

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM SERVIÇO SOCIAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ARLENE ASSIS DE OLIVEIRA DINIZ DE FARIAS

**USO DAS REDES SOCIAIS: IMPACTOS NA CONSTRUÇÃO DA
IDENTIDADE E DA SOCIABILIDADE DO ADOLESCENTE**

VOLTA REDONDA

2017

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM SERVIÇO SOCIAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**USO DAS REDES SOCIAIS: IMPACTOS NA CONSTRUÇÃO DA
IDENTIDADE E DA SOCIABILIDADE DO ADOLESCENTE**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Serviço Social do UniFOA como requisito à obtenção do título de Bacharel em Serviço Social.

Aluna:
Arlene Assis de Oliveira Diniz de Farias

Orientadora:
Daniele Ribeiro do Val de Oliveira Lima Santa Barbara

VOLTA REDONDA

2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao grande Autor, que escreveu cada dia da minha jornada com amor e propósito. Ele direcionou meus passos para que chegasse à faculdade e nela, pudesse além de aprender, amadurecer enquanto ser humano e fazer amigos para toda vida. Ele me deu forças nos dias de tristeza e confirmou meu propósito nos tempos de desânimo. À Ele a glória.

Agradeço ao meu esposo Hugo, pela compreensão nos tempos de ausência (que foram muitos!), por me incentivar e apoiar incansavelmente, por ser companheiro e sonhar meus sonhos, muitas vezes, até mais do que eu.

Agradeço aos meus pais, Adelson e Marli, que desde a infância me incentivam a sonhar e mesmo com dificuldade, em alguns momentos, sempre fizeram mais do que podiam para me apoiar.

Agradeço às amigas de turma pelo companheirismo dos últimos anos e especialmente à Ireni, que tornou-se um grande suporte tanto dentro da faculdade quanto fora dela.

Agradeço a minha orientadora Daniele do Val por toda a paciência, confiança e apoio. Por acreditar em mim e me incentivar a ser sempre melhor. Com ela pude agregar inúmeros conhecimentos que levarei por toda minha trajetória profissional.

Agradeço a todos os professores que, em todos esses anos, se esforçaram para transmitir um ensino de qualidade, ajudando na construção dos alunos como profissionais e cidadãos.

E por fim, agradeço a todos aqueles que direta ou indiretamente me inspiraram a continuar estudando e estiveram comigo nessa caminhada.

RESUMO

Com as mudanças advindas do surgimento das tecnologias de informação, a vida em sociedade conheceu novas formas de comunicação e relacionamentos. Nesse contexto, aconteceu a emergência das redes sociais virtuais, que atualmente tem se tornado parte intrínseca da vida dos indivíduos, principalmente dos mais jovens. Os adolescentes de hoje representam as primeiras gerações de pessoas que já nasceram no berço de uma sociedade informatizada e grande quantidade deles tem as redes sociais virtuais como extensões de suas próprias vidas. Portanto, é inegável a contribuição das redes virtuais na formação de identidades dos adolescentes e nas formas de sociabilidade que experimentam. Com a preocupação em analisar como essa nova forma de se relacionar impacta no desenvolvimento da adolescência, este estudo discute como as tecnologias midiáticas, dentre as quais está a *internet* e as redes sociais virtuais, podem exercer influência sobre a forma como o adolescente constrói suas relações sociais e como o capitalismo utiliza isso para transferir seus valores consumistas e individualistas. A fim de desnudar essas e outras questões, o trabalho valeu-se, além das análises bibliográficas, de uma pesquisa de campo em caráter quantitativo realizada com 60 adolescentes. Essa temática é considerada importante para o Serviço Social visto que é uma profissão que possui perspectiva socioeducativa em seu fazer profissional e busca viabilizar direitos e cidadania. Sendo os adolescentes um de seus principais públicos de atendimento, entender a dinâmica da construção das suas relações sociais e o que as determinam é fundamental para desenvolver um atendimento que entenda o adolescente em sua integralidade, visando à garantia de acesso aos direitos e a constituição das mediações necessárias à convivência familiar e comunitária.

Palavras-Chave: Adolescência; Redes Sociais; Internet

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
CAPÍTULO 1 - DOS MONSTROS INFORMÁTICOS DE TRINTA TONELADAS AOS SUTIS APARELHOS QUE CABEM NA PALMA DA MÃO: UMA SÍNTESE DA TRAJETÓRIA DO COMPUTADOR E DA INTERNET	11
1.1 BREVE ANÁLISE DA HISTÓRIA DO COMPUTADOR E DA INTERNET	11
1.2 A <i>INTERNET</i> NO BRASIL E A POPULARIZAÇÃO DOS <i>SMARTPHONES</i>	15
1.3 NOVAS PERSPECTIVAS: A ERA DAS MÍDIAS DIGITAIS	18
CAPÍTULO 2 - INTERAÇÃO E CONSUMO NAS REDES SOCIAIS	24
2.1 AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS	24
2.2 A CONDIÇÃO DO SUJEITO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	29
CAPÍTULO 3 - IDENTIDADE, SOCIABILIDADE E ADOLESCÊNCIA: CONCEITOS CONSTRUÍDOS HISTORICAMENTE	43
3.1 O PROCESSO DE RECONHECIMENTO DOS ADOLESCENTES COMO SUJEITOS DE DIREITOS	43
3.2 A ADOLESCÊNCIA NO BRASIL	47
3.3 A INFLUÊNCIA DO CAPITALISMO NA CONFORMAÇÃO DA IDENTIDADE E SOCIABILIDADE DO ADOLESCENTE	50
CAPÍTULO 4 - O SUJEITO ADOLESCENTE E O MUNDO VIRTUAL: RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO	60
4.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100

INTRODUÇÃO

As redes sociais virtuais se tornaram o caminho mais fácil e rápido de comunicação, integração e acesso dos indivíduos ao lazer, relacionamentos, serviços, formas de estudar e consumir na sociedade contemporânea. Presnky (2001) afirma que os adolescentes de hoje representam as primeiras gerações de pessoas que já nasceram no berço de uma sociedade informatizada e cresceram envolvidos por computadores, *internet* e novas tecnologias e estão, se não o tempo todo, boa parte dele ligados a tais artefatos.

As tecnologias de informação atingem a todos, mas de acordo com Lévy (1999), a geração mais jovem é que se sobressai no uso das redes sociais virtuais, a exemplo do *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. Conforme o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE, 2016) revela, a faixa etária que mais utiliza a *internet* no país é a de 16-17 anos, com 51% de incidência. As redes sociais virtuais atualmente são vistas pelos adolescentes como parte intrínseca da vida e como componente dela, contribuem na formação de suas identidades e nas formas de sociabilidade que experimentam.

A adolescência é o período intermediário entre a infância e a fase adulta, trata-se da época da vida humana que consiste na busca da própria identidade e nos esforços do indivíduo em se adequar às expectativas culturais da sociedade em que está inserido; esse processo é permeado pelos impulsos do desenvolvimento físico, mental, emocional, sexual e social (EISENSTEIN, 2005). E, ao contrário do que muitos acreditam, a adolescência não é algo homogêneo. As pessoas não passam por essa fase da mesma forma. Além do aspecto biológico, vários outros elementos, principalmente os histórico-sociais são muito importantes para entender como esse processo acontece para cada indivíduo. Frota (2007) afirma que a adolescência é uma construção social e por isso deve ser pensada como uma categoria em processo de constante mudança, construção e reconstrução.

A fase da adolescência, hoje, é marcada pelo envolvimento direto ao que denominamos “cultura de exposição”, onde a hipervisibilidade e exteriorização da vida em excesso são algumas de suas principais características. O uso dos *smartphones*, que conecta o indivíduo ao mundo em tempo real à distância de um clique, é peça chave nessa cultura digital e influencia diretamente na forma como o adolescente vê o mundo e se esforça para fazer

parte dele da melhor maneira possível, permitindo assim que a internet interfira diretamente na forma como vê a si mesmo e aos outros.

O tema para esta pesquisa foi escolhido a partir da observação da dinâmica das redes sociais virtuais, o que levou à reflexão de seus usos pela população adolescente e como essa nova forma de construção das relações sociais tem afetado essa faixa etária, que está em fase de desenvolvimento biopsicossocial. O estudo pretendeu discutir como as tecnologias midiáticas, dentre as quais está a *internet*, podem exercer influência sobre a forma que o adolescente enxerga a si mesmo e constrói suas relações sociais; e como o capitalismo utiliza isso para transferir seus valores consumistas e dominadores através dos meios de comunicação.

Embora o estudo não tenha como propósito debater o papel do Serviço Social no assunto, entendemos que o mesmo se constitui importante para o Serviço Social, pois os adolescentes são um dos principais públicos de atendimento dos assistentes sociais e entender a dinâmica da construção das relações sociais e o que as determinam nessa faixa etária é fundamental para desenvolver um atendimento que entenda o adolescente em sua integralidade, visando à garantia de acesso aos direitos.

Figueiredo (2011) afirma que o Serviço Social é uma profissão que tem como instrumentos de trabalho o conhecimento e a linguagem, além do profissional da área ter um importante papel como educador social. Pensando nisso, é pertinente refletir acerca de como os assistentes sociais podem se apropriar dos assuntos a respeito da sociedade da informação - conectada 24 horas por dia - e como isso altera as vivências no âmbito da sociedade. O Serviço Social é uma especialização do trabalho coletivo e está inserido na produção e reprodução das relações sociais e atende aos indivíduos em suas relações cotidianas (FIGUEIREDO, 2011), logo é importante entender quais os fatores que perpassam e influenciam nessa dinâmica.

Tendo seu fazer profissional incidindo no campo do conhecimento, valores, cultura e comportamentos, o assistente social deve pensar sua prática na perspectiva dos direitos dos usuários. Dessa forma, é importante destacar que a comunicação e a informação são um bem social e um direito (descritos no artigo 5º da Constituição Federal), assim como o acesso à *internet*. Ao mesmo tempo, em se tratando da adolescência - faixa etária considerada, junto à infância, com maior vulnerabilidade - é necessário que se pense a respeito de sua

proteção no ambiente do *ciberespaço* e a oferta de um acesso e desenvolvimento tecnológico saudável.

Portanto, o objetivo geral desse estudo foi analisar como as redes sociais virtuais impactam na construção da identidade e da sociabilidade dos adolescentes. Para isso, foi preciso identificar qual nível de envolvimento deles com a *internet*, quais redes sociais são mais acessadas, mapear os principais interesses e influências das redes sociais no cotidiano dos adolescentes, compreender como o mundo virtual pode ser um mecanismo de indução ao consumo, identificar a dinâmica do consumismo dentro do capitalismo, quais formas ele assume no âmbito das redes e como esse movimento interfere na visão que o adolescente possui sobre si mesmo e sobre os outros.

Como os adolescentes experimentam as tecnologias de informação e até que ponto reconhecem e entendem os impactos das redes sociais virtuais em suas vidas e relações? Essa foi a questão norteadora de nossa pesquisa, e que nos levou à compreensão do quanto a identidade do adolescente é forjada pela sociabilidade virtual.

Para a construção do trabalho fizemos o uso combinado de técnicas quantitativas e qualitativas de pesquisa, com o uso de questionários, delimitação de amostra, pesquisa de campo e bibliográfica, com análise de fontes secundárias, como pesquisas já realizadas sobre o tema.

Conforme Minayo (2001, p.22), a pesquisa qualitativa trabalha com o que corresponde a um “espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”, a abordagem qualitativa encontra-se no espaço dos significados das ações e relações humanas, uma dimensão que nem sempre pode ser percebida em análises quantitativas. A pesquisa em caráter quantitativo trata com valores estatísticos e pondera os resultados a partir de sua quantificação, não levando em conta a dimensão mais subjetiva ou profunda da questão. Minayo afirma também que a pesquisa qualitativa e quantitativa, apesar de terem naturezas diferentes, não se opõem e sim complementam uma a outra, “pois a realidade abrangida por elas interage dinamicamente” (2001, p. 22).

A pesquisa foi realizada em três etapas: No primeiro momento, fizemos um levantamento e mapeamento bibliográfico, caracterizando o caráter qualitativo do trabalho; depois, com o objetivo de comprovar a análise feita a partir das leituras e também descobrir

novas perspectivas, realizamos uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa, que consistiu na aplicação de um questionário semiestruturado para 60 adolescentes de uma escola da rede pública do município de Paraty/RJ. Por fim, efetuamos a análise e articulação dos dados coletados na pesquisa com as bases conceituais identificadas e discutidas no levantamento bibliográfico.

Segundo Lakatos e Marconi (2003), a análise bibliográfica traz a possibilidade de conseguir um amplo alcance de informações, além de permitir a utilização de dados dispersos em inúmeras publicações, auxiliando na construção, ou na melhor definição do quadro conceitual que envolve o objeto de estudo proposto. A pesquisa bibliográfica abrange extensamente a documentação já produzida sobre determinado assunto, e esse tipo de metodologia propicia a análise de um tema através de uma nova percepção ou abordagem, podendo produzir conclusões inovadoras.

A pesquisa de campo é de grande proveito na pesquisa qualitativa, pois, além de apresentar uma aproximação com o que desejamos conhecer e estudar, de acordo com Minayo (2001), também gera conhecimentos a partir da realidade do campo pesquisado. Através dela, é possível desenvolver um grande diálogo com a realidade. Portanto, a pesquisa de campo deve “estar ligada a uma vontade e a uma identificação com o tema a ser estudado, permitindo uma melhor realização da pesquisa proposta” (MINAYO, 2001, p. 52). A abordagem metodológica adotada buscou a incidência e frequência de um fenômeno, ao tempo que possibilitou, após a quantificação dos dados, uma compreensão particularizada das experiências vividas pelos sujeitos participantes da pesquisa.

O debate contém quatro capítulos e encontra-se organizado da seguinte forma:

No primeiro capítulo, realizamos uma análise da história do computador - desde sua forma mais grotesca até os mais modernos aparelhos portáteis - e da *internet*, como foi o surgimento desses artefatos e seu desenvolvimento até os dias atuais. Perpassamos a realidade brasileira e analisamos como as mídias digitais, que são a junção dos antigos meios de comunicação com a tecnologia do computador, afetaram e continuam afetando a vida em sociedade.

No segundo capítulo tratamos a respeito da história e definição das redes sociais virtuais, refletindo como estas passaram a ter um lugar central nas relações sociais contemporâneas. Também desenvolvemos uma análise sobre como o consumo moderno e o

incentivo a ele invade praticamente todas as dimensões da vida em sociedade, inclusive as redes sociais virtuais. Por isso, trouxemos conceitos a respeito do modo de produção capitalista e como este, desde seus primórdios, incentiva o consumo para obtenção de mais-valia. Também pontuamos como foi o processo de desenvolvimento da mercadoria como a conhecemos hoje. A sociedade de consumo, incentivada pelo capitalismo financeiro, busca influir nos desejos e necessidades das pessoas, criando assim uma sociedade reificada, onde as coisas têm mais importância que as pessoas. Nesse capítulo também abordamos como, nas redes sociais virtuais, essa dinâmica não se altera e as pessoas muitas vezes passam a fazer de si mesmas mercadorias vendáveis, através do desejo de exposição nas redes (BAUMAN, 2008).

No terceiro capítulo, trouxemos reflexões a respeito da adolescência e como esta é fruto de uma construção histórico-social, não podendo ser entendida de forma igual para todos os sujeitos. Exploramos acerca da história da adolescência no Brasil, onde estes passaram de “mini adultos” sem qualquer legislação protetiva, para sujeitos de direitos. Desenvolvemos também o tema sociabilidade e identidade, discutindo como a sociabilidade, que é gestada para muito além da categoria trabalho, pode ajudar a forjar identidades na sociedade capitalista especialmente durante a adolescência.

O quarto e último capítulo foi dedicado à análise da pesquisa de campo realizada para a produção deste trabalho. Apesar do caráter quantitativo dos questionários, suas análises mais aprofundadas trazem a dimensão qualitativa da pesquisa de campo. Ao longo do capítulo discorreremos, através de gráficos e resultados, quais foram as respostas e posicionamentos dos adolescentes entrevistados. A partir dessa análise foi possível perceber que os mesmos posicionamentos vistos nos estudos bibliográficos ao longo do trabalho, apareceram em nossa amostra. Mostrando assim, tanto a legitimidade da pesquisa quanto sua importância ao pensarmos a respeito do assunto adolescência e *internet*.

CAPÍTULO 1 - DOS MONSTROS INFORMÁTICOS DE TRINTA TONELADAS AOS SUTIS APARELHOS QUE CABEM NA PALMA DA MÃO: UMA SÍNTESE DA TRAJETÓRIA DO COMPUTADOR E DA INTERNET

1.1 BREVE ANÁLISE DA HISTÓRIA DO COMPUTADOR E DA INTERNET

Anos quarenta, 180 m² guardando trinta toneladas de painéis, válvulas, fios implexos e botões, destinados a realizar inúmeros cálculos científicos, sem telas ou teclados e necessitando de várias pessoas para fazê-lo funcionar. Esse foi o *Eniac*, primeiro computador eletrônico e digital do mundo (HAMANN, 2016). Ano 2017, alguns poucos centímetros e peso sutil, telas que comandam toda uma vida à distância de um clique e podendo ser manuseadas por qualquer pessoa para ler, telefonar, tocar música, organizar o trabalho, tirar fotos, se comunicar através das redes sociais *online*. Estamos diante da representação mais moderna e flexível da arcaica peça criada há mais ou menos setenta anos atrás, chamada computador: os *smartphones* (GUGIK, 2009).

Como em um espaço de tão pouco tempo, - se comparado aos milhares de anos que a humanidade povoa a Terra - tantas mudanças puderam ocorrer? Um dos grandes elementos responsáveis por esse fato é a informática que, segundo Gadelha (2001, p.1), trata-se de uma ciência que “desenvolve e utiliza máquinas para tratamento, transmissão, armazenamento, recuperação e utilização de informações”. O computador é a principal máquina utilizada pela informática e o desenvolvimento desta, ao decorrer dos anos, tem possibilitado a criação de computadores cada vez mais sofisticados e com melhor capacidade. Mesmo assim, temos visto as máquinas tendo seu tamanho e preços gradativamente diminuídos. Gadelha (2001) afirma que um laptop de dois mil dólares hoje, possui muito mais potência do que um computador de sessenta anos atrás, que custava dez milhões de dólares. A diminuição significativa do valor é certamente uma importante razão para a popularização da máquina.

Segundo Lévy (1999, p.31), os computadores são “calculadoras programáveis capazes de armazenar programas” e surgiram na Inglaterra e nos Estados Unidos em 1945. O

seu propósito inicial era realizar cálculos científicos para fins militares e somente depois de alguns anos começou a ser difundido para uso civil.

Os computadores ainda eram grandes máquinas de calcular, frágeis, isoladas em salas refrigeradas, que cientistas em uniformes brancos alimentavam com cartões perfurados e que de tempos em tempos cuspiam listagens ilegíveis. A informática servia aos cálculos científicos, às estatísticas dos Estados e das grandes empresas ou a tarefas pesadas de gerenciamento (folhas de pagamento, etc) (LÉVY, 1999, p. 31).

