizações indicaram a necessidade de relacionar áreas, estabelecer vínculos entre as múltiplas possibilidades do universo que engloba os sujeitos sociais e suas relações com as tecnologias contemporâneas e os espaços sociais existentes e criados a partir das existências de recursos e ferramentas que emergiram no momento em que essas tecnologias se estabeleceram na sociedade.

As pesquisas mercadológicas e as análises apresentadas nesta pesquisa, reforçaram as colocações iniciais da pesquisadora quanto às transformações de ordem prática na sociedade a partir da apropriação do *smartphone* no cotidiano

pelos jovens universitários de Curitiba (PR), com idade entre 25 e 30 anos. Os dados coletados confirmaram o *smartphone* como objeto de desejo e também de necessidade dos jovens, pois revelam que a sociedade atual é tecnológica e viver ou sobreviver nela traz como premissa a habilidade no uso dos recursos tecnológicos que surgem. O dispositivo revelou-se um novo espaço para resolverem-se questões relacionadas às suas interações sociais e à sociabilidade em seu cotidiano, impactando diretamente em suas experiências e vivências sociais.

Juntamente com a primeira análise exploratória, as leituras ao longo da pesquisa possibilitaram o revelar de alguns caminhos para esta pesquisa trilhar. Foi possível avaliar que os questionários utilizados deram conta de colher informações pertinentes ao objetivo do estudo. Todo o conteúdo colhido permitiu a este estudo apresentar as diferentes opções de interação e conversação que os usuários fazem por meio do *smartphone* e ressaltar a forte presença dos aplicativos de conversação no cotidiano dos jovens universitários de Curitiba (PR). Colocou-se uma luz sobre o sentimento de pertencimento latente durante o período da juventude, destacando mais intimamente a interação social e a sociabilidade desse grupo na contemporaneidade.

Os jovens que participaram deste estudo demonstraram habilidade no uso e apropriação das ferramentas de conversação mediada, tais como o aplicativo *Whatsapp*, destacando que, a partir do uso das mesmas, a necessidade da conversação física ou telefônica diminui. No entanto, os participantes são unâimes e concordam que, apesar de facilitar o cotidiano conversacional, há perdas na intensidade de troca de informações diante da ausência física. Esta revelação é ponto a ser avaliado com cautela pelos estudos comunicacionais e sociais, haja vista que esses indivíduos estão em plena formação sociocultural.

Essas informações, reveladas tanto por meio dos questionários quanto nos diários de campo, acrescentaram de diversas formas a este estudo, inclusive, no que se refere ao impacto do uso do *smartphone* na interação social e na sociabilidade destes jovens, revelando perdas e ganhos nas vivências deles e apontando como relevante considerar o real impacto desta tecnologia no processo de socialização dos jovens universitários.

Foram refletidos os conceitos que permeiam o estudo, tais como identidade, sentimento de pertencimento, consumo, de modo que o estudo tivesse

embasamento teórico de relevância para a análise dos dados colhidos durante o percurso metodológico.

Ao retomar o percurso trilhado neste estudo, até a análise desses dados, percebeu-se que, apesar do esforço em oferecer consistência em sua pesquisa empírica, ele revelou fragilidades nesta área. A pesquisadora avaliou que são diversos os aspectos que reforçam essas fragilidades, entre eles, aqueles que revelam a aproximação e interação com os participantes, pois se houvesse maior interação com eles, um contato mais próximo, de encontros físicos, os dados revelados poderiam ter agregado, talvez, informações com maior consistência e profundidade analítica quanto à sociabilidade dos jovens, aos seus estilos de vida e a maneira como compreendem a conversação mediada pelas tecnologias móveis.

O estilo de vida do jovem analisado neste estudo teve como contribuição o entendimento do conceito do “*habitus*” de Bourdieu (2007), o qual proporcionou olhar para o jovem universitário como um agente consumidor em uma sociedade na qual conceitos de consumo e identidade são próximos e refletem no sentimento de pertencimento por meio de aspectos socioeconômicos e culturais.

Compreende-se que esta pesquisa apresentou apenas uma parcela do modo como os jovens fazem os diversos usos e apropriações dos recursos e ferramentas do *smartphone*, em especial, dos aplicativos de conversação. Ainda há lacunas para serem preenchidas por outras investigações no que se refere ao consumo dessa tecnologia pela juventude.

Os indicativos das relações sociais dos jovens diante do contexto tecnológico e da existência de uma busca constante da juventude por uma sociabilidade, revelados neste estudo reforçam a importância constante da observação desses fenômenos - comunicacionais, sociais e culturais, refletindo o que Sousa (1999) traduziu como o “estar junto social na sociedade complexa”, que tem se manifestado no mediatizado.

O conceito de ‘ilhas isoladas’, de Canclini (2008), também abordado neste estudo também permitiu um refletir sobre as relações com os grupos de pertencimento (família, amizades, trabalho etc) com as quais os jovens universitários têm contato, juntamente com a questão da mobilidade. Pois, atualmente, ao mesmo tempo em que eles se imaginam ou acreditam estar em uma ‘ilha isolada’ em seus acessos via *smartphone*, eles continuam conectados em suas relações sociais e

grupos de afinidade, o que reforça em seu dia a dia o sentimento de pertencimento à sociedade em que estão inseridos.

Sob o olhar dos processos comunicacionais, é sabido que este estudo poderia ter sido enriquecido se seguisse por outros caminhos. Era possível, por exemplo, ter buscado revelar a sensação de segurança e do “estar disponível”, que Ling (2004) destaca na relação do jovem com o *smartphone*. Ou, talvez, efetuar um paralelo da conversação face a face e da conversação mediada, enfatizando a conversação via aplicativos de smartphones. No entanto, preocupou-se em não enveredar para o campo da Línguística, pois não haveria tempo hábil para se aprofundar nessa nova área e refleti-la com propósito neste estudo comunicacional.