Alguns anos depois, conforme afirmam Calazans; Lima (2013), mais precisamente em 1962, surgiu a internet na forma de memorandos desenvolvida por J.C.R. Licklider, um psicólogo e cientista da computação do MIT (*Massachusetts Institute of Technology*).

Ele discutia o conceito de “Rede Galáctica”, na qual imaginava vários computadores interligados através de uma rede global, cujos arquivos e dados poderiam ser acessados por todos, em qualquer lugar do mundo (CALAZANS; LIMA, 2013, p.2).

Em 1965, dois computadores foram conectados pela primeira vez através de uma linha discada, e assim criou-se a primeira rede de computadores do mundo. Dessa forma, foi comprovado que “os computadores poderiam trabalhar juntos rodando programas e recuperando dados a partir de máquinas remotas” (CALAZANS; LIMA, 2013, p.2). Pouco tempo depois o governo americano construiu e financiou um projeto com o propósito de interligar as bases militares e departamentos de pesquisa americanos de forma protegida, no contexto da Guerra Fria.

Conforme afirma Castells (2003), a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) foi desenvolvida pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos no ano 1958, a fim de angariar meios para viabilização de pesquisa com o propósito de conseguir superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética. Dessa ação, resultou o desenvolvimento da *Arpanet*, que foi uma rede de computadores criada pela ARPA e pode ser considerada como a precursora da internet.

A Arpanet não passava de um pequeno programa que surgiu de um dos departamentos da ARPA, o Information Processing Techniques Office (IPTO), fundado em 1962 com base numa unidade preexistente. O objetivo desse departamento, tal como definido por seu primeiro diretor, Joseph Licklider [...], era estimular a pesquisa em computação interativa (CASTELLS, 2003, p. 14).

A *Arpanet* trabalhava para viabilizar o contato e compartilhamento *online* dos diversos centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência. A partir dos anos 1970, o microprocessador – que pode ser definido como uma unidade de cálculo aritmético e lógico dentro de um chip eletrônico e que reúne todas as funções do processador central – passou a ser desenvolvido e comercializado e isso foi um grande pontapé para a dimensão econômica e social do computador (LÉVY, 1999). Através disso, deu-se início a um novo momento na indústria, onde linhas de produção, máquinas, as comunicações, diversos setores de serviços e etc., foram automatizados. Desde então, não houve mais volta: a informática foi, aos poucos, ganhando quase todas as esferas da sociedade. Lévy (1999) diz que a partir desse momento, a visão das atividades econômicas passou a ser os ganhos de produtividade através de computadores, redes de dados, aparelhos eletrônicos, etc.

Através do microprocessador, tornou-se possível a criação do computador pessoal, mais conhecido como microcomputador. Segundo Gadelha (2001), o primeiro modelo, o *Apple I*, foi desenvolvido em 1976 pelo americano Stephan Wozniak, e só se tornou conhecido porque Steve Jobs influenciou Stephan a comercializá-lo. Com o tempo, novos microcomputadores foram sendo elaborados e ficando mais potentes. Por causa disso, os computadores foram desfocando de sua função de processamento de informações das empresas e dos programadores profissionais para, de acordo com Lévy (1999), ser transformado em um dispositivo de criação de textos, imagens e músicas, de organização de planilhas, de simulação de programas e ferramentas, de diversão através de jogos e diversas outras funções.

Concomitantemente, na década de 70, o governo americano disponibilizou o acesso à rede de internet por universidades e instituições de pesquisa. A partir daí, a internet cresceu de tal forma que tornou-se uma rede mundial, em que pessoas de qualquer parte do mundo podiam se conectar de qualquer lugar com o objetivo de busca e troca de informações. De acordo com Gadelha (2001), nos anos 1990 surgem computadores mais elaborados,

reunindo fax, modem, secretária eletrônica, *scanner*, *drive* para *CD-ROM* e acesso à internet. Os *laptops* se popularizam também na década de 1990, marcando cada vez mais a tendência de miniaturização da tecnologia. Lévy (1999) afirma que os processadores ficam a cada ano mais potentes, mais baratos e menores.

A informática perdeu, pouco a pouco, seu status de técnica e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão. [...] Os microprocessadores e as memórias digitais tendiam a tornar-se a infraestrutura de produção de todo o domínio da comunicação. Novas formas de mensagens “interativas” apareceram: este decênio viu a invasão dos videogames, o triunfo da informática [...] e o surgimento dos hiperdocumentos (LÉVY, 1999, p.32).

Neste mesmo período ocorre o *boom* da internet, que é definida por Gadelha (2001) como a rede mundial de computadores composta por redes interligadas, não pertencente a nenhum governo ou empresa. Através dessa dinâmica, surgiu o termo *ciberespaço*, criado em 1984 pelo escritor americano William Gibson. Conforme afirma Lévy (1999), *ciberespaço* é o meio de comunicação resultado da interconexão mundial dos computadores e diz respeito ao grande universo de informações, usuários que acessam e o alimentam, além da estrutura material da comunicação digital. Ao trocar informações, compartilhar arquivos e dados, publicar qualquer assunto na internet, quem o faz está fazendo parte do *ciberespaço*. Este é gestado na interação entre as pessoas por intermédio de tecnologias multimídia.

Estar no *ciberespaço*, de acordo com Martino (2015), significa navegar entre documentos, páginas, informações, imagens e etc. O *ciberespaço* se revela através de algum tipo de *interface*, seja computador, celular, tablet, ou qualquer outro dispositivo. Com este, cria-se a *cibercultura*, definida pelo autor como um *mix* de técnicas, práticas, modos de pensamento que se desenvolvem juntamente com o crescimento do *ciberespaço* (LÉVY, 1999).

Castells (2003) afirma ainda que, no início dos anos 90, a *Arpanet* já se encontrava com a tecnologia ultrapassada e pouco tempo depois, o governo dos EUA já tendo liberado a internet do âmbito militar, o caminho para a privatização dessa tecnologia foi rápido.

No início da década de 1990 muitos provedores de serviços da Internet montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais. A partir de então, a Internet cresceu rapidamente como uma rede global de redes de computadores. [...] Nessas condições, pôde se expandir pela adição de novos nós e a reconfiguração infinita da rede para acomodar necessidades de comunicação. (CASTELLS, 2003, p. 15)

Apesar de seu significativo papel nesse processo, a *Arpanet* não foi a única fonte de *internet* da forma como conhecemos atualmente. Castells (2003, p.15) afirma que a *internet* hoje também é produto de uma “tradição de base de formação de redes de computadores”. No início da década de 1990, nasceu o *World Wide Web (WWW)* onde através de um simples “clique” conseguia-se acessar os mais diversos tipos de dados e conteúdos. O *WWW* viabilizou a transmissão de imagens, som e vídeos pela rede. Assim, a *internet* ficou cada vez mais popular entre os usuários caseiros e começaram a surgir empresas de provedores de acesso à ela. Gadelha (2001) afirma que no ano de 1994 a *internet* ganha uma nova dimensão: a de comercialização de produtos e serviços. Esse ano demarca o começo do comércio eletrônico.

A partir de 1995, a *internet* e outras mídias digitais, passam a conquistar espaços cada vez maiores no cotidiano, espalhando-se através não só do computador em si, mas posteriormente, através de celulares, *smartphones*, *tablets* e outros. O cotidiano se conecta.

1.2 A INTERNET NO BRASIL E A POPULARIZAÇÃO DOS SMARTPHONES

Calazans; Lima (2013) destacam que o início do uso da *internet* no Brasil aconteceu em 1989 através da Rede Nacional de Pesquisas (RNP) para o ambiente acadêmico, mas aos poucos o Ministério de Ciência e Tecnologia passou a difundir o uso da rede em território nacional. Até 1995, a Embratel era o único provedor de *internet* no país. Depois que acabou seu monopólio, muitas empresas começaram a lançar-se no mercado. Embora ainda existam diversos locais no país que a rede ainda não chegou, ou chegou com pouquíssima qualidade.

Em 1996, eram 300 mil brasileiros utilizando a *internet*. No final dos anos 1990, o país já contava com 6,8 milhões de usuários. Nesse contexto, o computador muda de figura e com os anos, foi descentralizado como único representante da *internet*, pelas novas tecnologias. Atualmente, de acordo com a 12ª edição da pesquisa TIC Domicílios realizada pelo Comitê Gestor da *Internet* no Brasil (CGI BR, 2016), que mede a posse, uso, acesso e hábitos do brasileiro em relação às tecnologias de informação, revelou que mais de 100 milhões de brasileiros, possuem acesso à *internet*. Isso significa 68% da população. No ano de 2015, a pesquisa registrou 58% de brasileiros usuários da *internet*, isso significa um rápido aumento e alcance da rede no país. Em menos de vinte anos, o número de usuários da rede aumentou em mais de mil por cento.

A *internet* atingiu as massas e passou a atravessar a rotina das pessoas através da utilização de diversos dispositivos. Dentre eles, o aparelho celular é o mais popular. As tecnologias móveis têm se desenvolvido em larga escala e os *tablets* e *smartphones* estão hoje no foco dessas tecnologias. A dinâmica da informática continua a mesma ao longo do tempo: mais tecnologia por menor tamanho e preço. Dessa forma, esses aparelhos têm funcionado como verdadeiros computadores de bolso, onde suas aplicabilidades no cotidiano têm estado cada vez mais indispensáveis. Seja em ambiente familiar, social ou de trabalho, muitas são as funções, como o entretenimento, contato com outras pessoas através de redes sociais *online*, criação de documentos, movimentações financeiras, dentre outras inúmeras possibilidades.

Os primeiros estudos relacionados à telefonia celular datam dos anos 1940 nos Estados Unidos. Nessa época, já existia a telefonia fixa e conforme afirma Mantovani (2006), a revolução da telefonia sem fio começou com o desenvolvimento de microprocessadores de baixo custo e com a digitalização das linhas de comunicação das redes de telefonia (*digital switching*). Através de um sistema de alta capacidade que utilizava várias antenas interligadas – cada uma em sua área agiria como uma célula, e assim surgiu o termo “celular” – os laboratórios Bell desenvolveram em 1947 o primeiro celular.

Poucas décadas depois, a telefonia móvel começava a chegar à população norte-americana e havia uma enorme lista de espera para aquisição de linhas móveis de celular.

No ano de 1976, apenas 545 clientes localizados em Nova Iorque possuíam o sistema Bell de telefonia móvel, havendo uma lista de espera com mais de três mil consumidores. Apesar da crescente demanda por telefones celulares nos EUA, foram

necessários alguns anos para que eles se tornassem comerciais (MANTOVANI, 2006, p. 51).

O primeiro celular comercial foi elaborado em 1983, pesando quase um 1kg e um ano depois já estava disponível aos consumidores. Com o passar dos anos, as tecnologias foram sendo aos poucos refinadas e a transição da tecnologia analógica para a digital, constituiu um importante papel nas maiores mudanças no mundo da telefonia móvel. Com o acesso mais facilitado, a venda de aparelhos e a assinatura de planos de telefonia colaboraram para os celulares tornarem-se um produto altamente popularizado no mercado mundial.

Segundo Mantovani (2006), as mudanças nas funcionalidades dos celulares é que colaboraram para sua intensa difusão. Mensagens de texto, calendário, calculadora, despertador, armazenamento de chamadas, joguinhos, dentre outras coisas, foram fundamentais na conquista do público. Outros elementos adicionados ao celular no decorrer do tempo foram fundamentais para este se tornar um acessório indispensável para muitas pessoas: as telas coloridas, aplicativo de músicas, ver vídeos, tirar fotos e etc. Já faz tempo que os telefones celulares abandonaram sua função de meros instrumentos de comunicação por voz. Atualmente, carregam diversos serviços que auxiliam as pessoas em seu dia-a-dia.

O primeiro celular considerado um *smartphone* – celular com altíssima tecnologia, oferecendo recursos avançados semelhantes aos de um *notebook* – surge no início dos anos 90, desenvolvido pela IBM. Segundo McCarty (2011), o aparelho possuía tela sensível ao toque e um teclado que possibilitava ao usuário enviar mensagens de *fax*, *e-mails* e etc. Apelidado de *Simon*, o dispositivo não fez sucesso e somente nos anos 2000 é que o termo *smartphone* foi usado pela primeira vez, pela empresa *Ericsson* ao lançar o aparelho R380. Mas, o seu concorrente – Nokia 9000 *Communicator* – é que ficou conhecido como o primeiro *smartphone* mais vendido.

De 1996 até 2011, de acordo com Coutinho (2014), o sistema operacional da Nokia foi líder de mercado dos *smartphones*, perdendo a liderança para o novo sistema *Android* – pertencente ao *Google*. Em 2007, porém, a *Apple* lança o primeiro *smartphone* da empresa, chamado *iphone*. Esse aparelho revolucionou com um formato de aplicativos e aparelhos que fazem sucesso até hoje.

Um aparato tecnológico que se molda de forma praticamente simbiótica com o seu usuário, estendendo sua capacidade de se comunicar e, em consequência, influenciando e modificando a cultura até então estabelecida (McLuhan, 1999, *apud* Coutinho, 2014, p. 16).

O sucesso dos *smartphones* se diferencia de outros dispositivos móveis por causa de sua característica portátil, oferecendo aos seus usuários uma mobilidade tal, que nenhum outro aparelho consegue (apesar de se aproximarem). Dessa forma, na atualidade, o celular pode ser considerado como uma própria extensão do homem, carregando histórias, memórias, possibilitando trocas e diálogos instantâneos, enfim, dinamizando seu cotidiano de forma a fazer com que a própria noção de tempo seja relativizada.

1.3 NOVAS PERSPECTIVAS: A ERA DAS MÍDIAS DIGITAIS

Segundo Martino (2015), a palavra “mídia” na língua portuguesa é uma apropriação da pronúncia do termo “*media*” em inglês. A palavra é o plural de “*medium*”, que significa “meio” em latim. Assim, conforme Lévy (1999), a mídia significa o meio ou veículo de uma mensagem. Apesar de a palavra “mídia” já ser plural, convencionou-se chamar no Brasil “mídia” ou “mídias” para definir o conjunto dos meios de comunicação. Televisão, rádio e cinema são exemplos de mídias, inclusive a *Internet*, que é central na discussão desse trabalho.

Os meios de comunicação de massa surgiram no século XIX trazendo algo totalmente novo para a sociedade moderna: “Uma atuação marcada pela rapidez e regularidade de conteúdos, formatos e informações junto a um vasto público” (SALES, 2011, p.34). Os meios de comunicação estabeleceram no mundo ocidental moderno, que vivia a emergência da sociedade industrial, formas de organizações próprias e se tornaram capazes de interferir nas representações que a sociedade tinha sobre si mesma. Sales (2011) pontua que as notícias começaram a ser propagadas através da articulação – até então nunca vista - entre texto, som e imagem. Primeiro, através do cinema, onde passava-se uma breve sessão de notícias antes dos filmes e depois de forma abrangente por meio da televisão, no século XX.

O surgimento não só da televisão e cinema, mas também da fotografia, depois a *internet*, dentre outros, permitiu uma ampliação nunca antes vista na maneira como as informações eram produzidas e armazenadas. Martino (2015, p. 214) diz que antes disso, “[...], uma das poucas mídias disponíveis para o registro de qualquer ideia, [...] verbal, sonora, visual ou qualquer outro tipo, era a escrita”. Os impactos gerados a partir dessa nova realidade dos meios de comunicação foram centrais no processo de estabelecimento das características principais da sociedade moderna.

Durante seu surgimento e até muito tempo depois, as mídias possuíam características exclusivas e não tinham ligação umas com as outras, basicamente operavam de forma isolada. Cada uma tinha seu “sistema”, sua forma de funcionar e o suporte que era necessário para isso. As chapas fotográficas, películas de filmes, gravação de sons, mensagens através do rádio, televisão, etc., não havia semelhança no suporte material de cada meio de comunicação. Por isso, cada meio possuía sua linguagem e forma específica de ser utilizado, conforme suas capacidades (MARTINO, 2015).

Essa realidade começa a tomar novo rumo na segunda metade do século XX. É nessa época que ocorre a junção dos meios de comunicação com o computador. Hoje em dia é difícil pensarmos nesses dois elementos separadamente, mas até pouco tempo atrás não havia ligação entre eles. Portanto, o resultado da junção entre os antigos meios de comunicação e o computador foi a criação do que conhecemos como novas mídias ou mídias digitais. Essas mídias são marcadas pelo fato de terem o computador como suporte material principal.

A aplicação das potencialidades matemáticas do computador às características de produção e à linguagem dos meios de comunicação teve como resultado uma alteração nesses dois domínios, reunindo-os em um só – a nova mídia (MARTINO, 2015, p. 212).

A queda nos preços, a diminuição do tamanho e mais facilidades na produção e operação do computador fizeram com que houvesse uma grande expansão do seu uso, partindo para outras áreas, desde as artes até as grandes indústrias. Dessa forma, Martino (2015) fala sobre a “computadorização da cultura”, onde não apenas são criadas novas formas culturais gestadas a partir do computador, como realidade virtual, *games*, redes sociais e etc., mas também são redefinidas as já existentes. Atualmente, por exemplo, não fazem filmes e

séries sem editá-los através de um programa de computador; fotografias não precisam mais de um escritório em luz vermelha para serem reveladas: qualquer um tira fotos, seja por celular ou câmera, e a visualiza nas telas a hora em que desejar. E se quiser ter a foto física em mãos? O computador, ligado a uma impressora, faz esse trabalho. A mídia passou a ser propagadora das artes, do divertimento e do espetáculo (SALES, 2011).

Essa realidade ultrapassou os limites dos meios de comunicação e outras tecnologias e mergulhou com tudo na vida em sociedade, atingindo diversas classes e grupos sociais. Atividades simples do dia a dia passam a depender, muitas vezes e de várias formas, de um computador. Seja este em sua forma tradicional ou em *smartphones* e *tablets*. Sales (2011) versa a respeito de como a mídia possui a capacidade de integrar as massas através da cultura, mesmo que na maioria das vezes faça isso de forma padronizada. É importante salientar que a socialização de informações é algo de muita importância dentro do Brasil – especialmente através da televisão, rádio e acrescento aqui a *internet* - que, conforme as palavras da autora, se constitui num país de iletrados, com elevados índices de analfabetismo e longas distâncias.

Deste modo, aqueles que moram longe dos grandes centros urbanos ou não possuem tanta formação escolar ou acadêmica podem ter acesso ao mesmo tipo de informação que os outros. Porém, deve ser destacado que essa dinâmica não acontece da mesma forma, pois ainda existem partes do país que o sinal digital da televisão ou a internet são precários ou sequer chegaram. Conforme indica a pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros realizada pelo Comitê Gestor da *Internet* no Brasil (CGI BR, 2016), 79% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet. Porém, as regiões centrais e mais ricas, a exemplo do Sudeste e Sul, possuem 82% dos domicílios conectados, enquanto a região Norte, mais afastada, possui apenas 54% e o Nordeste um pouco mais, com 74% de casas com acesso à internet. Entretanto, a televisão preenche de forma quase uniforme todas as regiões brasileiras, estando presente em 95% a 98% das residências em todo país.

É importante também pensar a respeito de outra dimensão das mídias digitais: o risco da massificação e do isolamento social. Sales (2011) destaca as ideias defendidas pela corrente crítica, em especial as defendidas pela Escola de Frankfurt, em que se afirma que o consumo midiático moderno pode ter como resultado a perda da capacidade crítica e o abandono da esfera pública, fazendo com que o computador e a televisão sejam a definição de

mundo de muitos. A autora destaca que é importante a perspectiva crítica a respeito da mídia, mas é também necessário pensar que a experiência de cada um diante dos meios de comunicação pode ser dada de forma diferenciada, dependendo do tipo de programa que acessa ou assiste, a regularidade, duração e capacidade de percepção crítica individual. Cada um recebe e processa o que vê, ouve ou lê a partir de si mesmo e de sua história “e, com isso, têm a chance de realizar balanços, mesmo que pequenos, acerca do que é veiculado/lido” (SALES, 2011, p. 43). O que vivemos hoje nos massifica, nos padroniza, mas ainda assim, é perpassado por nossas experiências anteriores, valores e ideais.

As transformações que resultaram da junção entre os meios de comunicação e o computador se espalharam de forma rápida pelo cotidiano, conquistando cada vez mais espaços e a nova mídia passou a fazer parte intrínseca da vida. Martino (2015, p.9) registrou que quanto mais triviais as mídias se tornam, mais alcançam níveis de importância dentro da vida em sociedade, “se sua articulação com o cotidiano atinge um nível muito alto, a própria vida se transforma. Não pela mídia em si, mas pelas relações humanas ligadas a ela”. As mídias digitais ganharam uma dimensão tal na vida humana, que estas alteram a forma como o ser humano enxerga a si mesmo, seus relacionamentos, problemas e etc. Desde ações mais simples até assuntos muito complexos, grande parte da vida humana é ligada às relações articuladas através das mídias digitais. As mídias a que cada sociedade tem acesso, modificam o modo como pensam, vivem e estabelecem a realidade.

Meyrowitz (1986 *apud* MARTINO, 2015), diz que a mídia pode ser definida por três características: como um canal para levar informações de um local a outro; como uma linguagem, porque cada meio de comunicação possui características que interferem no que é transmitido; e como um ambiente, onde as pessoas estão sempre envolvidas. Então, a mídia é ao mesmo tempo uma transportadora de informações, um “local” onde os meios de comunicação possuem características específicas e linguagem própria que interferem diretamente na mensagem transmitida e que se inserem, de diversas formas e o tempo todo, no cotidiano das relações sociais, mudando a forma como a sociedade se articula. Isso se dá de várias maneiras, por exemplo, a troca praticamente imediata de informações através dos meios de comunicação abrem possibilidades infinitas de contato e relações por todo o mundo.

É o que McLuhan (1975) chama de “aldeia global”, como se o mundo, através dos meios de comunicação se tornasse uma grande aldeia com interdependência eletrônica. Esse

mesmo autor vai dizer que a forma como as mídias digitais apresentam o conteúdo – seja através dos *pixels* de uma tela, fluxo de imagens, sons projetados junto a movimentos de imagens – faz com que as pessoas conheçam a realidade de maneiras diferenciadas e portanto, seu contato com essa realidade é também mudado.

Interagir, no caso, é utilizar instrumentos digitais para existir virtualmente em lugar nenhum. A interação [...] é a ligação entre os seres humanos via extensões tecnológicas responsáveis por formar um corpo de pixels acoplado ao corpo biológico [MARTINO, 2015, p. 196].

Um exemplo claro da mudança das mídias na forma como a sociedade se articula, é a noção de espaço público *x* privado. Cada vez mais as possibilidades de interação virtual transportam a vivência pública para particular. Por exemplo, antigamente a experiência da música era algo vivido em comunidade, porque esta só existia “ao vivo”. Com a invenção dos discos foi possível trazer a música para dentro do lar e experimentá-la de forma pessoal e no seio familiar. Mesmo com as evoluções tecnológicas, até pouco tempo essa experiência ainda era vivida no espaço privado do lar, através dos aparelhos de som. Com o advento das mídias digitais e seus aperfeiçoamentos, a música pulou dos aparelhos de som para preencher cada vez mais os fones-de-ouvido, propiciando assim a mais privada das experiências ao ouvir uma música.

Inversamente, também vemos o quanto a sociedade atual, a partir das mídias e redes, publiciza aquilo que deveria ser particular das pessoas. As experiências individuais são compartilhadas coletivamente não mais com o intuito de socializar, mas de espetacularizar os acontecimentos vividos. As narrativas individuais precisam de validação pública.

As mídias digitais possibilitaram a sociabilidade mediada pelo computador ao expandir cada vez mais o uso da internet na sociedade. Através do computador, que cada vez mais tem facilitado o acesso fácil e rápido a diversos tipos de tecnologia, por conta de seus programas, aplicativos e formas (*smartphones, tablets, etc*). Em maior ou menor escala, as pessoas têm incluído – ou sido “obrigadas” a incluir – a tecnologia em suas vidas. Novas formas de uso do computador e da internet também foram sendo criadas e adaptadas, e dentro dessa realidade é possível destacar a criação de *sites* com o objetivo de estabelecer comunicação entre as pessoas, sem que estas precisassem estar próximas para isso.

Por alguns anos, o e-mail foi a única forma de comunicação via *internet*, mas com o passar do tempo, outros mecanismos foram sendo elaborados, como os *sites* de relacionamento, as chamadas redes sociais virtuais. Estas, em larga medida, alteram a dinâmica da vida em sociedade ao trazer algo totalmente novo: a possibilidade de interação, comunicação e discussão sem precisar estar ao lado de alguém para isso. A utilização desse mecanismo possibilita a transposição entre o físico e o *online*, transformando as interações virtuais semelhantes, ou até mais profundas em alguns casos, do que as relações desenvolvidas *offline*. Porque afinal, quem utiliza as redes virtuais são pessoas e estas estão envolvidas nas redes do mundo físico e o envolvimento entre os dois ambientes acabam sendo inevitáveis.

CAPÍTULO 2 - INTERAÇÃO E CONSUMO NAS REDES SOCIAIS

2.1 AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

A humanidade decidiu viver em comunidade desde os seus primórdios. E ao longo do tempo, essa tem sido essa prática: do contexto familiar, às igrejas, clubes, escolas, associações, etc., as pessoas se juntam com outras que possuem ao menos algo em comum. Martino (2015) afirma que a raiz da palavra “comunidade” é a mesma de “comum” e também de “comunicação”, interpretando como “aquilo que pode ser compartilhado”. As redes sociais existem através de vínculos estabelecidos a partir de interesses comuns. Troca de informações, compartilhamento de ideias, identificação pessoal, que tem como resultado muitas vezes, além da interação social, também o envolvimento em assuntos políticos, sociais, culturais, dentre outros.

O estudo das redes foi introduzido inicialmente por matemáticos, mas posteriormente estendeu-se a diferentes áreas das chamadas Ciências Sociais, a fim de explicitar as formas e tipos de relações entre as pessoas. Recuero (2011) elucida a respeito da utilização, pela primeira vez, da metáfora da rede como princípio de uma abordagem científica pelo matemático Leonard Euler. Ele criou o primeiro teorema da teoria dos grafos. Esse foi o resultado de uma pesquisa realizada numa pequena cidade prussiana, onde havia sete pontes e os moradores tentavam atravessar a cidade cruzando todas as sete, sem passar mais de uma vez por cada uma. Euler prova que é impossível, montando um teorema com as partes terrestres (nós ou pontos) e as pontes (arestas ou conexões).

Portanto, um grafo é a representação de uma rede, formado por pontos e conexões que ligam esses pontos. A autora destaca que esse tipo de representação de rede pode ser usado como exemplo para vários sistemas, inclusive pessoas e suas interações podem ser também analisados por meio de uma rede ou grafo. A partir dessa concepção, a teoria dos grafos ganha lugar dentro das Ciências Sociais. Recuero (2011) define rede social através do conjunto de dois elementos: atores e suas conexões. Os atores podem ser definidos como pessoas, instituições ou grupos e as conexões como as interações sociais vividas entre esses.

A autora afirma que a abordagem de rede também é muito importante para a análise das dimensões sociais do *ciberespaço*. Analisar as redes sociais virtuais ou *online* “é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço” (RECUERO, 2011, p.21), e através de uma análise estrutural entender a dinamicidade dos elementos que compõem grupos sociais dentro da realidade virtual. As redes sociais são compostas por atores e suas conexões, porém, quando trata-se das redes sociais virtuais, os atores nem sempre podem ser identificados facilmente dentro do contexto *online*, pois existem muitas representações identitárias no espaço da internet. Dessa forma, um ator pode ser identificado através de um *blog*, uma conta no *Facebook*, por um perfil no *Twitter* e etc. A autora afirma que as conexões, ou seja, as interações sociais entre os atores, alteram a forma como os grupos se estruturam dentro da rede.

Recuero (2011) destaca que redes são metáforas estruturais e através delas é possível analisar agrupamentos sociais a partir de sua estrutura. As redes sociais virtuais também possuem estruturas, que são estabelecidas a partir dos laços sociais construídos pelos atores. Paul Baran (1964 *apud* RECUERO, 2011) mostra que as redes sociais têm, basicamente, três topologias possíveis: centralizada, descentralizada e distribuída. A primeira trata-se da rede onde o nó centraliza a maior parte das conexões; a segunda é a rede que possui vários centros, não sendo mantida por um único nó; por último, a rede distribuída é a que todos os nós possuem quase a mesma quantidade de conexões. De acordo com o autor, esse modelo representaria de verdade o que é uma rede, embora os outros dois também sejam considerados modelos de rede. Uma mesma rede pode carregar também aspectos de vários modelos, não apenas um modelo fixo.

Redes sociais não são inertes. Devido às interações que ocorrem dentro delas, ao longo do tempo ocorrem constantes modificações que alteram sua dinamicidade. E segundo Recuero, os três modelos de rede descritos acima, também podem ser encontrados em redes sociais virtuais. Estas são um instrumento poderoso para disseminar ideias através das suas possibilidades de compartilhamento de dados, informações, textos, arquivos, fotos, vídeos, etc.

Boyd e Ellison (2007 *apud* RECUERO, 2011) definem *sites* de redes sociais como sistemas onde há a construção de uma pessoa por meio de um perfil ou página pessoal, interação através desses perfis e exposição pública de cada usuário. Esse tipo de comunicação mediada pelo computador cria formas de individualização, personalização e exposição de

cada perfil pessoal e construção de comunicabilidade entre os usuários/atores. As estruturas das redes sociais virtuais nos permitem perceber sua dimensão binária: existem aquelas que podem ser identificadas pelos atores através de seguidores, lista de amigos, etc. e não existe uma dimensão bem clara de envolvimento e comunicação. Exemplo desse tipo é a rede *Instagram*, que embora permita interação entre seus usuários através de comentários e mensagens diretas, tem como característica primordial que os seguidores vejam as fotos ou vídeos postados pelos perfis seguidos. E há aquelas redes que realmente existem para e através da interação e conversação dos atores, a exemplo do *WhatsApp*. Porém, é importante salientar que os sites de redes sociais não são, em si, redes sociais.

Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes (RECUERO, 2011 p.103).

A partir dos usuários é que são estabelecidas as relações sociais. Um site de relacionamento sem envolvimento de pessoas, continua sendo apenas um site. A comunicação mediada pelo computador produziu, com o passar do tempo, novas formas de relações sociais que fizeram com que a sociedade formasse novos padrões de interação e organização sociais. Com o advento da *internet*, a capacidade humana de estabelecer comunidades se expandiu a dimensões até então desconhecidas. Redes sociais virtuais, ou comunidades *online*, podem ser definidas como “teias de relações pessoais” dentro do *ciberespaço* e são estabelecidas quando pessoas mantêm contato e/ou conversa durante um período longo de tempo (MARTINO, 2015).

As redes sociais na internet necessitam de laços de interesse para serem estabelecidas, assim como nas redes sociais “concretas”, do dia a dia. As redes sociais estabelecidas virtualmente ganham força por conta de informações, intenções, sentimentos e conhecimentos compartilhados. Martino afirma que a interação humana é a principal razão de existência das comunidades virtuais, mesmo sem coincidência geográfica ou contato físico. As relações humanas em seu contato físico, pessoalmente, sempre foram limitadas pelo espaço geográfico. As dificuldades de locomoção nas épocas passadas determinavam com quem e onde alguém se relacionaria. A comunicação à distância existia através das cartas e mensageiros, mas de uma maneira muito demorada e dificultosa. A *internet* muda esse quadro,

rompendo com as barreiras de espaços entre os usuários das redes e interligando pessoas de um lado a outro do mundo à distância de um clique.

À medida que a *internet* foi instaurando sua popularidade em meio à sociedade, os *sites* de relacionamento caíram no “gosto do povo” e em menos de 20 anos, houve um grande *mix* de diferentes tipos de redes *online*. A utilização de *tablets* e *smartphones* associada ao uso das redes é um importante fator para a constante quebra dessas barreiras entre o físico e o *online*. As interferências entre esses dois ambientes são praticamente inevitáveis.

No ciberespaço, em vez de vozes e gestos, a interação acontece a partir de *pixels* em uma tela e sons eletronicamente compartilhados. Isso não torna a comunicação entre as pessoas menos autêntica se comparada com uma interação *face a face*. Comunidades virtuais não são melhores ou piores do que os agrupamentos humanos no espaço físico (MARTINO, 2015, p. 45).

Atualmente, o sistema com a maior quantidade de usuários no mundo é o *Facebook*. Originalmente *Thefacebook*, foi um sistema desenvolvido por Mark Zuckerberg quando estudava em Harvard. Segundo Recuero (2011), o objetivo do sistema era desenvolver uma rede de contatos entre os alunos que estavam saindo do ensino médio e os que entravam na universidade. Para participar do sistema, era necessário ser membro de alguma das instituições conveniadas, primeiro disponibilizada aos alunos de Harvard e, posteriormente, para as escolas secundárias. A rede social foi lançada em 2004 e segundo o próprio site, em um levantamento realizado no início de 2016, 102 milhões de brasileiros acessam a plataforma todos os meses, e esse número corresponde a 45% de toda a população do país, de acordo com o IBGE.

Martino (2015) diz que no espaço das redes sociais virtuais, as ligações entre os indivíduos tendem a ser rápidas, de acordo com uma necessidade momentânea e desfeitas no momento seguinte. Os vínculos flexíveis da rede são assim: podem ser mudados a qualquer instante, de acordo com os participantes e suas características e interesses. Nas redes não existe necessariamente a necessidade de se manter vínculos duradouros. Na família, trabalho, igreja e outras relações, há dimensões mais duradouras, o que geralmente não acontece no meio virtual.

Primo (2003) diz que as redes sociais virtuais podem ser classificadas como redes emergentes ou redes de filiação. As emergentes são aquelas que possuem mutualidade entre seus membros, são centradas na interação e dessa forma geram pertencimento relacional, fazendo com que os usuários da mesma rede sintam-se verdadeiramente como parte dela. A interação é bem maior e mais presente. A rede de filiação, porém, não precisa de laços sociais entre os usuários, mas dá a possibilidade para que isso aconteça. Esse tipo é baseado na relação de identificação e pertencimento que aquele membro possui com a rede, não precisando que exista qualquer tipo de interação para fazer parte dela. Mas a possibilidade de desenvolver laços sociais é grande nesses espaços, pois podem ser gerados a partir da identificação de contextos divididos pelos indivíduos e vividos pelos mesmos. Esse é um tipo de rede mais estável, por exemplo a lista de pessoas que alguém segue no *Twitter* ou *Instagram*. Quando alguém segue outra pessoa, não necessariamente pressupõe algum tipo de relação mútua (conversas, curtidas e comentários de ambos).

Tanto as redes emergentes quanto as de filiação podem estar presentes numa mesma rede, não existe necessariamente uma separação. Tanto o *Twitter* quanto o *Instagram*, por exemplo, possuem também a possibilidade de criação de laços sociais. Primo (1997) questiona a respeito da impessoalidade da internet e como um laço social pode se desenvolver nesse espaço. Ele destaca que para alguns estudiosos do assunto, esses laços sociais formados nas redes virtuais realmente existem e podem ser tão resistentes como nas relações reais. Outros estudiosos pensam a respeito de como isso pode interferir na fragilidade dos laços do mundo “real”. Apesar disso, as duas correntes acreditam que tanto a intimidade quanto a comunicação são importantes para qualquer relacionamento, quer virtual, quer não.

A sociabilidade vivenciada dentro das redes pode alterar de maneira significativa a forma como os indivíduos veem a si mesmos e aos outros. Este espaço pode tornar-se um local tanto para desenvolver fortes relações quanto para potencializar preconceitos e maus comportamentos. Primo (2003) destaca que por se tratar de um fenômeno recente, as comunidades virtuais trazem mais desafios que respostas para seus estudiosos atualmente.

2.2 A CONDIÇÃO DO SUJEITO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Como discutimos nos itens anteriores, as relações sociais na sociedade contemporânea são permeadas pelas novas tecnologias. As mídias digitais ocupam um lugar central nas experiências cotidianas. Conforme afirma Martino (2015), essas mídias foram apropriadas pelos indivíduos e grupos, comunidades e sociedades como componente intrínseco de suas vidas, influenciando a afetividade, vida profissional, diversão, relacionamentos. Por isso, é importante pensar em como o homem se constitui a partir das relações sociais permeadas pelas novas tecnologias.

Silva (2011) destaca que atualmente vivemos numa sociedade ditada pelo capitalismo financeiro e este ocasionou e continua a determinar mudanças e alterações na política, economia, cultura e na vida social. A terceira Revolução Industrial guarda estrita relação com essa dinâmica, pois envolveu o desenvolvimento de tecnologias que rapidamente cresceram, aumentando a concorrência entre os países desenvolvidos, incluindo os países subdesenvolvidos através das transnacionais em que se tinha a oportunidade de mão-de-obra e matéria-prima barata. A fase financeira do capitalismo teve seu início no cenário de disputa entre os Estados Unidos e a União Soviética; essa disputa hegemônica gerou muito progresso para a tecnologia. O exemplo mais emblemático disso foi a criação do computador.

A sociedade atual, então, continua sendo permeada pela dinâmica do capitalismo e ganha novos contornos nessa era informatizada, aprofundando ainda mais os antagonismos ocasionados por esse sistema econômico, por que essa é uma época, segundo Silva (2011), caracterizada por uma sociedade com constante surgimento de novos tipos de consumo, propagação incessante de marketing e propaganda, que chega às pessoas através da televisão e meios de comunicação cada vez mais rápidos, como a *internet*.