Foi possível materializar esta pesquisa com dados que trazem reflexo de área como a Sociologia e a Antropologia por serem campos que a pesquisadora entendeu como mais próximos do objetivo que tinha planejado para o estudo que, a todo o momento voltou seu olhar para o indivíduo, pois havia o entendimento de que ele é peça fundamental em qualquer estudo dos processos comunicacionais.

Os dados colhidos revelaram muitas informações que responderam algumas questões abordadas nesta pesquisa, outras não. Sendo assim, a pesquisadora acredita que, pelo fato de não ter obtido todas as respostas possíveis ao término de um percurso, dificilmente o processo de investigação em comunicação pode ter um ponto final. Por isso, colocar considerações finais sem remetê-las à necessidade de uma continuidade que indique novas possibilidades de processos futuros, novos rumos, novos caminhos, seria errôneo e não refletiria o conhecimento adquirido durante o desenvolvimento deste estudo. Entendeu-se que o que fora revelado por este estudo exige que haja continuidade de reflexões sobre a temática, avaliando o concreto aqui apresentado, que é multifacetado e oferece tal possibilidade. Ao unificar as informações que convergiram no trabalho empírico desta pesquisa, considera-se que não se pode fixar e limitar-se neste estudo, pois há inúmeras implicações no contexto revelado, que podem resultar em distintos cenários e contribuir ainda mais para a pesquisa em comunicação.

Assim, este capítulo não é considerado o final e não traz todas as respostas às questões abordadas ao longo do estudo, apresenta-se, sim, o que de concreto se revelou em um cenário pontual, de um momento, no tempo e no espaço, entre os anos de 2012 e 2013, da presença das tecnologias móveis, como dos smartphones, no cotidiano de jovens universitários. Dados esses que, juntamente com estudos

mercadológicos trazidos neste estudo, apontam para uma necessidade dos estudos comunicacionais lançarem um olhar para a ampliação do uso e das apropriações de tecnologias móveis como o *smartphone* por jovens e seu reflexo nas interações sociais e na sociabilidade desses indivíduos da sociedade contemporânea. Entendendo que isso já não é mais uma alternativa, mas uma necessidade para o real entendimento das estruturas sociais, culturais e histórica.

REFERÊNCIAS

ABRAMOWAY, Mirian. **Juventude e Juventudes na realidade do Brasil**. Goiânia: 2006. Disponível em: <<http://www.anchietanum.com.br/semana1/julho/segunda/apresentmiriam.ppt>>. Acesso em: 20 jun. 2013.

A FIDALGO, A SERANO TELLERÍA, JR CARVALHEIRO, J CANAVILHAS, JC CORREIA (2013): “**O ser humano como portal de comunicação: A construção do perfil no telemóvel**”. In: Revista Latina de Comunicación Social, n. 68, pp.545-565. Disponível em: <http://www.revistalatinacs.org/068/paper/989_Covilha/22_23_Telleriapo.html>. Acesso em: 12 dez. 2013.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.

ALEXANDER GRAHAMBELL. (Portal) Disponível em:<www.alexandergrahambell.org>. Acesso em: 25 jul. 2013.

ARRIBAS, Célia da Graça. **Regionalizando o mundo social: configurações, campos e interações face a face**. In: PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.19.2, 2012, pp.51-68. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/ds/plural/edicoes/19_2/plural_v19n2_03.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2013.

BALBIM, Renato. **Mobilidade: uma abordagem sistêmica**. In: Palestra proferida na CETESB / Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo. 07 out 2004. Disponível em:<http://www.ambiente.sp.gov.br/cea/files/2011/12/Renato_Balbim.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2014.

BARBOSA, M. **Paradigmas de construção do campo comunicacional**. In: M.H. WEBER; I. BENTZ; A. HOHLFELDT. (Org.). Tensões e objetos da pesquisa em comunicação. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 73-79.

BRAGA, José Luiz. **Sobre a Conversação**. In: Brasil: comunicação, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorm, 1994. p.288-308.

_____. **Disciplina ou Campo? O desafio da consolidação dos estudos em Comunicação**. In: FERREIRA, Jairo; FREITAS, Luiz Antonio Sgnates; PIMENTA, Francisco José Paoliello. **Estudos da Comunicação: transversalidades epistemológicas**. São Leopoldo: Unisinos, 2010. p. 19-37.

_____. **Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação**. In: Contracampo, edição especial, número duplo, pp.219-236. Disponível em: <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/viewFile/542/308>>. Acesso em: 05 jul. 2013.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da Comunicação**. Verso e Reverso (Unisinos On-line), v.25, p. 26-27, 2011. Disponível em:<<http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/94>>. Acesso em: 11 mar. 2012.

BRAGA, José Luiz. **Roda Viva – uma encenação da esfera pública**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UNB – set. 2006. Disponível em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/26161544805804374941009695920826146068.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

BITTENCOURT, Alessandra Torres. **O uso de telefones celulares em tempos de convergência: um estudo de caso com pré-adolescentes em Curitiba**. In: Revista Razón y Palabra. Deporte, Cultura y Comunicación, n. 69. Julho, Agosto, Setembro/2012. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/Uso%20de%20te...pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BONIN, Jiani Adriana; Rosário, Nísia Martins do (Orgs). **Processualidades metodológicas – configurações transformadoras em comunicação**. Florianópolis: Insular, 2013, 296p.

BONIN, Jiani. **Notas metodológicas relativas à pesquisa de recepção midiática**. In: Compós- Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, jun; 2013. Disponível em:< http://compos.org.br/data/biblioteca_2113.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2013

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. 1ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007, 560p.

CANCLINI, Néstor. **Leitores Espectadores e Internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CAPELLER, Ivan. **Youtube your Facebook**. A reconfiguração dos dispositivos audiovisuais na internet e as novas plataformas digitais entendidas como aparelhos de captura e/ou como máquinas de guerra. Z Cultural – Revista Virtual do Programa Avançado de Cultura Contemporânea. Ano VII, no. 3 (2012). Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/youtube-your-facebook-a-reconfiguracao-dos-dispositivos-audiovisuais-na-internet-e-as-novas-plataformas-digitais-entendidas-como-aparelhos-de-captura-eou-como-maquinas-de-guerra- ivan-capeller/>>. Acesso: 23 jan. 2014.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. Vol I, São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004. 325 p.

CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M.; GALPERIN, H.; AGÜERO, A. **Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global**. Barcelona, Ariel/Fundación Telefónica, 2007. 475 p.

CEBRIÁN, Juan Luis. **A Rede: como nossas vidas serão transformadas pelos novos meios de comunicação.** Tradução: Lauro Machado Coelho. V. 59. São Paulo: Summus, 1999.

DICK, Hilário. **Gritos Silenciados, mas evidentes. Jovens construindo juventude na História.** São Paulo: Edições Loyola, 2003.

FALKEMBACH, Elza Maria F. **Diário de campo: um instrumento de reflexão.** In: Contexto e educação. Ijuí, RS Vol. 2, n. 7 (jul./set. 1987), p.19-24.

FAUSTO NETO, Antonio; PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrrel (Orgs). **Campo da Comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas.** João Pessoa: Editora da UFPB, 2001.

_____. **“As bordas da circulação...”.** In: ALCEU - v. 10 - n.20 - p. 55 a 69 - jan./jun. 2010. Disponível em:<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2012.

_____, "Impessoalidade da experiência e agenciamento dos sujeitos". In: LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos; GUIMARÃES, César (Orgs). **Entre o sensível e o comunicacional.** Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p.13.

FILHO, Clóvis de Barros; LOPES, Felipe; CARRASCOZA, Jorão. **Identidade e consumo na pós-modernidade: crise e revolução no marketing.** In: Revista FAMECOS, n.31, Dezembro/2006. Disponível em:<http://www.espacoetica.com.br/userfiles/identidade_e_consumo.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2013.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da Comunicação/a Comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA. Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências.** 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas Técnicas para o Trabalho Científico: Elaboração e Formatação.** Explicitação das Normas da ABNT. 14 ed. Porto Alegre: s.n.,2007.

GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6^a ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face.** Tradução Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva. Petrópolis: Vozes, 2011. 255p.

GUIMARÃES, G. G.; GRINSPUN, M. P. S. Z. **Revisitando as origens do termo juventude: a diversidade que caracteriza a identidade.** In: Site da 31^a Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação. Disponível em:<<http://www.anped.org.br/reunioes/31ra/1trabalho/GT20-4136--Int.pdf>>. Acesso em 10 abr. 2013.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural e diáspora**. In: Revista Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. 24, 1996, pp.68-76.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. **The Cell Phone: an Anthropology of Communication**. Oxford; Berg, 2006.

JACKS, Nilda; MENEZES BOELHOUWER, Daiane. **Estudos de Recepção e Identidade Cultural: Abordagens Brasileiras na década de 90**, In: Revista ALAIC - Texto apresentado no GT Estudios de Recepción /ALAIC 2006. p. 164-175. Disponível em:<<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r5/ccientifica>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph.2009.

LEAL, B.S.; GUIMARÃES, C. **Experiência estética e experiência mediada**. InTexto, v.2:1-14. 2008. Disponível em:<<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/7998/4765>>. Acesso em: 26 mar. 2012.

LEMOS, André. Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. [André Lemos. Fabio Josgrilberg (orgs). Salvador: EDFBA, 2009. 156 p.

_____. **Comunicação e Mobilidade**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 295 p.

LEMOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade. Em direção a uma “CulturaCopyleft”?** In: Revista Contemporânea, vol.2, n. 2 p. 9-22 Dez 2004. Disponível em:<<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/3416/2486>>. Acesso em: 20 jan.2014.

_____. **Cibercultura e Mobilidade. A era da Conexão**. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação - INTERCOM 2005 (anais), 2005. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2013.

_____. (org). **Cidade digital**. Salvador: EDFBa, 2007. (On-line). Disponível em:<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/137/1/Cidade%20digital.pdf>>. Acesso em 02 ago. 2013.

_____. **Mobile communication and new sense of places: a critique of spatialization incyberculture**. In: Revista Galáxia, n16 p. 91-108. São Paulo, dez 2008. (On-line). Disponível em:<<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1914/1177>>. Acesso em: 11 jun. 2013.

_____. **Cultura da Mobilidade. Comunicação e Cultura.** In Revista FAMECOS, nº 40, dezembro de 2009. (On-line). Disponível em:<http://poscom.ufba.br/arquivos/livro_Comunicacao_Mobilidade_AndreLemos.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2013.

_____. **Cibercultura como território recombinante.** In: A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento emergente e a nova vivência humana na era da imersão interativa. Parte II; Novos Saberes e Vivências na cultura pós-massiva, Eugênio Trivinho, Edilson Cazeloto. [org,] – Dados eletrônico, São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009. 166 p. – (Coleção ABCiber, v.1). Disponível em:<<http://www.abciber.org/publicacoes/livro1/>>. Acesso em: 09 fev.2013.

_____. **Celulares, funções pós-midiáticas, cidadania e mobilidade.** In: Revista Brasileira de Gestão Urbana. v 2 n 2, p.155-166, jul/dez. 2010. Disponível em:<<http://www2.pucpr.br/reol/index.php/URBE?dd1=4469&dd99=pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2013.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva.** 3^a ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

_____. **Cibercultura.** Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 3^a ed. 2010, 272 p.

LING, Rich. **The mobile connection: the cell phone's impact on society.** San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers. Elsevier, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **“Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo”.** In: Anais do XVI Encontro Anual da Compós. Curitiba: COMPÓS, 2007. P.1-15. Disponível em:<http://www.compos.org.br/biblioteca_221.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2012.

MAFESSOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 3 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000. 232p.

MAGNINO, Antonio Francisco (Coordenador Affini,); Letícia Passos; Américo, Marcos. **Da Mobilidade a Ubiqüidade da Comunicação.** In:Mesa apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – SP - ago/set. 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0811-2.pdf>>.Acesso em: 28 ago. 2013.