Bauman (2008) afirma que o consumo é algo inseparável da sobrevivência biológica dos seres humanos e faz parte definitiva e permanente de todas as formas de vida. Ele faz uma diferenciação entre consumo e consumismo. O primeiro é basicamente uma característica e atividade dos seres humanos como indivíduos, um ato vital, sempre presente na vida das sociedades. Já o consumismo é um atributo da sociedade, não tratando-se de algo

natural, por isso, para que uma sociedade alcance esse atributo é necessário fazer com que os desejos individuais mais profundos sejam alienados dos indivíduos e reificados a um estilo de vida que é padronizado em suas maneiras de ser e relacionar, criando assim uma “sociedade de consumidores”, que manipula as probabilidades de escolha e conduta individuais (BAUMAN, 2008, p.41), e onde todos são influenciados a desejar, pensar, se vestir e ser de uma mesma maneira.

De acordo com Braz; Netto (2006, p.64) “o consumo é o processo no qual um bem é utilizado para a satisfação de uma necessidade determinada”. O consumo, como compra, procura, aquisição e utilização de bens e serviços que satisfaçam as necessidades e desejos são consideradas muito importantes pelas pessoas na sociedade contemporânea e às vezes até como centro de suas vidas (CAMPBELL, 2006). O autor afirma que o consumo moderno está mais comprometido em satisfazer vontades em vez de atender a necessidades. As necessidades costumam ser objetivamente estabelecidas, mas as vontades e desejos estão no campo da subjetividade. Campbell (2006, p. 49) declara:

O consumismo moderno tem mais a ver com sentimentos e emoções (na forma de desejos) do que com razão [...], na medida em que é claramente individualista, em vez de público, em sua natureza.

Dentro da dinâmica da sociedade capitalista, há um constante trabalho em torno do incentivo às pessoas a novas necessidades e desejos, pois uma das formas de obtenção de lucro dos capitalistas é a venda de mercadoria e isso só acontece se as pessoas tiverem poder de compra e necessidade de comprar (SILVA, 2011). Através da publicidade e propaganda e outras artimanhas do comércio, despertam nos indivíduos desejo de ter coisas muito mais por impulso e fantasia, fomentando assim uma sociedade altamente consumista que, segundo Silva (2011), acaba por ter a percepção das necessidades sociais efetivas comprometida, fortalecendo o fetichismo da mercadoria.

Marx (2008) afirma que é na produção que os indivíduos se apropriam dos produtos da natureza a fim de satisfazer suas necessidades humanas e que é no consumo que os produtos se tornam meio de desfrute e apropriação individual. Marx destaca que “sem produção não há consumo, mas sem consumo tampouco há produção” (2008, p.247), ele defende que o produto torna-se realmente produto, no consumo. E também, que o próprio

consumo cria necessidades, pois sem necessidades, não há produção. A produção além de criar os *objetos* de consumo, cria o *modo* como serão consumidos. Ela cria os consumidores.

O objeto de arte, e analogamente qualquer outro produto, cria um público sensível à arte e apto para gozar da beleza. De modo que a produção não somente produz um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto (MARX, 2008, p. 248).

Ao levar em conta a dinâmica da sociedade atual, é possível perceber um constante estímulo a todos os tipos de novas tecnologias. Com o desenvolvimento das grandes empresas desse ramo, foi necessária a criação de um novo tipo de sujeito, um que não vivesse sem os produtos tecnológicos gerados por essas indústrias. Dessa forma, uma sociedade baseada na rapidez e velocidade de informações, com tarefas cada vez mais complexas executadas por computadores, vai gerar indivíduos que vivam envoltos nessa dinâmica, criando assim um sujeito para o objeto, nas palavras de Marx. Assim, o Modo de Produção Capitalista excita no consumidor a necessidade dos produtos que a produção estabeleceu como objeto (MARX, 2008). Dessa forma, é o Modo de Produção quem determina quais serão os objetos que a sociedade vai ver como necessidade de uso. A propaganda e o marketing, nessa perspectiva, são intimamente necessários à dinâmica do capital.

Associado a essa realidade, existe a obsolescência programada, que conforme Printes (2012), surgiu em virtude do processo de “descartalização” elaborado nos anos 1930 e que consistia em diminuir o ciclo de vida útil dos produtos, com o objetivo de assegurar um consumo contínuo por meio da substituição dos mesmos. Os países capitalistas, principalmente os Estados Unidos, decidiram fazer isso a fim de movimentar a economia no pós-crise dos anos 1920. Uma quantidade muito grande de produtos estava parada nos portos, fábricas e mercados por causa da grande recessão econômica que atingiu boa parte do mundo na época (PRINTES, 2012).

Com o objetivo de movimentar a economia, a obsolescência programada iniciou-se naquela época e estende-se até a atualidade, sendo uma prática aplicada toda vez que fabricantes produzem artigos com sua durabilidade menor do que o esperado. Obrigando, assim, os consumidores a descartarem de forma rápida produtos adquiridos e substituí-los por novos, que como em um ciclo, possivelmente terão sua duração modificada. Dessa forma, o capitalismo não apenas determina os objetos que a sociedade vê como necessidades de uso,

como também faz com que esses objetos sejam cada vez mais descartáveis, para que possa vender mais e conseqüentemente, lucrar mais.

É importante, ao falar sobre consumo e sua ligação com a produção de mercadorias na sociedade capitalista, apresentar suas origens e como estas se deram até aqui. Assim, Braz; Netto (2006) elucidam sobre o desenvolvimento dos meios de produção de mercadorias e destacam que os primeiros grupos propriamente humanos sobre a Terra produziam apenas a fim de suprir suas necessidades imediatas. Com o desenvolvimento dos instrumentos e formas de trabalho, os resultados da ação do homem sobre a natureza possibilitaram a produção de bens que excediam as necessidades imediatas de sobrevivência. Dessa forma, foi criado o excedente econômico, que permitiu a acumulação dos produtos do trabalho e estes, não sendo aproveitados no autoconsumo da comunidade que os produziram, iam para troca com outra comunidade. Assim nasceu a mercadoria e o primeiro sistema de comércio.

Com a acumulação, passa a haver a divisão do trabalho e também a exploração do trabalho humano, pois surgem aqueles que se apropriam do excedente econômico e passam a explorar os produtores diretos. Essa nova forma de produção levou ao fim da comunidade primitiva e então, surge aí o escravismo (BRAZ; NETTO, 2006, p. 57 e 65). No escravismo, a propriedade privada dos meios de produção e a exploração do homem pelo homem fez com que houvesse uma maior diversificação de produção de bens e mercadorias, impulsionando o comércio entre diferentes sociedades.

Braz; Netto (2006) afirmam que, posteriormente, estabeleceu-se o sistema feudal, onde os servos obtinham seu sustento do que produziam nas terras comunais e o excedente produzido por esses era expropriado pelos senhores feudais; ainda mantinha-se a produção de mercadorias para a troca, centrada no trabalho artesanal, onde “o produtor levava ao mercado sua mercadoria para vendê-la a fim de obter outras mercadorias para consumo pessoal ou matérias-primas e instrumentos necessários ao seu trabalho” (BRAZ; NETTO, 2006, p. 81). Com o tempo, os artesãos e comerciantes passaram a se organizar e buscar formas de associação. Nessa época, o dinheiro era usado apenas como meio de troca entre mercadorias, não havia na posse do dinheiro o objetivo central. A lógica era vender para comprar, representada por Marx (1983) pela dinâmica mercadoria-dinheiro-mercadoria (M-D-M).

As atividades de comércio começam a ganhar o mundo através das rotas comerciais para o Oriente e é justamente esse movimento que dará início à crise do feudalismo, que em um extenso período de transição, culminará no absolutismo. Nessa fase, os comerciantes e mercadores são o intermediário entre o produtor e o consumidor, ganham força e tornam-se aos poucos financiadores do Estado. As monarquias então ofereciam aos grandes comerciantes verdadeiros monopólios comerciais e com a força cada vez maior destes, com o tempo, sobreveio ao Estado absolutista a Revolução Burguesa, com os grupos mercantis tornando-se centrais na economia. Nesse tempo, o dinheiro já era utilizado como objetivo para conseguir lucro com as vendas.

A forma denominada por Marx (1983) passa a ser dinheiro-mercadoria-dinheiro (D-M-D'), onde a mercadoria é comprada com o fim de revenda e não para satisfação de necessidades. O dinheiro não é mais moeda de troca, torna-se na forma universal de riqueza e quando a mercadoria é vendida, o produtor recupera o que investiu e recebe além, a chamada mais-valia. Temos, então, o Modo de Produção Capitalista finalmente em cena, “gestado no ventre do feudalismo e no interior do qual a produção generalizada de mercadorias ocupa o centro da vida econômica” (BRAZ; NETTO, 2006, p. 75).

O Modo de Produção Capitalista surgiu se caracterizando pela diferença entre a produção social coletiva e sua apropriação privada, monopolizada por uma parcela da sociedade. O capitalista é o proprietário dos meios de produção, e ele compra a força de trabalho que, com os meios de produção que lhe são pertencentes, produz mercadorias. De acordo com Marx (1983), o objetivo do capitalista com as mercadorias não é simplesmente suprir as necessidades materiais e espirituais das pessoas e sim ganhar lucro, assim como os comerciantes; mas o que difere aqueles destes, é o fato de que existe um acréscimo de valor na mercadoria, que se chama mais-valia. Logo, a mercadoria perde apenas seu caráter de supridora de necessidades e passa a ser o meio pelo qual o capitalista enriquece. O objetivo torna-se a acumulação privada do capital e não a satisfação das reais necessidades dos membros da sociedade.

O consumo desenfreado passa a ser fundamental nessa sociedade em que quanto mais mercadorias forem vendidas, mais ricos os capitalistas serão. Nesse sistema, a burguesia detém a propriedade dos meios de produção e os trabalhadores apenas possuem sua

capacidade de trabalho e se tornam obrigados a vendê-la como se fosse qualquer outra mercadoria, pois é a única coisa que possuem.

Mas, historicamente, quando até a força de trabalho se converte em mercadoria, está posta a possibilidade de *mercantilizar o conjunto das relações sociais* – isto é: não somente introduzir a lógica mercantil (compra e venda) em todas as relações econômico-materiais mas, também, de generalizá-la às outras relações sociais. Nas sociedades onde impera o modo de produção capitalista, quanto mais esse se desenvolve, mais a lógica mercantil invade, penetra e satura o conjunto das relações sociais: as operações de compra e venda não se restringem a objetos e coisas – tudo é objeto de compra e venda, de artefatos materiais a cuidados humanos. (BRAZ; NETTO, 2006, p.85).

O capitalismo generaliza a relação mercantil e nesse sentido pode-se dizer que ele é o modo de produção de mercadorias. Antes desse modo de produção, o produtor poderia estabelecer o valor de seu trabalho pois ele sabia o que produzia e em que determinada mercadoria seria trocada. Porém, no capitalismo, como o objetivo é o lucro/mais-valia, as mercadorias passam a ser produzidas sem levar em conta as reais necessidades. “A mercadoria passa a ser a portadora e a expressão das relações entre os homens” (BRAZ; NETTO, 2006, p. 92).

Os autores afirmam que a mercadoria, que é algo feito pelos homens, torna-se alheia a eles, dominando-os. Pois, a relação entre os homens passa a ter a tendência de se tornar como relações entre coisas e a isso Marx (1983) chamou de fetichismo da mercadoria. Nas sociedades em que o modo de produção é capitalista, a reificação, que tem como sinônimo “coisificação”, é presente. O ser humano deixa de dar ênfase à vida e passa a priorizar as coisas, sendo reconhecido pelo que possui materialmente e não por sua essência. Os homens passam a viver em uma sociedade de mercadorias e fetiches. O “ter” passa a ser mais importante que o “ser”. Além disso, pela mercadoria determinar as novas relações sociais, os indivíduos passam também a ser vistos como mercadorias, tendo seu valor pré-estabelecido (MARX, 1983). Essa realidade não fica retida só ao âmbito do trabalho submetido ao capital, mas se estende a todas as relações e situações da vida em sociedade.

Nessa dinâmica perversa em que as mercadorias e o fato de possuí-las determinam relações, o próprio homem torna-se, segundo Bauman (2008), como uma mercadoria vendável. O autor diz que o consumismo “é um investimento em tudo que serve para o ‘valor

social' e a autoestima do indivíduo” (p.76) e defende a ideia de que consumir é investir em uma “vendabilidade” de si próprio.

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores (mesmo que raras vezes declarado com tantas palavras e ainda com menos frequência debatido em público) não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: elevar a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis (BAUMAN, 2008, p.76).

Mesmo que quase nunca tenham consciência de tal fato, os componentes da sociedade de consumidores, são eles próprios mercadorias de consumo. Bauman observa que algo a ser cumprido nesse tipo de sociedade é *fazer de si mesmo*, não apenas *tornar-se*. Isso significa que os indivíduos tentam fazer de si mercadorias, agindo de maneira a ser como a televisão manda ser, ou como o *outdoor* ou os vídeos no *YouTube* ensinam, esperando gerar aceitação e admiração nas pessoas. O “tornar-se” indivíduo, reconhecendo suas peculiaridades, apenas sendo si próprio sem buscar aceitação da forma de ser da sociedade, é algo cada vez mais difícil.

Essa é uma realidade estritamente ligada e até mesmo reforçada com o advento da *internet* e das redes sociais virtuais. É como se a última se transformasse em uma enorme vitrine de exposição da vida privada, destacando fotos, *selfies*, *check-ins* (compartilhamento da localização em que o usuário está), vídeos e etc. Oikawa (2013) afirma que a performance dos sujeitos sempre esteve presente nos estudos sobre a interação mediada pelo computador, desde o surgimento dos primeiros *blogs* - estes consistiam numa página na *internet* onde geralmente pessoas falavam de sua própria vida, temas do cotidiano e diversos assuntos - até a chegada e intensa popularização das redes sociais *online*. Acontece uma “fusão” desses espaços virtuais, onde em cada um deles há uma forma de expressar sua vida e personalidade, exigindo do sujeito um gerenciamento das variadas formas de “apresentar-se” ao público.

No *Instagram*, por exemplo, o indivíduo utiliza como principal instrumento as fotos: seja as dele mesmo, da comida que comeu, dos lugares que visitou, da intimidade da sua casa... Quanto mais efeitos as fotos tiverem, melhor para serem vistas e curtidas. O *Twitter* caracteriza-se por mensagens curtas, onde as pessoas tendem a expressar suas opiniões ou o que se passa em suas vidas com frases de efeito de até 140 *caracteres*. O *Facebook* pode ser considerado o mais amplo desses espaços, capaz de integrar quase todas as outras redes

sociais virtuais, possibilitando a postagem de fotos, vídeos longos, compartilhamento daquilo que outras pessoas postaram, vídeos ao vivo, textos longos sobre sua opinião a respeito de algo... Aparecendo na “linha do tempo” (como a página inicial do site é chamada) dos seus amigos instantaneamente. Existe também uma ferramenta presente em várias redes sociais e que funcionam apenas na forma de aplicativo nos celulares ou *tablets*, chamada “histórias”, onde o usuário pode postar o que está fazendo e depois de 24 horas, aqueles vídeos ou fotos são apagados pelo aplicativo. Com isso, as pessoas acompanham o que as outras estão fazendo quase que “em tempo real”, além do mecanismo de realizar vídeos literalmente ao vivo.

Goffman (2007) propõe que o tempo todo o homem em sociedade move-se como um ator diante de seu público, tentando influenciar as impressões e a maneira como o outro o enxerga, imbuindo-se de diferentes papéis através de modos de agir específicos, que mudam conforme suas motivações. O autor afirma que os indivíduos estão sempre produzindo uma representação de si mesmo para as outras pessoas e que, inclusive, a primeira concepção da palavra “pessoa” está estritamente ligada ao termo “máscara”. E quando o assunto são redes *online*, a possibilidade do controle das informações que os interlocutores podem ver sobre determinado usuário, é ditado por ele. Conforme Martino (2015, p. 124) “as relações virtuais criam a sensação de eliminar algumas dificuldades de interação existentes na vida cotidiana”, pois ao montar um perfil em alguma rede, a escolha das fotos, publicações e descrição de si mesmo possibilita a construção de uma imagem que “pessoalmente, talvez seja difícil de manter” (MARTINO, 2015, p. 124).

Para Bauman (2008), o indivíduo fazendo de si mesmo mercadoria. Para Goffman (2007), o sujeito agindo como ator diante da plateia. Assim como essas concepções diferenciadas se acrescentam à medida que refletimos sobre o homem em sociedade, é importante pensar a respeito da busca incessante pela aprovação do outro, que nas redes sociais configuram-se através dos *likes* e comentários. As pessoas mostram apenas o que querem que o outro veja, transformando a vida nas redes como um cotidiano encenado sendo exposto a quem quiser “comprar”, cujas moedas de troca são as curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações, etc. Martino (2015) reafirma essa ideia, dizendo que as constantes produções pessoais na *internet* seguem uma lógica de consumo, pois quem posta um vídeo, foto ou qualquer outra publicação nas redes sociais, espera ser visto e mais do que isso, ser bem-visto, estimado e divulgado.

De alguma maneira, espera ser “consumido” de acordo com uma lógica de produção que mobiliza milhões de pessoas ao mesmo tempo no planeta inteiro. Por conta disso, são pensados em termos estratégicos – que tipo de post atrai mais comentários positivos, que tipo de foto de família provoca mais reações, e assim por diante, em um sistema no qual a vida em si é uma mercadoria vistosa e rentável (MARTINO, 2015, p. 129).

Sibilia (2008) destaca que atualmente a internet e suas ferramentas digitais permitem a facilidade de qualquer indivíduo conseguir transformar sua vida pessoal em um espetáculo. Muitas pessoas passam a conduzir a sua vida como se gerencia uma marca, sempre procurando uma melhor maneira de se posicionar no mercado, de ganhar visibilidade. Os perfis pessoais nas redes se transformaram em vitrines, onde a mercadoria do “eu” fica constantemente exposta.

Nesse contexto em que o *eu* torna-se um espetáculo, surgiram os chamados influenciadores digitais, que segundo Tassarolo *et al* (2016), são aquelas pessoas que destacam-se nas redes sociais virtuais e que tem a capacidade de mobilizar um grande número de seguidores, proferindo opiniões e comportamentos e criando conteúdo. Usando da exposição de seus estilos de vida, experiências, opiniões e gostos – enfim, sua vida particular – como uma maneira de elencar multidões atrás de si e na maioria das vezes usar isso como seu próprio trabalho.

Retomando a discussão a respeito do capital fomentar cada vez mais e de formas diferenciadas o consumismo, a *internet* entrou como uma aliada não só ao ser usada para expor propagandas nos *sites* e redes sociais, mas também ao utilizar os próprios usuários como ferramentas de *marketing*. Os influenciadores digitais, além de em sua maioria possuírem *blogs* e canais no *Youtube* onde expõem suas vidas, utilizam as redes sociais também como diários pessoais e pela quantidade de pessoas que os seguem, comentam e buscam fazer aquilo que eles fazem ou aprender com eles (isso é mais visível, por exemplo, quando o influenciador ensina atividades como dicas de maquiagem, artesanato, decoração, culinária, dentre outros), as marcas perceberam que estes seriam ótimos “garotos(as) propagandas”.