MALDONADO, Alberto Efendi et al (Orgs). **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.** Porto Alegre: Sulina, 2011. 303p.

_____. **Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação.** Rio do Sul: UNIDAVI, 2012. 362p.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da Conversação.** 5 ed. Série Princípios, São Paulo: Editora Ática, 1999. 96p.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros Textuais: configuração, dinamicidade e circulação.** In KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz; BRITO, Karim Siebeneicher (Orgs). Gêneros textuais reflexões e ensino. 2 ed. RJ: Lucerna, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Oralidade e escrita. In: Signótica, v. 9, n. 1, jan/dez/1997. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/sig/article/view/7396/5262>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. 360p.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutemberg**; a formação do homem tipográfico; Tradução: Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. 2ª ed. São Paulo: Editora Nacional, 1977. 390 p.

_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem [understanding media].** [1ª ed. 1974]. 18ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006. 407 p.

MELUCCI, Alberto. **Juventude, tempo e movimentos sociais.** In: Revista Brasileira de Educação – ANPED – Juventude e contemporaneidade. N. 5 e n. 6, p. 05 – 14, maio/dez. 1997. Número Especial. Disponível em: <http://www.anped.org.br/rbe/numeros_rbe/revbrased6_5.htm>. Acesso em: 18 de abr.2013.

MUNDO EDUCAÇÃO (Portal)
Disponível em:<<http://www.mundoeducacao.com.br/sociologia/sociabilidade-socializacao.htm>>. Acesso em: 22 jun.2013.

NUMMER, Fernanda V; CARDOSO E CARDOSO, Luis Fernando. In: Resenha obra: GOFFMAN, Erving. Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face. Revista Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 18, n.38, p.107-409, jul/dez.2012. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832012000200019>. Acesso em: 12 ago. 2013.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (Portal). Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed711 os dispositivos que constituem o dispositivo>. Acesso em: 20 mai. 2013.

OLIVEIRA, Annelore Spieker de. **Dissertação de Mestrado.** Smartphones e trabalho imaterial: uma etnografia virtual sobre sujeitos usuários de dispositivos móveis convergentes. Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação; Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=988766>. Acesso em: 15 mai. 2013.

ONG, Walter. **Oralidade e cultura escrita: A tecnologia da palavra**; tradução Enid Abreu Dobránsky. Campinas, SP: Papirus, 1998.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Ambiente Midiático Potencializado pela Convergência de Mídias e Internet Móvel**. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação – INTERCOM 2004 (anais), 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/69060400249573317369948472301663306184.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2013.

_____. **Comunicação móvel no contexto brasileiro**. In: Comunicação e Mobilidade – aspectos socioculturais das tecnologias móveis no Brasil. Org: André Lemos e Fabio Josgrilberg. Salvador, BA: EDUFBA, 2009 p. 11-18.

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Estendendo McLuhan: da Aldeia à Teia Global. Comunicação, Memória e Tecnologia**. Porto Alegre: Sulinas 2011. 216 p.

PINO, Angel. **A interação Social: perspectiva Sócio-Histórica**. Arquivos da Universidade de Londrina – UEL (Online), 2012. p.49-58. Disponível em: <<http://www.uel.br/pessoal/moises/Arquivos/Ainteracaosocialperspectivasociohistorica.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2013.

PÓVOAS, Ana Paulla. **Internet das coisas e mobilidade: o mundo da interação**. In: X POSCOM - Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. De 04, 05 e 06 de novembro de 2013. Disponível em:<<http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2013/11/Ana-Paulla-Po%CC%81voas.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

PRIMO, Alex. SMANIOTTO, Ana Maria Reczek. **A conversação na comunidade de blogs *insanus***. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/26852791912871588736775106570152142664.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2013.

PRIMO, Alex (org). **A internet em rede**. Porto Alegre: Sulinas, 2013. 279 p.

RECUERO, Raquel. 2010. **A conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador**. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/raquelrecuerolivrocasper.pdf>> Acesso em: 08 julho de 2012.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet**. In: Revista FAMENCOS, Vol1, n.38, abril de 2009, Porto Alegre, p. 118 – 128. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309>>. Acesso em: 02 ago. 2013.

_____. **Mapeando redes sociais na internet através da conversação mediada pelo computador** (2009). Disponível em:<<http://books.scielo.org/id/jc8w4/pdf/nascimento-9788523208721-12.pdf>>. Acesso em: 04 ago. 2013.

_____. **A Conversação como apropriação na comunicação mediada pelo computador** (2010). Disponível em:<<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/raquelrecuerolivrocasper.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

RHEINGOLD, HOWARD. **Smart mobs. The next social revolution**. Basic Books, Cambridge (MA), 2002.

RHEINGOLD, Howard [1993]. **The virtual community**, 1998. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 14 ago. 2012.

RIFIOTIS, Theophilos *et al* (Orgs). **Antropologia do Ciberespaço**. 1 ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2010, 174p.

RIVA, Giuseppe e GALIMBERTI, Carlo. **Computer-mediated communication: identity and social interaction in an electronic environment**. In: "Genetic, Social and General Psychology Monographs", 124, 434-464, 1998. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.33.5163&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2014.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: Elementos para uma Teoría de La Comunicacion Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2008. 317 p.

SILVA, Sandra Rubia. **Tese de Doutorado**. Estar no tempo, estar no mundo: a vida social dos telefones celulares em um grupo escolar. Universidade Federal de Santa Catarina – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Florianópolis, 2010. Disponível em:< <http://www.antropologia.ufsc.br/ppgas/?page=teses>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SORRE, Max - **Les migrations des peuples. Essai sur la mobilité géographique**. Flammarion, Paris, 1955.

SOUSA, Mauro Wilton de. **Práticas de recepção midiática como práticas de pertencimento público**. In: Revista Novos Olhares, n.3, 1999. p. 12-30. Disponível em:<<http://revistas.univerciencia.org/index.php/novosolhares/article/viewFile/8405/7739>>. Acesso em: 22 ago. 2013.