A característica mais “pessoal” desses influenciadores, que expõe sua intimidade tão perto a milhares de pessoas, acaba por criar uma referência entre os usuários “comuns” e eles. Dessa forma, Tassarolo *et al* (2016) afirma que por meio de um conteúdo de interesse as

marcas buscam se expor ao consumidor de forma agradável e natural, sendo capaz de gerar empatia e tornar-se parte do cotidiano do indivíduo, não como uma propaganda invasiva e cansativa, mas como informação e entretenimento, colaborando assim para a construção da imagem das marcas e angariando novos compradores. Essas propagandas são na maioria das vezes transmitidas com “naturalidade” no dia a dia no influenciador digital.

Por exemplo, o influenciador grava um vídeo ensinando uma receita de bolo de chocolate e utiliza uma batedeira de determinada marca, enquanto ele filma o procedimento a marca está sempre à vista e ele comenta sobre os benefícios daquele eletrodoméstico. Dessa forma, quem assiste vai conhecer aquele produto, ver como ele funciona através do vídeo e ser influenciado a comprar porque o tal *blogueiro* que ensina receitas usa e aprova. A propaganda coloca em segundo plano seu caráter explícito. Siegel (2008 *apud* Martino, 2015) fala sobre a “cultura da popularidade” na *internet*, onde quanto mais visto, ouvido e espalhado é algo, mais será conhecido. E isso, obviamente, não passa despercebido aos olhos das grandes corporações de mídia e “a um complexo de relações de produção e consumo potencializado pelas características da *internet* e das mídias digitais” (MARTINO, 2015, p. 128).

Por conta da fartura de informações nos dias atuais, a decisão de compra comumente se torna numa longa e extensa pesquisa, onde as pessoas buscam opiniões sobre determinado produto em *sites*, buscadores, com recomendação de conhecidos e familiares e também nas redes sociais. As empresas investem nesses influenciadores, pois a identificação gerada com eles é enorme, porque não são artistas da televisão, são pessoas “comuns” que conseguiram atingir um público e serem admirados por uma multidão, endossando assim o sentimento do “gente como a gente” (TESSAROLO *et al*, 2016). A performance dos influenciadores digitais costuma ser altamente previsível e programada, como a foto certa com o efeito certo, a imagem com propaganda de determinada marca, o vídeo lançado no horário com mais pessoas *online*, etc.

Essa realidade gesta-se no âmbito da acumulação flexível, onde segundo Silva (2011, p. 263) tudo é mais vulnerável: “empregados podem ser trocados com facilidade e os produtos perdem o valor comercial com rapidez”. O autor afirma que isso acontece porque essa forma de acumulação está ligada ao consumo e à satisfação de desejos e supostas necessidades criadas de forma acelerada, atendendo a modismos e desejos supérfluos. O autor

observa que o capitalismo tardio invade praticamente todas as dimensões da vida privada e destaca que, se anteriormente, nos dias de folga, enquanto o sujeito não estava diretamente preso à dinâmica de exploração do trabalho, este podia se envolver numa esfera cultural que o permitia se desligar um pouco daquela realidade que compõe o sistema, nessa etapa do capitalismo, é justamente essa esfera privada e pessoal que é usada como forma de legitimação do sistema.

Pois seja de forma mais direta, no momento em que uma família assiste a novela e os comerciais aparecem, ou de forma mais flexível, através de uma foto compartilhada por um *youtuber* elogiando um produto na tela do *smartphone* enquanto alguém vai para o trabalho. Toda a vida, pública ou privada, é permeada pela dinâmica do capital.

Martino (2015) ao discutir a respeito das ideias de Turkle (1980) sobre a necessidade do uso das redes na sociedade atual, diz que as tecnologias ajudam a lidar com o medo da solidão, e paradoxalmente, o medo de criar vínculos muito próximos com outras pessoas. Pois o tipo de relacionamento gestado nas redes possibilitam um contato mais próximo entre pessoas, mas ao mesmo tempo, mantém uma distância (MARTINO, 2015). Porém, esse tipo de relacionamento gestado pela *internet* condiz bastante com a velocidade da vida contemporânea.

O paradoxo, ressalta Turkle, é que, embora as tecnologias de conexão tenham sido feitas para auxiliar as pessoas a economizar tempo, elas demandam um tempo considerável para dar conta de todas as demandas da vida virtual – é comum as pessoas se autoenganar prometendo a si mesma apenas “dar uma olhada” nas redes e ficar horas conectado (MARTINO, 2015, p. 125).

Wellman (2012) ressalta que os indivíduos não vivem apenas na internet. Todos possuem compromissos, afazeres, trabalho, estudos, responsabilidades, lazer... Mas, enquanto realizam todas as atividades da vida cotidiana, estão conectados e trocam mensagens, conversam, enviam e recebem fotos através de seus *smartphones*, *tablets* e *notebooks*. Ou seja, o mundo *online* e *off-line* andam em paralelo na vida cotidiana. Essa realidade acaba produzindo o chamado individualismo conectado, que segundo Wellman (2012), se caracteriza pela possibilidade que o sujeito tem de ser o centro de sua própria rede, tendendo a um isolamento acompanhado de inúmeras conexões com outros usuários. As ligações entre usuários na maioria das vezes são pouco densas e relacionamentos são iniciados e terminados

com relativa facilidade. São muitas pessoas conectadas, ocupadas consigo mesmas ou trabalhando na manutenção dos laços frágeis que constrói. O que acaba sendo o resultado de uma sociedade em que as relações, sejam pessoais ou *online*, tem tendência em ser efêmeras, fáceis, rápidas e passageiras.

É claro que é importante destacar que as redes sociais virtuais são um marco na forma de comunicação na sociedade, pois por intermédio delas, pessoas comuns puderam ganhar voz, canais de interação para se expressar e com isso fortalecer ideias populares. Silva (2011) destaca que as redes sociais virtuais são um espaço de difusão de conteúdos alternativos aos impostos pela mídia tradicional. Com essa popularização da internet, qualquer um é capaz de criar um *blog*, canal no *YouTube*, página no *Facebook*, perfil no *Twitter* a fim de expressar publicamente suas ideias, falar o que pensa e às vezes até ser reconhecido por isso. Silva afirma que nas redes sociais *online*, o usuário torna-se o autor, produtor e promotor de conteúdos, não se limitando apenas à condição de espectador, como acontece com a mídia tradicional.

Um exemplo básico do poder da comunicação em rede foi o que aconteceu em 2013 no Brasil, onde o mundo virtual se mobilizou através do grito “Vem pra Rua”. As mobilizações contaram com mais de 1,5 milhões de pessoas nas ruas em mais de 100 cidades brasileiras, insatisfeitas com a gestão governamental e reivindicando melhorias (BARTKIW, 2016). Silva (2011) diz que a horizontalidade da comunicação permite as minorias exporem suas ideias para toda a sociedade e abre a possibilidade de que através da sociedade civil, ações transformadoras efetivas possam acontecer. As fronteiras geográficas passam a ser um mero detalhe. Martino (2015) afirma que, por ter muitos usuários falando o que querem a todo momento, é mais fácil ser ouvido quando diversas pessoas se reúnem com um objetivo comum e a facilidade da criação de grupos na internet faz isso acontecer. As manifestações no Brasil foram incentivadas e gestadas em grupos no *Facebook*, *hashtags* no *Twitter*, dentre outros, mostrando como as manifestações populares ganham ainda mais força e um novo formato na era informatizada.

Conforme afirma Martino (2015), a *internet* é um espaço privilegiado para discussões a respeito de temas de relevância social, possibilita a interação entre grupos e públicos diferentes, permite a discussão de assuntos de interesse geral e participação política. Porém, nem sempre esse “espaço aberto” é utilizado em suas potencialidades, pois muitas vezes é

usado como um lugar em que se “joga” as opiniões, transformando as redes sociais em local de disputa e rivalidade. E mesmo que abrindo caminho e dando voz às pessoas, mesmo assim não se perde a dinâmica do “ator diante da plateia”, pois seja emitindo uma opinião política ou mobilizando-se para uma manifestação pública, o usuário continua tentando, mesmo que inconscientemente, influenciar as impressões que o outro tem de si, produzindo uma representação de si mesmo de uma forma moldada por ele.

O que não obscurece, é claro, a noção de que indivíduos conseguem se organizar e lutar, seja por melhores condições de vida, contra injustiças, etc. Não são raros os casos em que alguém foi lesado por alguma prestadora de serviço, postou a situação nas redes e após milhares de compartilhamentos de outros usuários, obteve resolução de seus problemas.

As minorias também ganharam uma nova forma de se organizar e ganhar força nas redes sociais, em que ideias alastram-se tão facilmente. Um exemplo disso, é o movimento negro, que se inseriu nesse meio para discutir o racismo e buscar a valorização da beleza africana. Matos (2015) fala sobre o assunto ao destacar que as redes sociais se tornaram um espaço para que o negro, tantas vezes marginalizado pela sociedade, possa debater a sua própria cultura, origens, revalorização de suas características, dentre elas o cabelo crespo e cacheado. Muitas mulheres negras que anteriormente alisavam seus cabelos, tem sido encorajada através das redes sociais, vídeos no *Youtube* e *blogs* a passarem pela chamada transição capilar e assumir seus cachos. Portanto, as redes sociais e *internet* também se constituem em um local de resistência e propagação de ideias, cultura e movimentos sociais, legitimando a luta e discurso de muitas pessoas e grupos que antes da *internet* não possuíam voz.

A adolescência vivencia todas as dimensões descritas acima e por ser um período de formação da identidade e construção de relações sociais, é atingida de forma mais latente. Seja na indução ao consumo, na efervescência em seguir a vida de uma personalidade famosa, no compartilhamento de opiniões, na exposição da vida, dentre outros aspectos. As redes sociais hoje, por serem parte inerente das relações sociais dos adolescentes, ajudam a forjar suas concepções de mundo, opiniões e conseqüentemente, suas identidades. Existem lados positivos, como o exemplo dado acima acerca da valorização do movimento negro e seu espaço na *internet*, que influencia as meninas e mulheres a assumirem seus cabelos naturais. Esse movimento tem alcançado milhares de adolescentes, que anteriormente se

envergonhavam de suas características, mas que agora tem se imponderado através de inúmeras *blogueiras* negras que as incentivam a isso (MATOS, 2015).

Esse é apenas um exemplo dos muitos existentes. Porém, quanto a esses e também ao outro tipo de influência, a negativa, falaremos melhor daqui em diante.

CAPÍTULO 3 - IDENTIDADE, SOCIABILIDADE E ADOLESCÊNCIA: CONCEITOS CONSTRUÍDOS HISTORICAMENTE

3.1 O PROCESSO DE RECONHECIMENTO DOS ADOLESCENTES COMO SUJEITOS DE DIREITOS

A adolescência é o período intermediário entre a infância e a fase adulta, é uma época da vida humana que consiste na busca da própria identidade e nos esforços do indivíduo em se adequar às expectativas culturais da sociedade em que está inserido. Eisenstein (2005) destaca que esse processo é permeado pelos impulsos do desenvolvimento físico, mental, emocional, sexual e social. A autora afirma que a fase da adolescência tem seu início com a puberdade e todas as mudanças emocionais e físicas que a mesma traz e termina com a consolidação da personalidade e crescimento do sujeito.

A puberdade é definida por Eisenstein (2005) como o fenômeno biológico que traz consigo alterações morfológicas e fisiológicas no corpo e mente do sujeito, e esse processo não é exatamente igual para todos, o tempo de início, duração e progressão desse desenvolvimento é variável, e leva em conta, inclusive, as diferenças entre os sexos, estado nutricional, fatores familiares, ambientais e sociais. A OMS (Organização Mundial da Saúde) define como adolescentes aqueles que possuem entre 10 e 19 anos de idade e a ONU (Organização das Nações Unidas) os que possuem de 15 a 24 anos (EISENSTEIN, 2005). O artigo segundo do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei 8.069/1990, define a adolescência como a faixa etária de 12 a 18 anos de idade.

Ariès (1978) afirma que a primeira noção a respeito do período da adolescência data do século XVIII, com o surgimento do Iluminismo; alcança considerável expressividade na sociedade no século XIX, porém, como afirma Frota (2007), a adolescência era um período curto vivido exclusivamente pelos filhos dos burgueses, até alcançarem a idade adulta. O conceito ganha força de verdade no início do século XX, nos Estados Unidos, através das leis sobre o trabalho infantil, onde crianças e adolescentes começaram a receber tratamento

diferenciado em relação aos adultos e também com a escolarização prolongada, que fez com que o tempo de dependência em relação a família aumentasse.

Ariès (1978) destaca que tanto a infância quanto a adolescência se tornaram uma categoria social recentemente, se comparadas ao tempo da história da humanidade. O autor considera o século XX como o século da adolescência. Foi na modernidade, que, além do surgimento da escolarização, o surgimento da família nuclear burguesa, possibilitou a melhor definição das “idades da vida” como chama o autor.

De acordo com Schultz; Barros (2011), anteriormente a infância e adolescência eram entendidas de modo inferior à fase adulta, posteriormente, iniciou-se uma relação de troca entre as gerações e começou a se pensar numa perspectiva de garantia do futuro dessas faixas etárias. Atualmente, existe uma troca de conhecimento entre as gerações, onde cada uma tem sua importância devida e onde a infância e adolescência são entendidas como fases que interagem com as demais e tem seu lugar de importância e valorização no mundo. Os adolescentes deixaram de ser vistos como objetos e passaram a ser tratados como sujeitos de direitos, com legislações específicas que foram se transformando à medida do tempo, a fim de melhor proteger a adolescência.

Com o direito a terem as suas necessidades físicas, cognitivas, psicológicas, emocionais e sociais em um atendimento integral e integrado, com absoluta prioridade, visto que se encontram em fase de desenvolvimento biospíco-social (SCHULTZ; BARROS, 2011, p. 141).

Frota (2007) destaca que o desenvolvimento da industrialização e conseqüentemente das cidades, fez com que a dinâmica de entrada no mercado de trabalho se alterasse. A exigência cada vez maior de especializações profissionais, para dar conta do desenvolvimento capitalista, elevou o tempo de preparação dos mais jovens para sua entrada no mercado de trabalho. Assim, com mais tempo na escola, os jovens demoravam mais a se inserir no mercado de trabalho e acabavam por depender mais dos pais. É óbvio que essa realidade chegou primeiro para os ricos, os quais podiam se esmerar no campo do conhecimento e ciência, enquanto os filhos dos pobres muitas vezes precisavam abdicar dos estudos para trabalhar e deixar o estudo para depois.

Embora atualmente todos os adolescentes sejam obrigados por lei a frequentarem a escola, essa realidade do acesso ao ensino e qualificação entre o rico e o pobre ainda é bastante presente. Enquanto o adolescente das classes mais abastadas vive em plenitude essa fase da vida com estudos, lazer, preparação para o mercado de trabalho, intercâmbios, etc., muitos adolescentes das classes baixas são obrigados a trabalhar e estudar para ajudar em casa e as vezes até largam os estudos para contribuir na renda do lar ou até mesmo sustentar a família.

Essa realidade leva à reflexão de Frota (2007), que diz que a adolescência não é algo homogêneo. As pessoas não passam por essa fase da mesma forma. O aspecto biológico é apenas um durante a adolescência, embora não menos importante, a exemplo da puberdade. Mas outros elementos, principalmente os históricos sociais são muito importantes para entender como o processo da adolescência se dá para cada sujeito. A adolescência é uma construção social e por isso deve ser pensada como uma categoria em processo de constante mudança, construção e reconstrução. A autora afirma que esse período não pode ser encarado apenas como a época entre a infância e a fase adulta, pois traz elementos para além disso, pois é uma etapa recheada de descobertas, mudanças e criação de maturidades.

Schultz; Barros (2011) também afirmam que é necessário, ao analisar a adolescência, considerar as relações históricas, culturais e políticas de cada sociedade, pois a forma como cada formação social é constituída vai influir na construção do entendimento a respeito da adolescência e no modo de tratá-la. Segundo Frota (2007), a adolescência contemporânea teve seu surgimento ligado a um contexto de crises e contestação social e essa ligação foi importante para que se visse a adolescência como uma época permeada por conflitos e crises, a famosa “aborrecência”. Sendo observada por essa ótica, a adolescência acaba tornando-se um mito, com normas de comportamento e expressões pré-estabelecidas, como se todo adolescente agisse, sentisse e pensasse da mesma forma. A autora afirma que nessa época de intensas transformações no corpo e na mente, os adolescentes precisam lidar com várias dificuldades, mas não é por isso que se caracterizaria essencialmente por uma fase onde só existem crises, sofrimento e dificuldades para os adolescentes e suas famílias (FROTA, 2007).

De acordo com Frota, os movimentos *hippie* e juvenil, ambos da década de 60, colaboraram para a construção do que é ser adolescente e na época, o padrão dessa idade era o

garoto da classe média. À medida que os anos foram passando, a adolescência como uma categoria a ser reconhecida e estudada só foi crescendo, até que com o envolvimento da juventude brasileira em movimentos juvenis e estudantis, a visibilidade começou a chegar e jovens e adolescentes famosos, através de sua própria imagem e consumo de bens culturais, passaram a influenciar uma geração. Esses movimentos, de acordo com Frota (2007), dividiram opiniões da sociedade e tiveram diferentes tipos de representação. Para uns foram os baderneiros, para outros, revolucionários.

Então, o desejo de ser diferente, de impactar e impressionar marcou a busca juvenil da década de 90, com seus grupos de *punk*, *funk*, torcidas organizadas, *hip hop*, *rap*, etc. Nessa mesma época, o neoliberalismo se incluiu com força no Brasil e sobre a base do mercado e consumo, as massas passaram por diversas mudanças no padrão social e cultural, e a inclusão da tecnologia tem parte nisso. Com toda imposição midiática dessa sociedade de consumo, Frota (2007) diz que as relações sociais têm sido mediadas pela mídia e esta se empenha em construir modelos padronizados, com um comportamento estereotipado para dessa forma, atingir as demandas de consumo.

Conforme Calligaris (2000), o neoliberalismo influencia diretamente a constituição da adolescência, assim como qualquer outra fase da vida. Mas essa fase em especial, tem sido vista como um valor de consumo, um ideal de vida. A indústria de consumo produz e investe para que essa fase seja almejada e o envelhecer cada vez menos desejado. Frota (2007) destaca inúmeras vezes a importância de analisar a adolescência como uma construção social. E essa construção carrega em si a constante busca por si mesmo.

Talvez seja este o sinal para se pensar em algo próprio da adolescência: a conquista e o reconhecimento de si. Esta é uma construção iniciada com o nascimento, e que se encaminha para a completude do homem, finalizada somente com a morte, que, com o nascimento, delimita os dois extremos da vida (FROTA, 2007, p. 154).