_____. **Recepção midiática: linguagem de pertencimento**. In: Revista ALAIC, Ano II, n.2, 2005. p. 10-21. Disponível em: <<http://alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/127/1300>>. Acesso em: 22 ago. 2013.

SOUZA E SILVA, Adriana de. **Location-aware mobile technologies: Historical, social and spatial approaches**. In: Site ITU DK. Vol. 5, No. 4, 485–506, Novembro,

2010. Disponível em:<<http://www.itu.dk/people/miko/ADRIANADESOUZAESILVAFINAL.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2012.

TEDESCO, Juan Carlos (org.) **Educação e Novas Tecnologias: esperança ou incerteza?** São Paulo: Cortez; Buenos Aires: Instituto Nacional de Planejamento de La Education. Brasília: UNESCO, 2004.

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ. **Normas técnicas: elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos-científicos.** 3 ed. Curitiba: UTP, 2012. 160p.

VÍCTORA, C. G. et al. **Pesquisa Qualitativa em Saúde: introdução ao tema.** Porto Alegre: Tomo Editora, 2000.

WIENER, Norbert. **Cibernetica e Sociedade: o uso humano de seres humanos.** São Paulo: Cultrix, 1993.

WINOCUR, Rosalía. **Robinson Crusoé ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre.** México, Siglo XX: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009. 167 p.

_____. **O lugar da intimidade nas práticas de sociabilidade dos jovens.** In: Revista Matrizes, ano 5 n1 ju/dez 2011, São Paulo, p. 179-193. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/206>>. Acesso em: 05 mai. 2013.

YARTO, Consuelo. **El papel del teléfono celular en la conformación de la identidad y la seguridad ontológica de los jóvenes.** In: Diálogos de la comunicación. n 84 jan/jun 2012. Disponível em: <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/07/84-Revista-Dialogos-El-papel-del-telefono-celular-en-la-conformacion-de-la-identidad-y-la-seguridad-ontologica-de-los-jovenes.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos.** Tradução de Daniel Grassi. 3^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICES

APÊNDICES A – QUESTIONÁRIOS APLICADOS

QUESTIONÁRIO EXPLORATÓRIO

AVISO: Este questionário é parte integrante de minha pesquisa de mestrado e visa analisar usos e apropriações de smartphones.

Trata-se de um questionário exploratório. Os dados aqui coletados serão de uso exclusivamente acadêmico, com sigilo total de informações pessoais dos respondentes.

Obrigada por sua colaboração.

Mestranda em Comunicação e Linguagens (Universidade Tuiuti do Paraná)

Questionário: Usuários de *Smartphones*

1- SEXO: *

- MASCULINO
- FEMININO

2- IDADE: *

3- EMAIL: *

4- ASSINALE ABAIXO A MARCA /MODELO DE SEU SMARTPHONE: *

- IPHONE/APPLE
- NOKIA (ANDROID)
- SAMSUNG (IOS)
- SONY ERICSON
- MOTOROLA
- BLACKBERRY
- Outro:

5- QUANTAS LINHAS DE CELULAR POSSUI? ASSINALE COM “X”

- 01 a 02
- Mais de 02
- Acima de 03

6- QUAL OPERADORA UTILIZA?

- Vivo
- Tim

- Claro
- Oi
- Nextel

7- UTILIZA LINHA

- Pré-paga
- Conta
- Tenho Ambas

8- DAS FUNÇÕES ABAIXO, QUAIS COSTUMA UTILIZAR? MARQUE AS QUAIS MAIS UTILIZA:

- CONVERSAÇÃO (SMS, APlicativos TALK)
- ENTRETENIMENTO (MÚSICA, JOGOS, VÍDEOS, FOTOS)
- APlicativos FUNCIONAIS (CALCULADORA, AGENDA, NOTAS)
- NAVEGAR NA INTERNET (REDES SOCIAIS, SITE DE NOTÍCIAS)
- COMUNICAÇÃO (E-MAILS)

9- EM MÉDIA QUANTAS MENSAGENS - DE APlicativos DE CONVERSAÇÃO, EX. SMS OU WHAT'S UP - ENVIA DIARIAMENTE? Se tiver mais que uma linha telefônica, utilizar a soma dos gastos na resposta.

- DE 0 A 05
- DE 06 A 10
- DE 11 A 30
- DE 31 A 50
- DE 51 A 100
- ACIMA DE 101

10- ENTRE OS APlicativos DE CONVERSAÇÃO, COSTUMA UTILIZAR QUAIS DOS ABAIXO RELACIONADOS?

- SMS (MENSAGEM DE TEXTO)
- WHATSAPP
- MSN MESSENGER
- GOOGLE TALK
- SKYPE
- FACEMESSENGER

11- NO SEU COTIDIANO: PARA QUAIS FINS COSTUMA UTILIZAR OS APlicativos DE CONVERSAÇÃO QUE CITOU ANTERIORMENTE? ASSINALE OS MAIS FREQUENTES:

- CONVERSA COM AMIGOS
- CONVERSA COM NAMORADO(A)/ NOIVO(A)/ ESPOSO(A)
- DISCUTE A RELAÇÃO

- CONVERSA COM FAMILIARES (PAIS/FILHOS)
- INTERAGE COM GRUPOS DE DISCUSSÃO
- FECHA CONTRATOS/NEGÓCIOS
- MARCA REUNIÕES
- AGENDA COMPROMISSOS
- Outro:

12- QUAL A MÉDIA DE MENSAGENS QUE UTILIZA POR DIA? ENVIO E RECEBIMENTO:

- DE 0 A 05
- DE 6 A 10
- DE 11 A 30
- DE 31 A 50
- DE 51 A 100
- DE 101 A 200
- ACIMA DE 200
- ATÉ 500
- ACIMA DE 500

13- QUANTIDADE DE LIGAÇÕES - REALIZADAS E RECEBIDAS - POR DIA

- DE 0 A 05
- DE 6 A 10
- DE 11 A 30
- DE 31 A 50
- DE 51 A 100
- DE 101 A 200
- ACIMA DE 200
- ATÉ 500
- ACIMA DE 500

QUESTIONÁRIO GRUPO FOCAL

AVISO: Este questionário é parte integrante de minha pesquisa de mestrado e visa analisar as interações e sociabilidades a partir do uso de Smartphones por universitários, em Curitiba (PR).

Você é integrante do Grupo Focal dessa pesquisa, por favor, ao finalizar o preenchimento, envie um e-mail para: diocky@gmail.com, confirmando a participação e informando qual o melhor meio para mantermos contato: *email, Skype, telefone, redes sociais.*

Os dados aqui coletados serão de uso exclusivamente acadêmico, com sigilo total de informações pessoais dos respondentes.

Obrigada por sua colaboração.

Diocsianne Moura
Mestranda em Comunicação e Linguagens (Universidade Tuiuti do Paraná)

Questionário: Universitários e Smartphones- Interações e Sociabilidades

Email

Sexo:*

- Masculino
- Feminino

Marque a marca /modelo de seu Smartphone

- Iphone
- Nokia
- Samsung
- Motorola
- Blackberry
- Outro:

Quantas linhas de celular possui

- 01 a 02
- 03 ou mais

Operadora (s) que utiliza

- Vivo
- Tim
- Claro

- Oi
- Nextel
- Outro:

Utiliza linha

- Pré-paga
- Pós-paga (conta)
- Ambas

Das funções: quais mais utiliza:

- Conversação (SMS, APLICATIVOS TALK)
- Entretenimento (MÚSICA, JOGOS, VÍDEOS, FOTOS)
- Aplicativos funcionais (CALCULADORA, AGENDA, NOTAS)
- Navegar na Internet (REDES SOCIAIS, SITE DE NOTÍCIAS)
- Comunicação (E-MAILS)

Aplicativos de conversação que utiliza. Marque os principais.

- SMS (Mensagem de texto)
- Whatsapp
- MSN Messenger
- Google Talk
- Skype
- Facemessenger

Para quais fins costuma utilizar esses aplicativos. Marque os mais frequentes

- Conversa com amigos
- Conversa com familiares
- Conversa com namorado (a); noivo (a); esposo (a)
- Discute a relação
- Interage com grupos de discussão
- Faz negócios
- Marca reuniões
- Agenda compromissos

Número de mensagens ENVIADAS via aplicativos de conversação (SMS OU WHAT'S APP). Se tiver mais que uma linha telefônica, utilizar a soma na resposta.

- 01 a 05
- 06 a 10

- 11 a 30
- 31 a 50
- 51 a 100
- Acima de 101

Número de mensagens RECEBIDAS via aplicativos de conversação (SMS OU WHATSAPP). Se tiver mais que uma linha telefônica, utilizar a soma na resposta.

- 01 a 05
- 06 a 10
- 11 a 30
- 31 a 50
- 51 a 100
- Acima de 101

Ligações - REALIZADAS E RECEBIDAS – diariamente. Se tiver mais que uma linha telefônica, utilizar a soma na resposta.

- 01 a 05
- 06 a 10
- 11 a 30
- 31 a 50
- 51 a 100
- Acima de 101

Investimento mensal (R\$) para uso de Internet no smartphone. Se tiver mais que uma linha telefônica, utilizar a soma na resposta.

- Menos de R\$10
- De R\$11 a R\$50
- Mais de R\$ 101

Como utiliza a internet ou dados pelo Smartphone

- Usa só Wifi (no Brasil e Exterior)
- Usa só pacote de dados (no Brasil e Exterior)
- Usa pacote de dados e Wifi (no Brasil e Exterior)
- Não usa Wifi (no Brasil e Exterior)

APÊNDICE B – APLICATIVOS DE CONVERSAÇÃO

WHASTAPP⁵⁵

O *Whatsapp Messenger* é um mensageiro grátis para seu celular. O programa permite enviar gratuitamente mensagens de textos, imagens ou outros arquivos usando a internet, por Wi-Fi, 3G ou 4G, para outros usuários que também tenham o aplicativo instalado no celular. Ele foi projetado para tornar SMS uma coisa do passado e é compatível com os principais sistemas operacionais do mercado: Android, iOS, Windows Phone, Blackberry e Nokia.

Após baixar o software, a instalação é simples. O usuário precisa digitar o número de telefone e inserir um código recebido via SMS para validar o seu celular e sua linha. Em seguida, o app sincroniza seus contatos e qualquer um que possui o *Whatsapp* é transferido automaticamente para uma aba a direita da tela do smartphone. É possível, também, enviar um convite para contatos que ainda não possuem o software mais comentado no momento.

O envio de mensagens é como o serviço de SMS normal, porém o software não utiliza a rede de sua operadora de celular para fazer o envio, e sim a internet. O serviço é até mais próximo dos *messengers* (MSN, ICQ, etc), que dominaram a internet na primeira década do século, do que propriamente um serviço de sms. Confira dicas do *Whatsapp* e descubra como fazer tudo com tutoriais.

Assim como texto, é possível enviar vídeos, imagens, áudio ou até mesmo a sua localização via GPS, além da possibilidade de realizar chats em grupo. Um problema, no entanto, é que ele só funciona entre usuários que possuem o aplicativo. Porém, como a popularidade do app é cada vez maior, muitos dos seus já amigos devem utilizá-lo para se comunicar. Um ponto negativo em relação a concorrentes como o Skype e o Viber é que o software não permite realizar ligações por voz.

A interface do *Whatsapp* é bastante clara, permitindo que o usuário consiga usar as funcionalidades mais simples de forma bem intuitiva. Para quem já está acostumado a usar programas como o *Skype*, por exemplo, o uso deve se tornar

55 Definição retirada do descriptivo do Portal Techtudo. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/s/whatsapp-messenger.html>> Acesso em: 25/02/2014

ainda mais descomplicado. Há, ainda, a possibilidade de adicionar novos *emoticons* no *Whatsapp* para tornar as conversas mais divertidas.