A adolescência, então, é marcada pela busca de sua própria subjetividade, descoberta de suas particularidades e desenvolvimento de sua consciência, em um estado entre deixar de ser criança e descobrir-se como adulto. E todo esse processo é influenciado pelo mundo a sua volta. Com a sociedade neoliberalista em que vivemos, aliada a tecnologia

cada vez mais latente no dia a dia da população, a infância e adolescência vão sendo construídas com a dinâmica de realidade imposta por esse sistema.

Basmage (2010) afirma que as tecnologias marcam a cultura de cada geração e que cada vez mais um mundo feito de imagens e símbolos se desenvolve, gerando um fascínio e apropriação nos mais jovens. O sujeito adolescente se constitui a partir da realidade social e cultural em que está inserido e essa tem se tornado uma cultura cada vez mais dependente das novas tecnologias. O caráter veloz e imediatista destas, acentua a característica do adolescente, de buscar a instantaneidade em todas as áreas da vida. O computador possibilita essa qualidade instantânea, em que as respostas e também relacionamentos são gestados de forma rápida, trazendo como resultado na vida cotidiana, um desejo de imediaticidade igual ao gestado no âmbito virtual.

Os adolescentes são atraídos pelo acesso a tantas ideias em um mundo “de imagens, cores, músicas e pares que despertam seu interesse, sua motivação. De certo modo eles são seduzidos pelo novo, pelo diferente” (BASMAGE, 2010, p. 64). Sendo assim, um mundo que tanto envolve a subjetividade do adolescente, tem impactos em sua relação com outras pessoas e consigo mesmo. Afinal, conforme Basmage, estes são sujeitos que se constituem nas relações estabelecidas em seu cotidiano.

3.2 A ADOLESCÊNCIA NO BRASIL

A forma como a sociedade entende e enxerga a adolescência é o suporte para protegê-la. Quando, anos atrás, os adolescentes eram vistos como “pequenos adultos”, não havia preocupação com sua formação sadia e completa, portanto, desenvolver ações que priorizassem essa faixa etária estava fora de cogitação. Atualmente, a maneira como enxergamos os adolescentes, como sujeitos de direitos, que por estarem em desenvolvimento biopsicossocial precisam de atenção e prioridade no atendimento e nas políticas, faz com que queiramos protegê-los. Ao questionar a influência das redes sociais virtuais na formação da identidade e sociabilidade na adolescência, a reflexão está na perspectiva da proteção e do que pode ser saudável ou não a esse desenvolvimento.

Conforme afirma Rizzini (2009), somente com a independência do Brasil é que surgiu no país reflexões a respeito dos direitos da infância e adolescência. Essa direção se mostrou no Código Criminal de 1830, primeira lei imperial penal, que continha uma espécie de paliativo da pena dos crimes cometidos por crianças e adolescentes, que até então eram severamente punidas como adultos. A partir disso é possível perceber que a concepção de adolescência estava ainda muito ligada a concepção da fase adulta. Portanto, apesar da lei ser um mínimo avanço, já era algo importante visto as condições que os sujeitos dessas faixas etárias eram tratados.

É perceptível que as legislações tratavam apenas da criança e do adolescente que cometiam atos delituosos. O Código Penal de 1890 traz uma concepção de proteção um pouco maior, porém, ainda assim, nada que tratasse a respeito do amparo físico, social e de direitos pela sociedade e pelo Estado. As políticas de atendimento nessa época eram limitadas as ações de entidades religiosas e filantrópicas, sendo o cuidado pela adolescência direcionado pelo âmbito privado (RIZZINI, 2009). Essa percepção de proteção a adolescência que temos hoje teve o seu embrião de discussão na sociedade civil no fim do século XIX. Rizzini (2009) diz que foi no contexto do movimento sindical que começaram a exigir leis para o trabalho infantil e, também, com o apoio dos higienistas, que passaram a pensar na saúde e bem-estar dos mais jovens, é que a infância e adolescência começaram a ser pensadas de forma diferenciada.

Assim como nos Estados Unidos, no Brasil o século XX também foi decisivo no que se refere à legislação para os adolescentes e crianças. O Juizado de Menores foi criado em 1923, o código de Menores em 1927, depois houve uma reformulação do código em 1979 e enfim o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) foi criado em 1990. Conforme afirma Rizzini (2009), antes do século XX a adolescência era entendida na esfera do direito penal. O Estado “cuidava” daqueles que causavam perturbação da ordem e ameaçam a sociedade. Os outros adolescentes, que não eram menores infratores ou abandonados, ficavam sob o cuidado único da família.

O século XX trouxe a percepção das crianças e adolescentes como futuro da nação e com o tempo, mecanismos de proteção foram sendo desenvolvidos, para que nada os tirasse da ordem e do caminho do trabalho. O Código de Menores de 1927 foi criado com uma perspectiva disciplinadora, judicializada, que se responsabilizava pelas crianças e

adolescentes abandonados, institucionalizados e marginais. Esse Código garantia um mínimo de proteção ao sujeito em desenvolvimento, no entanto que um Serviço de Assistência ao Menor foi criado em todo o país para os menores abandonados e infratores (RIZZINI, 2009).

O Código de Menores de 1979 revogou o de 1927 e trouxe a doutrina da “situação irregular”, porém a perspectiva assistencialista das legislações antecedentes permanecia. Somente a partir de movimentos sociais e estudos com a participação da sociedade, é que se conseguiu mudar a direção do tratamento aos adolescentes e crianças. Na década de 1980, os movimentos sociais aumentaram e os direitos dessa faixa etária começaram a ser reivindicados com maior proporção. Um dos que mais tiveram destaque foi o Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua (MNMNR), uma organização que lutava pelos direitos da criança e do adolescente e articulava outras instituições e pessoas que quisessem lutar também pela mudança daquela realidade dos mais jovens, onde estes fossem vistos em caráter protetivo ao invés de punitivo, analisando as crianças e adolescentes em situação de rua como uma expressão da Questão Social e portanto, responsabilidade do Estado e da sociedade em sua integralidade.

Aos poucos, esses foram se tornando sujeito de direitos e começando a ter voz. Assim, conforme afirma Rizzini (2009), a nova concepção de infância e adolescência que os contemplava como indivíduos alvo de direitos em todas as áreas, ocasionou a inclusão do artigo 227 na Constituição de 1988, que diz ser dever da família, da sociedade e do Estado garantir à criança e adolescente absoluta prioridade, direito a vida, a saúde, alimentação, lazer, dignidade, liberdade, convivência familiar, etc. E também os defende de qualquer tipo de negligência, discriminação, exploração e violência. Esses princípios foram fortalecidos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente na década de 90, e a doutrina da situação irregular deu lugar a doutrina da proteção integral.

Essa doutrina vem por mudar a concepção da infância de modo a considerar os indivíduos que estão nessa fase como sujeitos de direitos, e detentores de direitos fundamentais como o direito à vida, à liberdade, ao respeito, à dignidade, e também de direitos sociais, como o direito à saúde, à educação, à cultura, à convivência familiar e comunitária, entre outros (SCHULTZ; BARROS, 2011, p. 144).

O ECA redesenhou as políticas públicas para a infância e juventude no Brasil e trabalha com base em um atendimento público intersetorial, onde a criança e o adolescente devem ser atendidos por diversas áreas do poder público com prioridade e responsabilidade. Uma direção bem clara do Estatuto é o cuidado com a convivência familiar e comunitária, entendendo que esses sujeitos precisam estar envolvidos nesses dois âmbitos para terem um desenvolvimento sadio e completo. Assim, o Estado, a sociedade e a família são responsáveis por garantir os direitos da criança e do adolescente (SCHULTZ; BARROS, 2011). Dessa forma, os adolescentes ganharam visibilidade na sociedade, reconhecimento como sujeitos de direitos e passaram a ser alvo das políticas sociais.

Hoje a criança e o adolescente possuem o direito de ser, pensar, sentir, querer e sonhar (SCHULTZ; BARROS, 2011), pois são considerados sujeitos únicos, que vivem uma fase que é importante para a vida em sociedade e não são mais apenas vistas como um potencial para o futuro, mas principalmente como indivíduos que compõe de forma significativa o presente.

3.3 A INFLUÊNCIA DO CAPITALISMO NA CONFORMAÇÃO DA IDENTIDADE E SOCIABILIDADE DO ADOLESCENTE

O homem se constitui como tal no âmbito da interatividade social. É nela em que ele se desenvolve em sua forma própria de ser e individualidade. Pires (2000, p.1) traz as reflexões de Marx ao afirmar que o homem é um ser social e é na sociabilidade, mediante processo de “apropriação do acúmulo histórico e socialmente produzido pelo gênero, que ele se forja verdadeiramente como humano”. O homem, como um ser social, através de sua dinâmica dentro das relações sociais, vai constituindo-se a si mesmo como um ser singular e modificando o que recebe das relações, imprimindo algo seu em tudo que experiencia.

Barroco (2009) versa que a sociabilidade é intrínseca a todas as práticas do ser humano, pois só é possível ao homem constituir-se como tal na e em consequência da relação uns com os outros. A autora utiliza o termo *reciprocidade social* ao falar sobre essa relação,

que significa “reconhecimento mútuo de seres de uma mesma espécie que partilham uma mesma atividade e dependem uns dos outros para viver” (Barroco, 2009, p.22).

Marx (2004) afirma que a própria existência do homem é atividade social. Mesmo quando alguém realiza alguma atividade individualmente, é social, pois é enquanto ser humano que realiza toda e qualquer atividade. Assim, as atividades pessoais ou coletivas impõem o trabalho social, que precisa do intercâmbio entre os sujeitos para que possa se objetivar. É através da cooperação que o indivíduo reproduz sua existência genérico-humana.

A sociabilidade, destacada por Correia (2011), é a propensão do homem em viver junto a outros e a necessidade em comunicar-se com eles, pois o homem possui uma natureza que é sociável que o leva à convivência com outros da mesma espécie. A necessidade de socialização inerente aos seres humanos possibilita que estes possam estabelecer relações entre si e assim atender as suas necessidades mais básicas. De acordo com Barroco (2009), o ser social, a partir de suas necessidades mais primárias, se junta a outros e dessa forma constroem complexos sociais e novas necessidades sociais. Por que, as condições e maneiras de ser da vida em sociedade são engendradas, no plano simbólico e material, pelo conjunto das relações humanas.

Lessa (1999) destaca que não importa o nível de desenvolvimento de uma sociedade, esta sempre terá uma base natural. A história humana foi e é constituída pela ação dos homens sobre a natureza e sua reprodução biológica. Porém, o ser social se distingue do mundo natural porque enquanto a evolução natural acontece pelo surgimento e desaparecimento de novas espécies de animais ou plantas, “a história humana é o surgimento, desenvolvimento e desaparecimento de relações sociais” (LESSA, 1999, p.1). O autor defende a ideia de que desde os primeiros habitantes da Terra até a atual sociedade capitalista, o animal biológico *homo sapiens* continua o mesmo, o que de fato sofreu alterações foram as relações sociais entre os homens.

Conforme Marx (1983), o trabalho é o fator que diferencia o mundo dos homens da natureza. Ainda que não possa se reproduzir sem a natureza, o ser social se diferencia dela porque é capaz de fazer atividades teleologicamente orientadas, ou seja, é possível ao homem antecipar na consciência o resultado provável das alternativas e assim poder escolher aquela que consideram a melhor e então, a prática será no sentido de objetivar a alternativa escolhida; esse processo é chamado de trabalho (MARX, 1983).

O trabalho consiste na transformação da natureza no que os homens desejam. Durante os séculos, os saberes e habilidades foram sendo obtidos através do trabalho e dando origem aos conhecimentos científicos, artísticos, dentre outros, muito mais aprimorados que os conhecimentos primitivos. Assim, no trabalho o homem além de transformar a natureza, transforma a si mesmo. O trabalho funda o ser social e é “o ponto de partida da humanização do homem, do refinamento de suas faculdades” (Lukács, 1979, p.87).

Ao longo dos séculos, com o surgimento da agricultura e junto com ela a produção excedente, nasce a lucrativa exploração do homem pelo homem. O trabalho se torna uma relação de poder entre os homens, onde os mais poderosos exploram os mais simples. Essa nova forma de trabalho transfere o que antes era a prévia-ideação do trabalhador para a execução de ordens do patrão, ou seja, a execução das prévias ideações do seu patrão. O trabalho então deixa de ser aquilo que forma o homem, o desenvolve como ser social e que vive em sociedade para se tornar um trabalho que aliena o homem. O trabalho alienado, conforme desenvolve Marx (1983), torna-se estranho ao trabalhador, pois lhe submete forçadamente às necessidades de reprodução do capital. É um trabalho imposto e obrigado, pois não há outra forma onde o homem possa achar subsistência, se não na venda da sua força de trabalho. E a ampliação do capital impõe que o trabalho seja cada vez mais explorado, impossibilitando que uma formação social baseada nos polos trabalho assalariado x capital não se torne alienada.

O trabalhador deixa, assim, suas necessidades de lado e se transforma em instrumento para realizar as necessidades de outros, participando do processo produtivo como uma coisa, tendo suas necessidades humanas colocadas em segundo plano. Dessa forma, o trabalho se transforma em alienado pelo capital. Marx (1983) versa sobre esse fato ao dizer que as mesmas relações sociais que desenvolvem as capacidades humanas geram sua alienação, dando lugar ao fetiche e coisificação das relações sociais - assunto esse destacado no capítulo anterior - e muitas são as consequências na sociedade por conta do homem ser tratado como mercadoria. Essa realidade gestada do trabalho impacta toda a sociedade e consequentemente, as relações sociais.

E, quando isso ocorre, é imprescindível uma série de complexos sociais que serão os portadores práticos desse poder de alguns indivíduos sobre os outros. É por isso que

surgem, se desenvolvem e se tornam cada vez mais importantes para a reprodução social, complexos como o Estado, a política, o Direito, etc (LESSA, 1999, p. 7).

Com o surgimento da dinâmica do capital, as forças produtivas se desenvolvem, junto com as formas de organização social e também os sujeitos vão se desenvolvendo. Pois, a fim de viverem numa formação social cada vez mais avançada e ao mesmo tempo contraditória, os indivíduos são obrigados a serem cada vez mais desenvolvidos também, através de conhecimentos, habilidades, aptidões, as quais não lhes eram necessárias anteriormente. O autor Lessa (1999) dá o exemplo da leitura e escrita; esses eram artigos de luxo para as classes dominantes tempos atrás e atualmente tornaram-se algo necessário a todos na sociedade.

Traçando um paralelo com a nossa temática, é possível perceber que quanto mais o crescimento industrial acelerou-se, estimulou a concorrência internacional, gerando produtos que se destacassem no mercado. Com esse desenvolvimento progressivo e contraditório, chegou-se ao estágio de sociedade que vivemos agora: informatizada e cada vez mais envolvida nas tecnologias de informação. E assim como Lessa (1999) cita a leitura e a escrita como exemplo do desenvolvimento obrigatório dos indivíduos, atualmente, o uso da tecnologia também pode ser visto assim. Há alguns anos, celulares *touch-screen* e *internet* banda-larga eram artigos de luxo das classes dominantes, hoje em dia a maioria das pessoas possui um celular com acesso à internet. Existem ações hoje, por exemplo, que somente podem ser feitas através de um meio eletrônico, a exemplo da inscrição para o Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM ou vestibulares, realizando assim uma verdadeira imposição de padrões. E o indivíduo para se adaptar à nova vida em sociedade na era informatizada, precisa se envolver e se render à tecnologia.

É assim que, ao longo de séculos, os conhecimentos e habilidades que vão sendo adquiridos no trabalho terminam por dar origem aos conhecimentos científicos, artísticos, filosóficos, etc., muito mais sofisticados, complexos e bastante distantes daqueles conhecimentos mais primitivos que estão em suas origens. Lessa (1999) diz que o trabalho funda o mundo dos homens, mas a reprodução dele somente é possível pela “gênese e desenvolvimento de relações sociais que vão para além do trabalho enquanto tal” (p.15).

Dessa forma, como o trabalho expressa a relação dos homens entre si no âmbito da reprodução social, o seu desenvolvimento reivindica o desenvolvimento das próprias

relações sociais. E as relações sociais não se desenvolvem sem a mediação de complexos sociais, a exemplo da educação, sexualidade, alimentação, ideologia, política, Estado, etc. Logo, apesar do autor afirmar a centralidade do trabalho, baseado nas ideias de Marx, ele não desconsidera a ação dos complexos sociais no desenvolvimento da sociedade. São as novas necessidades e alternativas concebidas pelo trabalho que vão originar as novas relações sociais que se regulam na forma de complexos sociais (p.6).

Os complexos interagem com o trabalho, gerando assim o “complexo desenvolvimento dos homens que é a reprodução social” (LESSA, 1999, p. 15) e que ganha os contornos de classe na sociedade desigual em que vivemos, pois, como afirma o autor, esses complexos sociais são portadores práticos desse poder de uns sobre outros. Logo, o surgimento e crescimento desses complexos são muito importantes para o capitalismo, pois é através deles que se legitima na sociedade.

Agora o importante é que, nestas novas condições históricas, para que o trabalho possa se realizar é necessário um exército que obrigue os escravos a trabalharem, um Estado que forme e mantenha este exército, uma ideologia que justifique a exploração dos escravos; enfim, para que o trabalho possa se realizar é necessário uma série de complexos sociais que não mais se relacionam com o trabalho senão de modo muito indireto (LESSA, 1999, p.5).

Os complexos sociais são compostos das relações dos homens entre si cujo objetivo é suscitar uma organização dessas relações. Os complexos sociais são distintos e possuem funções sociais diferenciadas. Assim, além da categoria trabalho, as pessoas se relacionam e socializam a partir de outras dimensões também. Dessa forma, o capitalismo utiliza de diversos meios para impor a sua ideologia e dominar, tanto o campo industrial como para além dele, criando uma sociedade submetida, muitas vezes inconscientemente, aos seus ditames. O padrão burguês gera sociabilidades e maneiras de ser para a vida em sociedade.

Com a dimensão informatizada, da mídia e *internet*, o capital utiliza dessas formas para impor maneiras de ser, influenciando na apropriação de bens, modos de pensar, o que consumir, como as pessoas se relacionam entre si, etc. Como já refletimos no decorrer deste trabalho, as marcas e o incentivo ao consumo obtém um espaço cada vez maior na vida privada dos indivíduos e a *internet* é fundamental nisso. Sendo assim, é muito difícil que essa dinâmica não se reflita no modo de constituição do ser dos sujeitos e de suas relações sociais.

O capitalismo impõe um modelo de sociabilidade que faz com que o indivíduo, principalmente quando este está na adolescência, interaja socialmente através de sua imposição de padrões. Suas relações com os outros e consigo mesmo são, em muito, determinadas por sua influência. Silva (2011) destaca que nesta etapa do capitalismo, a vida privada e pessoal é utilizada especialmente para legitimar o sistema, principalmente quando associada à diversão, que é como a *internet* é usada na maioria das vezes pelos adolescentes. Dessa forma, a imposição desse padrão de sociabilidade burguês, vai influenciar na construção das identidades dos sujeitos.

Jacques (1998) afirma que há muitas definições a respeito de identidade, mas em geral, os autores referem-se ao conceito como a soma de características, imagens e sentimentos que a pessoa reconhece como constituinte de si própria. Sendo assim, a identidade diz respeito a um “conjunto de representações que responde a pergunta ‘quem és’” (JACQUES, 1998, p.161). Na literatura estadunidense, a terminologia mais usada, por exemplo, é o “*self*” ou “*self-concept*” que significa “conceito de si”. A autora afirma que por conta das diversas terminologias sobre o tema, acabou-se dividindo, mas não perdendo sua complexidade, o conceito entre identidade pessoal e identidade social. A primeira diz respeito às particularidades e características específicas do sujeito e a segunda aos atributos que apontem a pertença a grupos ou categorias, podendo ser caracterizada como identidade étnica, psicológica, profissional, religiosa, etc., identificando os diversos complexos identificatórios que compõem a identidade.

A identidade é onde são gestados o conceito e a imagem que alguém tem a respeito de si próprio. A resposta à pergunta “quem eu sou?” é resultado de uma articulação entre o papel social, a ação do indivíduo e suas particularidades e das relações nas quais ele está envolvido concretamente (JACQUES, 1998, p.165). A autora afirma que o ser humano se constitui através de uma base biológica que lhe confere possibilidades e condições próprias de sua carga genética, porém,

As características humanas historicamente desenvolvidas se encontram objetivadas na forma de relações sociais que cada indivíduo encontra como dado existente, como formas históricas de individualidade, e que são apropriadas no desenrolar de sua existência através da mediação do outro (JACQUES, 1998, p.162).

O sujeito não constitui o seu “eu” sozinho. Ele possui um caráter ativo na sua relação com o contexto sócio histórico e segundo a autora, trata-se de um processo de inter-relação constante entre o individual e o social. A identidade pessoal é também identidade social e não há como separar as duas. Pois é no dia a dia, em conjunto com a sociedade, que surgem as possibilidades, modos de ser e escolhas, fazendo do indivíduo, ao mesmo tempo, personagem e autor de sua história. E, por meio de suas muitas formas, que na sociedade informatizada e midiática se expressam através da *internet*, televisão, filmes, etc., o capitalismo influencia tanto a dimensão privada, do eu, quanto pública do sujeito, em suas relações com os outros.

Conforme a teoria psicossocial Erikson (1972), é na adolescência que a identidade é forjada, sendo essa a tarefa mais importante dessa fase da vida e fundamental na transformação do adolescente em um adulto maduro. Porém, nem sempre significa que esse processo de construção terminará na adolescência. Para o autor, construir uma identidade significa definir quem o sujeito é, sua concepção sobre si mesmo, seus princípios e conceitos pessoais e quais caminhos quer seguir em sua vida. A formação da identidade é influenciada por fatores intrapessoais, interpessoais e culturais. O primeiro diz respeito a características ínsitas do sujeito e particularidades adquiridas da personalidade, o segundo provém de identificações com outros indivíduos e o terceiro, são os impactos da realidade que a pessoa vive e está exposta, valores e formas tanto comunitárias quanto globais.

A influência do capitalismo na conformação de novas identidades pode ser percebida através dos fatores culturais e externos. Silva (2011) afirma que estamos sob o capitalismo financeiro e este ocasiona mudanças na política, economia e vida social, que como consequência, acabam impactando na cultura, já que esta é produto de acontecimentos históricos. Considerando o fato de que vivemos em uma sociedade de consumo, não tem como pensar a formulação da identidade longe dessa realidade. Silva (2011) diz que o desenvolvimento da identidade não pode ser separado da influência da mídia, prevalecendo o fato de que o sujeito constantemente é desafiado a ser diferente e destacado dos demais, a produzir uma imagem e ao mesmo tempo, ser pertencente a grupos. E isso se reflete principalmente nos modos de ser do adolescente, que como destacamos acima, faz parte de uma fase da vida onde a identidade é construída.

Kellner (2001, p.297) diz que é “como se cada um tivesse que ter um jeito, um estilo e uma imagem particulares para ter uma identidade, embora, [...] muitos dos modelos de estilo e aparência provenham da cultura de consumo”. Ou seja, exige-se uma identidade única, ao mesmo tempo em que modos de ser fabricados repetidamente são empurrados “goela a baixo” das pessoas. Silva (2011) destaca que no Brasil, assim como quase no mundo todo, os meios que produzem comunicação e informação estão concentrados, em sua maioria, pela classe que detém a maior parte da renda produzida. A internet, apesar de trazer a dimensão da “voz” para o povo, propiciando que diferentes atores da sociedade possam se expressar através das telas, também faz parte dos instrumentos midiáticos que influenciam as pessoas a seguir os padrões do capital. Torna-se assim, um espaço de correlação de forças entre as classes, pois ao mesmo tempo em que as opiniões e cultura popular são vistas e valorizadas, por outro, percebe-se um aculturação com o objetivo de difundir a ideologia dominante (SILVA, 2011).

Silva afirma que é importante refletir sobre como os elementos midiáticos (além da *internet*, televisão, cinema, produções, etc) atingem diretamente a vida social dos indivíduos e em consequência, na formação de sua identidade, impactando na forma como o sujeito interage com o mundo a sua volta e consigo mesmo. Pois é no padrão atual da sociabilidade burguesa que se forjam novas identidades na adolescência. O consumo é um fator fundamental nesse processo e portanto, o reconhecimento do indivíduo como sujeito singular, fica, muitas vezes, reduzido a forma como este se insere na sociedade de consumo, sendo reconhecido pelo que tem e não pelo que é. “O que se observa, como consequência, é a tendência à mercadorização da vida e a supervalorização (fetiche) dos bens materiais” (SILVA, 2011, p.273).

Essa realidade pode ser ressaltada na internet através dos inúmeros *vlogs*, *blogs*, *sites* e influenciadores digitais que verdadeiramente ditam uma forma de vida e principalmente, adolescência e juventude: um tipo de cabelo, tipo de tênis, de celular, de foto, de decoração do quarto, de gíria, etc. Sendo assim, a sociedade informatizada e midiática influencia-os, desde a roupa que usam até os lugares que frequentam ou desejam frequentar.

Jacques (1998) desenvolve que a identidade é uma junção do igual e do diferente. Ao mesmo tempo que cada ser humano é único e diferente dos demais, é também nivelado com outros iguais.

Ao mesmo tempo em que o indivíduo se representa semelhante ao outro a partir de sua pertença a grupos e/ou categorias, percebe sua unicidade a partir de sua diferença. Essa diferença é essencial para a tomada de consciência de si e é inerente à própria vida social, pois a diferença só aparece tomando como referência o outro (JACQUES, 1998, p.164).

Kellner (2001), ao falar sobre identidade, destaca que nas sociedades antigas o sujeito possuía uma identidade definida e imutável, determinada de antemão por sua família ou clã. O indivíduo já nascia com sua trajetória de vida definida, em um sistema fixo de tribos, grupos ou parentescos: os quais ele não poderia mudar. A identidade de alguém era ligada ao papel ou função que desempenhava em sua tribo ou grupo e raramente sofria modificações muito radicais. Um garoto que nasceu numa família de caçadores, por exemplo, teria essa função por toda a vida. Segundo Kellner (2001), nessas sociedades não existia as chamadas crises de identidade, pois a identidade não era algo problemático e nem estava sujeita à análise ou discussão.

Com o advento da modernidade, a identidade torna-se mais “móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações” (Kellner, 2001, p.295), e é nessa época que passou a existir a possibilidade de escolha e determinação da própria identidade de acordo com as mudanças da vida e o indivíduo passou a ter consciência de si, podendo refletir constantemente a respeito dos papéis e possibilidades sociais disponíveis (KELLNER, 2001). Jacques (1998) fala que o movimento romântico, situados nos séculos XVIII e XIX, representa o auge da devoção ao egocentrismo e à reflexão a respeito de si mesmo, já recebendo influência das formas capitalistas de produção. Porém, Kellner afirma que os tipos de identidade na modernidade também possuem características básicas e fixas.

Têm origem num conjunto circunscrito de papéis e normas: pode-se ser mãe, filho, texano, escoteiro, professor, socialista, católico, homossexual – ou então uma combinação desses papéis e dessas possibilidades sociais. Portanto, as identidades ainda são relativamente fixas e limitadas, embora os limites para identidades possíveis e novas estejam em contínua expansão (KELLNER, 2001, p. 296).

Silva (2011) salienta essa ideia, dizendo que o processo de consolidação da identidade encontra limitações porque este acontece no contexto dos fatores sociais, econômicos e políticos. Assim, a atual sociedade e toda sua dinâmica interfere na configuração da identidade de seus indivíduos, permitindo a esses reconfigurar sua identidade

conforme o espaço em que estiver inserido. Silva fala a respeito de duas preocupações que precisam ser refletidas sobre esse processo de busca de uma identidade “que nos complete como indivíduos e que garanta o reconhecimento por parte dos demais membros da sociedade” (2011, p. 265). A primeira se resume em ter cautela para que a identidade não volte aos padrões das épocas primitivas, tendo o sujeito que ser de uma forma única e imutável. A outra preocupação está em que o indivíduo não consiga estabelecer uma relação entre as várias áreas em que está inserido, tendo como resultado uma identidade fragmentada e não consolidada. É justamente nesse ponto que muitas pessoas tentam buscar sua individualidade particular, sua característica própria, aquilo que a diferencie do restante do mundo, a fim de conseguir o reconhecimento do “outro” e concomitantemente, preencher a necessidade de definição de um “eu individual único” (KELLNER, 2001, p. 297).

Enquanto, anteriormente, a identidade era um resultado da tribo/clã ou família que o indivíduo nascesse, sendo configurado assim como algo coletivo, atualmente está no campo da particularidade do sujeito. Porém, Kellner vai destacar que, apesar das características de particularidade e subjetividade a que a identidade está submetida nos dias atuais, ela não se vê livre do outro. Isso se deve ao fato de que, segundo o autor, quanto mais possíveis identidades existem, mais é necessário obter reconhecimento para apropriar-se de uma identidade que seja válida socialmente. O indivíduo acaba dependendo do reconhecimento do outro para o estabelecimento de sua identidade pessoal.

CAPÍTULO 4 - O SUJEITO ADOLESCENTE E O MUNDO VIRTUAL: RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

Este capítulo tem por objetivo expor e descrever o processo e resultados da pesquisa de campo, que ocorreu no período de abril a julho do corrente ano. O lugar da pesquisa foi o Colégio Estadual Almirante Álvaro Alberto, escola pertencente à rede pública do Estado do Rio de Janeiro, localizado na Vila Residencial de Mambucaba – bairro do município de Paraty. A escolha desse colégio foi estratégica, pois sua localização era de fácil acesso e porque nele existiam profissionais conhecidos, por ter sido a escola em que a pesquisadora estudou desde a antiga quinta série até o terceiro ano do ensino médio.

A aproximação com a escola ocorreu primeiramente através de uma visita. Conversamos sobre a proposta do estudo com a coordenação pedagógica no mês de abril do presente ano e conforme solicitado, algumas semanas depois retornamos ao colégio com o projeto de pesquisa em mãos. Conversamos com a diretora da instituição sobre a proposta da pesquisa, cujo objetivo era refletir sobre como os adolescentes na atualidade experimentam a *internet* e as redes sociais virtuais e como entendem, se apropriam e reconhecem os impactos das redes em nas suas vidas, cotidiano, na forma como se veem e em suas relações sociais. Informamos que a partir do número total de alunos do ensino médio ali matriculados, precisávamos da participação de ao menos 10% dos estudantes, a fim de termos uma boa amostra para análise.

Destacamos também que nos dispusemos nesse estudo a analisar a respeito da influência das redes sociais virtuais na construção da identidade e sociabilidade do adolescente e a pesquisa de campo nos ajudaria a corroborar ou questionar as análises feitas a partir dos estudos bibliográficos previamente realizados, além de possibilitar a descoberta de novas perspectivas. A diretora prontificou-se a ler com atenção o projeto entregue e marcamos uma data para que ela pudesse dar a resposta definitiva sobre a participação dos alunos.

No mês de maio recebemos a aprovação da pesquisa na escola e marcamos o dia e horário para sua realização. Como o questionário não pressupunha a identificação dos estudantes, a direção achou que não seria necessária a autorização dos pais, portanto o único critério para a participação foi o desejo dos adolescentes em colaborar com a pesquisa. Nossa

proposta de TCC foi apreciada pelo Comitê de Ética do UniFOA, sob o registro No. 70274217.3.0000.5237.

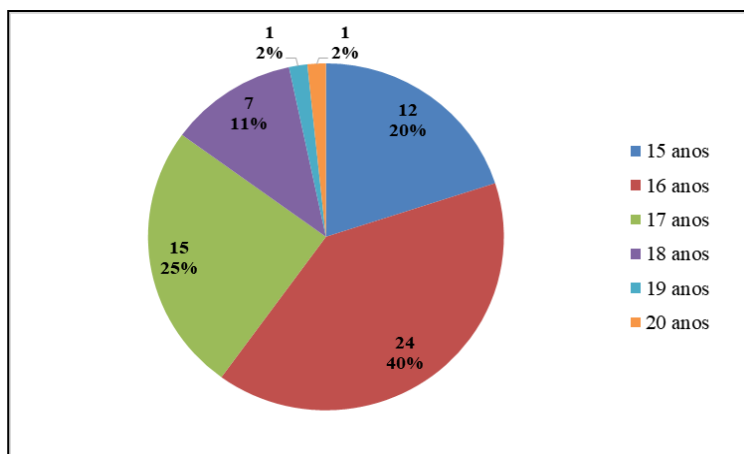
Na data acordada, comparecemos a instituição e a coordenação da escola mediou nossa apresentação com os alunos. Os questionários foram aplicados pela manhã, porque quase todas as turmas do ensino médio estudam nesse turno. O objetivo era que a participação fosse espontânea por parte dos adolescentes e dessa forma aconteceu. Foi apresentado a eles em diferentes salas de aulas, sobre o que se tratava o questionário, que continha um roteiro semiestruturado, contendo duas perguntas abertas e dezoito fechadas. Além de ser explicado que a pesquisa era anônima, portanto deveriam responder com sinceridade e sem necessidade de identificação.

Os adolescentes prontamente se interessaram em participar e demonstraram empolgação em responder as questões. Percebemos que algumas turmas possuíam mais meninas do que meninos e estas se voluntariaram em maior quantidade para participar. Após o recolhimento dos questionários, ao aguardar a diretora na recepção do colégio, algumas adolescentes que não haviam sido abrangidas na aplicação demonstraram curiosidade sobre as perguntas e como ainda havia possibilidade, entregamos-lhes para que pudessem responder também. Como a proposta inicial era atingir 10% dos estudantes do ensino médio, de acordo com o que foi informado pela direção da escola, cinquenta alunos corresponderiam a esse percentual. Portanto, ao finalizar, totalizamos sessenta questionários respondidos, excedendo um pouco os 10% da proposta inicial.

4.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

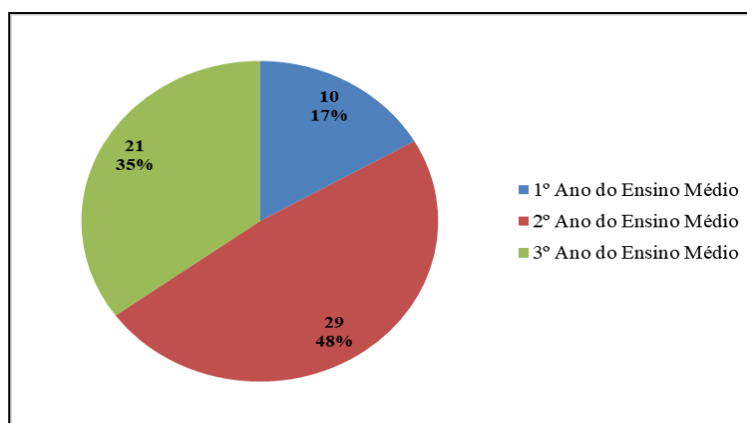
Participaram da pesquisa 60 adolescentes estudantes do 1º, 2º e 3º ano do ensino médio, dos quais 41 são do sexo feminino e 17 do sexo masculino. Também tivemos dois alunos que não identificaram seu sexo. O questionário com perguntas semiestruturadas contou com dezoito perguntas fechadas e duas abertas.

Gráfico 1 – Idade dos entrevistados



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Gráfico 2 – Série dos entrevistados



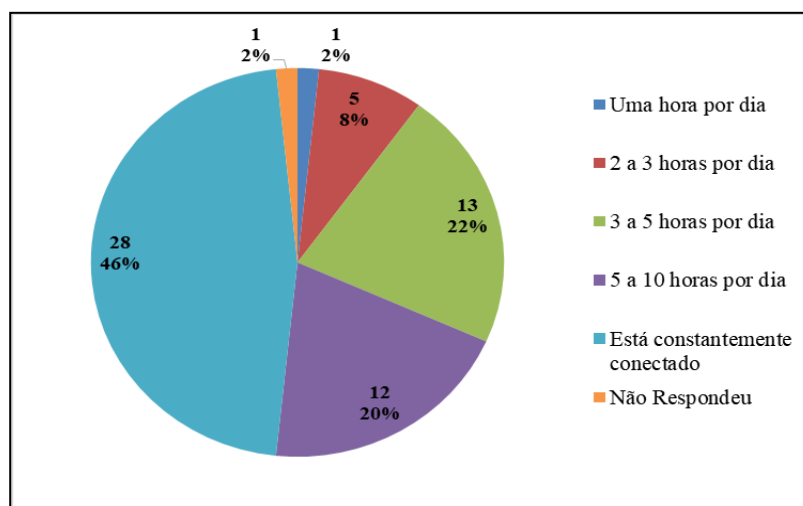
Fonte: Pesquisa de campo realizada

Entrevistamos 60 adolescentes, dentre os quais 10 cursam o 1º ano, 29 fazem parte do 2º ano e 21 estudam no 3º ano do ensino médio. Não estabelecemos um número exato de alunos por série, pois a participação foi espontânea. Dos dez alunos que cursam o 1º ano, nove possuem 15 anos e apenas um tem 17. Entre os vinte e nove do 2º ano, vinte e quatro tem 16 anos, três 15 anos, dois 17 e um 18 anos. Na última série do ensino médio entrevistamos vinte e um alunos, dos quais doze tinham 17 anos, seis 18 anos, o que é geralmente comum, os estudantes completarem a maioria ainda cursando o ensino regular, e apenas uma pessoa com 16, uma com 19 e uma com 20 anos.