O serviço oferece, também, a opção de grupos de conversa. É possível criar verdadeiras salas de chat com todos os contatos que quiser. O processo é simples e não altera o funcionamento do app.

Assim como todo aplicativo *messenger*, a ferramenta possui uma boa mecânica de notificações. Nela, é possível personalizar os avisos sonoros de cada contato e a forma com que essas notificações se apresentam em seu *gadget*. Confira todas as possibilidades de notificações no guia de como configurar suas notificações no *Whatsapp*.

Em alguns momentos, entretanto, as notificações podem incomodar. Quando uma conversa em grupo está muito animada, por exemplo, os barulhos e vibrações do smartphone podem se tornar inconvenientes. Caso essa situação ocorra, há a possibilidade de silenciar notificações de mensagens de grupos no *Whatsapp*.

O aplicativo permite compartilhar imagens, vídeos, contatos, áudio e até mesmo sua localização, com mapas em 3D e a opção de esconder ou buscar localidades. Uma vantagem é que existe a pré-visualização das fotos compartilhadas, sem que seja necessário clicar nelas para vê-las.

FACEMESSENGER⁵⁶

O *Facebook Messenger* é um aplicativo que permite enviar mensagens gratuitas para os amigos do *Facebook* e contatos de celular através de aparelhos com iOS e Android. O programa também está disponível, na versão antiga (na qual é possível falar apenas com pessoas da sua rede social), para BlackBerry e Google Chrome.

A versão mais recente do software, disponível apenas para dispositivos com os sistemas operacionais Android e iOS, conferiu ao app uma interface com características próprias, que o afastam cada vez mais do design da rede social. Junto com essa mudança, veio o fato de, agora, ser possível conversar com pessoas que não sejam suas amigas no *Facebook*, basta serem seus contatos

56 Definição retirada do descriptivo do Portal Techtudo. Disponível em:<<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/s/facebook-messenger.html>>. Acesso em: 25 fev. 2014.

telefônicos que também usem a aplicação. Isso o faz concorrer diretamente com mensageiros populares, como o *Whatsapp*.

A edição atual oferece uma página com todas as conversas mais recentes e fotos de perfil, em um layout bastante bonito e organizado nas cores azul e branca. Em cada bate-papo, o usuário pode digitar texto, gravar mensagem de voz, enviar fotos usando a câmera ou álbum do aparelho e buscar imagem na web com o motor de pesquisa Bing.

Existe ainda a possibilidade de criar e fazer parte de chats em grupo ou conversar à vontade em um bate-papo privado. Em outra página do app, o usuário pode ver uma lista com pessoas que possuem o *Facebook Messenger* e visualizar, em outra aba, quem está online no aplicativo e no bate-papo padrão da rede social.

Em cada uma das opções, o usuário pode enviar mensagens para os contatos, ver a linha do tempo e informações da pessoa (nome, foto da pessoa e número de telefone). O programa ainda conta com a possibilidade de adicionar números de celular para conversar com pessoas que não estão na sua lista de contatos do *Facebook* e um atalho muito simples para ficar online ou *off-line* no bate-papo. Há como inserir ou confirmar o seu número de telefone para que outros possam te adicionar no *chat*.

Através do software, o usuário pode ainda procurar por pessoas específicas no campo de busca do app e editar os contatos favoritos para adicionar no topo do bate-papo. Os demais estão organizados em ordem alfabética. Esta função só está disponível para os dispositivos móveis.

SKYPE⁵⁷

Como todo programa de Voz sobre IP (VoIP), o software converte o áudio e o vídeo em pacotes de dados e os envia pela Internet até o destinatário. Uma de suas vantagens é possuir a arquitetura par-a-par, ou seja, os usuários se comunicam diretamente com seus interlocutores. É o programa ideal para realizar chamadas de voz e/ou vídeo grátis pela Internet para se comunicar com pessoas do mundo.

Para os usuários que tenham o *Skype* instalado em seus dispositivos, como *smartphones/tablets* (iOS, Windows Phone e Android) e computadores (Windows,

57 Definição extraída do descriptivo do Portal TechTudo Disponível em:<<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/s/skype.html>>. Acesso em: 25 fev. 2014.

Linux e Mac OS), as conversas são gratuitas, no entanto, em ligações para telefones convencionais há a cobrança de tarifas.

Desenvolvido pela Microsoft, o programa substituiu recentemente o MSN e também pode ser utilizado como um mensageiro instantâneo, pois permite enviar mensagens de texto e arquivos para a lista de contatos. Além disso, com boa qualidade de áudio e vídeo, ele possui integração com o *Facebook* e com o Windows Live ID e oferece ao usuário um número de telefone para receber chamadas.

Contudo, em alguns cenários de rede que possuem um tradutor de endereços de rede (NAT – *Network Address Translation*), não é possível se conectar diretamente com o seu contato. Para isso, o serviço utiliza um terceiro usuário, para triangular os pacotes de dados de quem está conversando. A escolha desse terceiro usuário é feita de forma a otimizar a qualidade da conversação.

Para adicionar seus amigos, é possível buscar por uma série de critérios além do nome e do e-mail, como o país, estado e cidade de residência, idioma, idade e sexo. Além disso, pode-se adicionar o nome e número de telefone dos seus contatos que não têm o Skype. Assim, o usuário pode chamá-los em suas linhas convencionais quando desejar.

A versão para dispositivos móveis foi elaborada para concentrar os recursos de forma mais objetiva. Ela separa a visualização dos contatos em práticas abas separada por títulos auto explicativos “Recentes”, “Favoritos” e “Pessoas”.

Outra modificação são os três ícones dos cantos diagonais da interface que passaram a mostrar as principais opções do app. Enquanto no canto direito da parte superior se acessa o perfil da conta, na parte inferior encontra-se um atalho para o discador e outro para procurar novos contatos.

A ferramenta de chat ficou mais limpa, inspirada no novo iOS 7, e objetiva em todas as plataformas. Agora, ela mostra a foto dos usuários em cada mensagem exibida e permite ainda a visualização de todas as imagens de perfil já adotadas anteriormente.

MSN MESSENGER⁵⁸

58 Definição extraída do descriptivo do Portal Techtudo. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/s/msn.html>>. Acesso em: 25 fev. 2014

O MSN Messenger é um dos mensageiros instantâneos mais famosos que existem. O programa da mensagens instantâneas da Microsoft Corporation existe desde 1999 e desde então o MSN, ou seu nome oficial, Windows Live Messenger, se tornou referência quando o assunto é mensageiros instantâneo.

Com o aplicativo é possível compartilhar vídeos com os contatos de forma muito simples e rápida. Basta colocar o link da URL do vídeo na janela de conversas. Com isso, o MSN Messenger divide a sua interface em duas abas e uma delas é o espaço para o vídeo ser reproduzido.

O MSN Messenger permite ao usuário receber as atualizações dos seus amigos em diversas redes e conversar com o chat do *Facebook* e outros serviços online, como Wordpress, Fotolog, Linkedin, Last.fm, YouTube, Blogger, MySpace e Digg.

SMS⁵⁹

O SMS, com significado da sigla, Short Message Service, em português, Serviço de mensagens curtas, é um serviço muito usado para troca de mensagens de textos breves que podem ser enviadas ou recebidas através de um aparelho celular.

Mensagens SMS (Short Message Service) são textos curtos enviados para dispositivos móveis (telefones celulares, smartphones, iPhone, etc). Estas mensagens são popularmente conhecidas como torpedos. A formatação e o envio da mensagem SMS é feita para celulares das principais operadoras de celular do Brasil (Vivo, Claro, Oi, Tim). A tarifa por SMS é a mesma, independente da operadora de destino.

O SMS, mais conhecido no Brasil como torpedo é utilizado há 10 anos, para tanto, ele começou a ser usado nos anos 90. O conhecido torpedo, inicialmente, era muito usado pelo público jovem, ao qual, para trocar mensagens rápidas com outra pessoa e ainda conseguir escrever o máximo de informações em apenas um SMS, inventaram várias maneiras de abreviar as palavras. Por exemplo, “Tb kero”, “Todo bm?”, “Vc vai star em ksa hj?”, entre outras abreviações.

59 Definição extraída do artigo sobre “Celulares e Telefonia”. Disponível em:<http://www.oficinadanet.com.br/artigo/celulares_e_telefonia/o-que-e-sms-e-como-funciona-o-sms>. Acesso em: 25 fev. 2014

Atualmente, a função do SMS tem se estendido para vários setores. Um bom exemplo disso são os programas televisivos que aceitam mensagens SMS em forma de votação referente a alguma atração ou disputa. Também é possível através de um torpedo solicitar o envio de músicas, horóscopo, dicas, como também outras tantas solicitações.

Outro fator que deve ter propiciado para a desvalorização de envios de torpedo, como também a desvinculação das operadoras que atuam nesse mercado são os aplicativos utilizados através da internet que fazem o mesmo papel que os tradicionais torpedos. Com esses aplicativos não há limite de caracteres e também é possível enviar muito mais coisas do que uma simples mensagem de texto.

O *Whatsapp* é um aplicativo que, por exemplo, permite que as plataformas mais conhecidas interajam entre si e também pode ser compartilhado fotos, textos, contatos salvos na agendam entre outras. O *Touch* é outro aplicativo que pode ser usado para o envio de textos, fotos e também outros informativos. Não podemos deixar de citar também o *Facebook Messenger*, que permite ao usuários a troca de mensagens instantâneas. Com isso tudo, é indiscutível sobre a evolução das formas de enviar mensagens via celular, o que antes era monopolizado pelas operadoras, hoje há uma trivial concorrências entre os diferentes meios de comunicação instantâneas, sejam as redes sociais, MSN, *Skype* como também os vários aplicativos para celulares, smartphones e *tablets*.

GTALK (GOOGLE TALK)⁶⁰

O Google Talk é o comunicador instantâneo do Google. Qualquer pessoa que tem uma conta do Google pode usar o IM (*Instant Messaging*, ou mensageiro instantâneo). Depois de estar conectado, o usuário já tem condições de mandar mensagens para seus amigos, familiares e colegas profissionais que também sejam adeptos do sistema de comunicação do Google.

O principal recurso do Google Talk Messenger é a conversação baseada em texto, como acontece no *Facebook Messenger*. Não há formatação especial do texto que vai ser enviado (como no *Live Messenger*) ou *emoticons* especiais para ocasiões distintas (como no *AIM*). O foco desse aplicativo sempre foi a simplicidade

60 Definição extraída do artigo sobre “Celulares e Telefonia”. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/s/google-talk.html>>. Acesso em: 25 fev.2014.

da comunicação. No máximo, o usuário pode colocar em negrito o texto que vai enviar para um contato, utilizando asterisco (*) no início e fim do trecho que quer destacar.

Em vez de histórico armazenado no computador, usuários do Google Talk poderão contar com todo o poder de hospedagem do Google: o download Google Talk utiliza o Gmail para salvar as conversas. O marcador Chats (Bate-papos) vai agrupar todas as mensagens e deixá-las disponíveis em qualquer lugar onde haja uma conexão com a internet. É possível, ainda, selecionar as pessoas com as quais você conversar, podendo bloquear contatos. Você também pode saber se foi bloqueado por algum contato no *GTalk*.

Assim como o *Skype*, o Google *Talk* Messenger oferece chamadas de voz gratuitas entre usuários devidamente cadastrados no serviço. O internauta vai poder falar com a família que mora no exterior (ou mesmo em outro Estado brasileiro) sem se preocupar com altas taxas telefônicas e cobranças em outras moedas.