Os resultados obtidos com a primeira pergunta revelam que a idade mais incidente na amostra é a de 16 anos, isso se deve ao fato de que a maior quantidade de alunos que se dispuseram a responder o questionário cursam o segundo ano. Também obtivemos o questionário respondido por dois jovens, um de 19 e outro de 20 anos, mas que por ainda estudarem no ensino médio tiveram a escolha de participar da pesquisa sem que soubéssemos suas respectivas idades de antemão. Entretanto, entende-se que por conviverem com adolescentes, muito de suas experiências podem equiparar-se aos dos colegas de classe.

De acordo com o Parecer da Câmara de Educação Básica (CEB) nº 15 de 1 de junho de 1998, a idade que compreende o ensino médio é 15 a 17 anos. Sendo assim, a idade projetada para o primeiro ano do ensino médio é 15 anos, para o segundo ano é 16 anos e para o terceiro ano do ensino médio, 17 anos. Portanto, as idades dos alunos entrevistados correspondem às séries em curso, destacando-se pequenas variações para mais ou para menos, como destacado a cima.

Gráfico 3 – Frequência de uso da Internet



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Noventa e sete por cento dos alunos entrevistados afirmaram utilizar a internet regularmente. Apenas dois alunos, que cursam o 3º ano do ensino médio, afirmaram não acessar constantemente a rede. Dentre eles, um respondeu na questão cuja intenção era saber qual a frequência desse uso, que “está constantemente conectado”. Portanto não há como saber se houve algum erro de interpretação ou falta de atenção ao ler as perguntas.

Com base no gráfico 3, é possível perceber a quantidade de tempo dispensado à internet por cada adolescente. Quase 50% deles afirmam estar constantemente conectados. Proporcionalmente à quantidade de alunos participantes por série, aqueles matriculados no 1º ano são os que mais ficam conectados o tempo todo (70% dos entrevistados). No segundo e terceiro ano também verificou-se que a maioria está constantemente conectada, mas com uma razoável equidade nas opções “3 a 5 horas por dia” e “5 a 10 horas por dia”. A opção “uma hora por dia”, que indica o menor tempo de acesso à internet descrito nessa questão, foi marcado por somente um aluno.

De acordo com as respostas, os horários mais comuns de utilização da internet entre eles são nos períodos da tarde e noite. Poucos afirmam ficar conectados durante o horário de aula (turno da manhã). A utilização mais comum da internet é no contra turno, mesmo que atualmente exista a facilidade em ter a internet a distância de um clique. O contra turno é o período que geralmente os adolescentes não estão na escola, logo, podem utilizar a internet mais livremente. A maioria dos colégios proíbem o uso do celular e da internet em horários de aula.

O resultado dessa pergunta deixa claro o nível de envolvimento dos adolescentes entrevistados com a internet, pois estes já nascem no berço de uma sociedade informatizada e estão, se não o tempo todo, boa parte dele ligados à ela. Uma pesquisa realizada pelo IBOPE em 2016 intitulada “Pesquisa Brasileira de Mídia”, que busca conhecer os hábitos de consumo de mídia da população brasileira, revelou que a faixa etária que mais utiliza a internet no país (51%) é a de 16-17 anos.

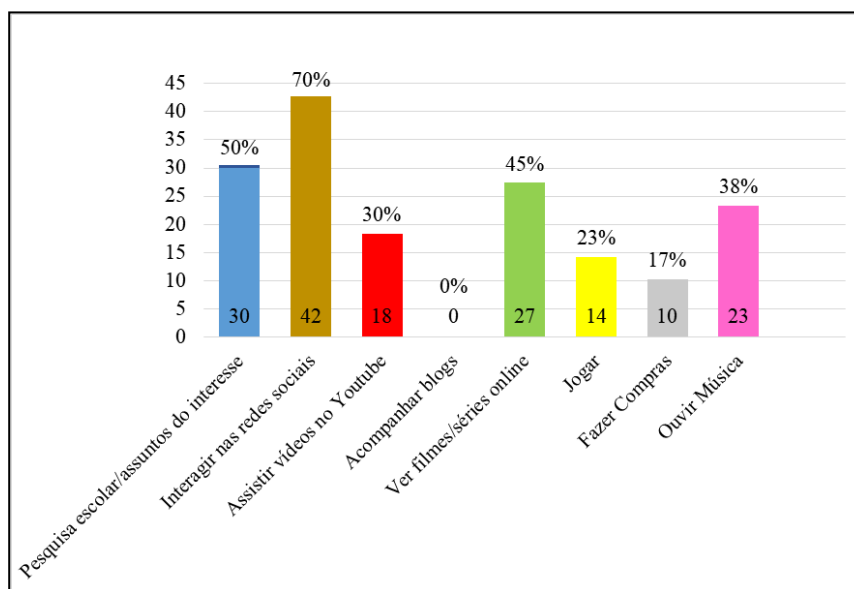
Presnky (2001) ao tratar sobre como as novas tecnologias mudaram a forma como os alunos apreendem os conteúdos nas escolas, destaca que os estudantes de hoje representam as primeiras gerações de pessoas que cresceram envolvidos por computadores, internet e tudo o que as novas tecnologias trazem. É interessante destacar que a análise dele foi feita há dezesseis anos atrás, no ano de 2001, e não vimos nesse tempo nenhuma tendência de diminuição da incidência das novas tecnologias na vida cotidiana. Muito pelo contrário, ela tem avançado ainda cada vez mais cedo na vida dos indivíduos.

De acordo com os resultados de uma pesquisa realizada com o objetivo de conhecer o uso das tecnologias de informação pelos adolescentes em 2013 pela UNICEF, a internet é um instrumento de comunicação que está presente intrinsecamente no dia a dia

dessa faixa etária e possibilita o contato com outras pessoas, acesso a informação e conhecimento, discussões sobre temas que tenham a ver com suas vidas, e inúmeras outras possibilidades que a vida *online* pode oferecer (p.11).

Podemos também comprovar isso através de nossa pesquisa, que traz como o mais incidente objetivo de acesso à internet entre os adolescentes entrevistados, a interação nas redes sociais (70%), ou seja, o contato com outros usuários; em segundo lugar, 50% dos entrevistados acessam a fim de obter conhecimento e informações. Dos 30 alunos que disseram acessar a internet para estudar ou pesquisar assuntos pessoais, 17 estão cursando o terceiro ano do ensino médio, correspondendo assim a 81% dos alunos entrevistados dessa série. Esse dado provavelmente se deve ao fato de que alunos em ano de vestibular e ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) tendem a estudar mais.

Gráfico 4 – Quais objetivos de acesso à Internet



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Ficou evidente também que nenhum deles acessam *blogs*. Porém, é importante observar que três adolescentes, na questão em que se questionava a respeito de quais redes sociais utilizam, afirmaram ser usuários de algum tipo de *blog*, mas não disseram conectar-se à internet com o objetivo de acessá-los. Apesar de atualmente ainda existirem milhões de *blogs*, com o advento das redes sociais de acesso cada vez mais fácil através de aplicativos,

estes foram perdendo um pouco seu espaço, pois até pouco tempo atrás eram febre entre os adolescentes.

Conforme Basmage (2010), *blogs* são uma espécie de diário virtual onde se escreve sobre o dia a dia, mas também podem ser usados para registrar qualquer outro tipo de conteúdo. De acordo com Poli (2007 *apud* BASMAGE, 2010, p.71), o ato da escrita é uma forma de apropriação subjetiva muito comum na adolescência, que é uma época complexa cheia de experiências positivas e frustrações. Os diários sempre marcaram essa fase da vida, principalmente para as meninas.

Posteriormente, com o advento da *internet*, os *blogs* também foram usados para registros pessoais, então, a dimensão estritamente particular das experiências escritas foi aos poucos ganhando novos contornos. Muitos adolescentes e jovens passaram a gostar que outras pessoas lessem o que eles escreviam sobre suas vidas. Dessa forma, muitos alcançaram até a fama na internet através da exposição de sua intimidade. Com a difusão cada vez maior das redes sociais ao longo dos anos, estas se tornaram poderosos espaços para difusão de opiniões e experiências pessoais. As redes *online* passaram a ser os novos *blogs* e diários virtuais na adolescência.

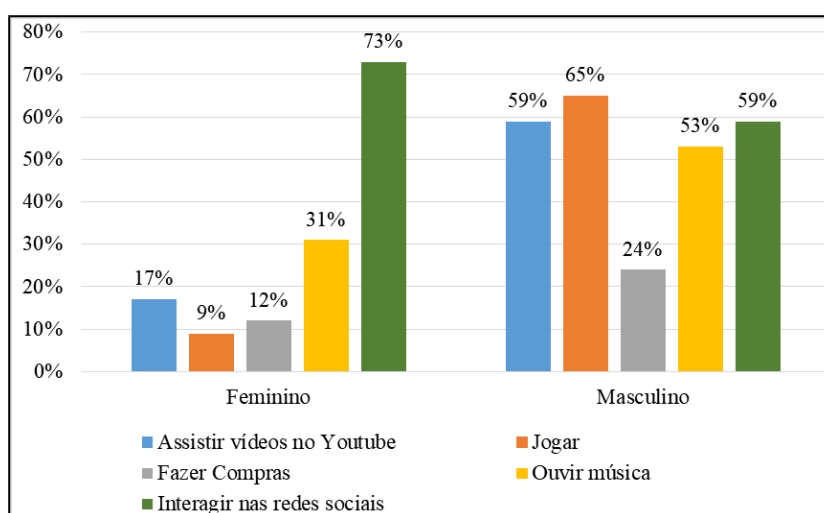
A tela, o teclado e o mouse passam a substituir o caderno, a agenda e a caneta [...]. A realidade é modificada pela ação dos jovens que, desde sempre, renovam a cultura por meio de seus comportamentos (BASMAGE, 2010, p.71).

Certamente, as facilidades para sacar o celular a qualquer momento e registrar seja através de foto, vídeo ou texto o que está acontecendo em seu cotidiano, colaborou para que as redes fossem uma grande vitrine da vida privada. Além disso, esse fato é uma demonstração da qualidade volúvel da internet: algo que faz total sucesso hoje, pode não fazer no próximo ano. O antigo *Orkut*, que há poucos anos atrás angariava multidões de usuários, hoje está extinto e deu lugar ao *Facebook* e outros *sites*. Vivemos em uma sociedade que quer tudo muito rápido e cada vez mais moderno. A velocidade de mudança dos aparatos tecnológicos e suas formas de uso comprovam isso o tempo todo. Mas, ainda que as características das redes sociais virtuais mudem, é possível imaginar uma sociedade em que elas deixarão de existir e ser componente tão significativo nas relações sociais?

A opção “Ver filmes e séries online” no gráfico 4, a qual 45% dos entrevistados optaram por marcar demonstra a tendência atual da perda cada vez maior da audiência da tradicional televisão por parte dos mais jovens, dando lugar aos outros tipos de telas e programações. De acordo com os resultados da pesquisa *Digital Democracy Survey* (KLEINA, 2014), os adolescentes e jovens assistem séries e filmes mais por computadores e smartphones ao invés da TV. O aparelho continua chamado a atenção dos mais velhos, não conseguindo o mesmo sucesso com os mais novos. A facilidade em ver os seriados ou filmes que quiser, na hora que escolher, sem depender de conteúdo imposto ou programação pré-definida, é certamente um fator importante nessa relação. Inclusive esse é um dos grandes motivos que estão fazendo as marcas invadirem todos os espaços virtuais possíveis com suas propagandas: o público jovem, em grande escala, está presente ali.

Os principais motivos de acesso à internet então, são: Interagir nas redes sociais, pesquisa escolar ou assuntos em geral, ver filmes/séries online e ouvir música. Em relação ao gênero, algumas respostas possuem a mesma porcentagem entre meninos e meninas, mas algumas chamam atenção por suas disparidades, como podemos ver através do gráfico:

Gráfico 5 – Diferenças de acesso à internet entre meninos e meninas



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Apesar do *Youtube* angariar para si milhões de seguidores através de diferentes tipos de conteúdo para ambos os sexos, percebemos na pesquisa que os meninos assistem

mais vídeos na plataforma do que as meninas. Esse dado tem sua tendência confirmada por Fragueiro (2016) que no assunto estratégias de mídia social, destaca que as mulheres preferem o *Instagram* e os homens o *Youtube* e *Twitter*.

A diferença significativa entre os meninos que acessam a internet para jogar (65%) e as meninas (9%), marca uma questão clara de gênero. Geralmente atividades relacionadas a jogos e videogame estão mais ligadas ao sexo masculino. Uma pesquisa feita pela Universidade de Bath no Reino Unido (UOL, 2012) indica que os homens preferem os sites de jogos, enquanto as mulheres são mais atraídas pelas redes sociais. Em nossa amostra, 73% das adolescentes acessam para interagir na rede, enquanto 59% dos meninos o fazem para esse motivo. Porém, apesar de ser uma porcentagem alta, jogar *online* é mais popular entre os garotos, com 65%.

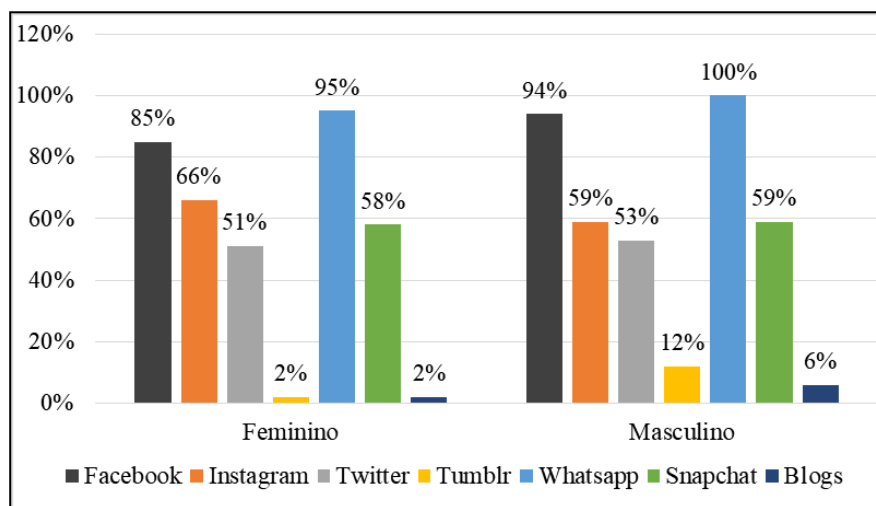
A mesma Universidade havia feito uma pesquisa parecida dez anos antes e esperava que o resultado na segunda versão fosse diferente em relação as diferenças de uso da internet entre homens e mulheres. Porém, o uso da internet acaba por ser um reflexo da própria sociedade, em que ao esperar superar as diferenças de gênero, o uso da internet acaba refletindo e em alguns casos, até agravando as diferenças (JOINER, 2012).

Notou-se que os meninos entram na internet para escutar música mais do que as meninas e 12% das meninas e 24% dos meninos fazem compras pela internet. Esse é um dado curioso, visto que no senso comum costuma-se esperar que as mulheres tenham hábitos de compra maiores que os homens. Nesse dado vemos que o consumo atual atinge os dois sexos, mas como ele acontece para cada um se dá de formas distintas, pois é demarcado pelas diferenças de gênero. Como a sociedade atual influencia o consumismo independentemente da idade e posição, os homens e adolescentes também são influenciados, embora o apelo maior, como explicitaremos melhor a seguir, seja para as meninas e mulheres.

O que a pesquisa vem tratando até agora ao descrever a adolescência como um dos principais públicos das redes sociais é demonstrado através desses resultados. De 60 alunos, 42 utilizam a internet para interagir nas redes sociais. Sendo que, das 41 meninas entrevistadas, 30 utilizam com esse objetivo e dos 17 meninos, 10 assim o fazem. Com uma diferença de quase 15% a mais, as meninas são as que mais se conectam a fim de interagir nas redes. Apesar das adolescentes comandarem o que tange a interação nas redes sociais, não

foram identificadas discrepâncias entre as redes utilizadas pelos meninos e meninas, pois em geral utilizam as mesmas.

Gráfico 6 – Redes Sociais mais utilizadas entre meninos e meninas



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Fragueiro (2016) afirma que junto à participação mais intensa das mulheres nas redes, está o envolvimento dos adolescentes em geral. Esses são os dois tipos de usuários mais incidentes nas redes sociais *online*. E o componente emocional é um grande fator nisso, segundo a autora. Inclusive o apelo ao consumo investe muito mais nesses públicos, onde as marcas e empresas conquista-os através da publicidade suavizada, com fotos emotivas, linguagem amável, cores cálidas. Por isso, o *Instagram*¹ é a rede mais utilizada pelas mulheres. O site *Information is Beautiful* (2016) foi criado com o objetivo de medir a quantidade de usuários das redes sociais, tempo de permanência, quantidade de acessos por dia, etc. De acordo com seus resultados, 53% das mulheres utilizam o *Instagram*.

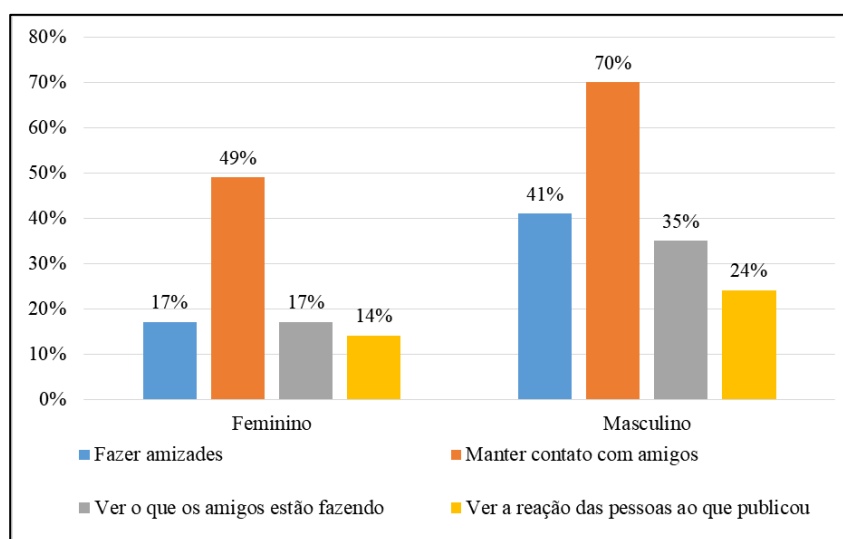
Fragueiro (2016) destaca que as marcas buscam atrair as mulheres e meninas para ganhar sua fidelidade e utilizam as redes para envolvê-las na difusão das mensagens dos seus produtos. As mulheres são mais comunicativas, buscam ofertas, descontos e novidades e se

¹ Instagram é uma rede social de fotos para usuários de celulares com sistemas operacionais *Android* e *iPhone*. Nele é possível o usuário aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com seus seguidores (RASMUSSEN, 2015).

gostam de uma marca, seguem-na e geram um *feedback* enorme. Geralmente os homens só seguem determinada marca se se identificam ou gostam, mas sem estabelecimento de relação com a empresa seguida.

Ávila; Arruda (2015) afirmam que as adolescentes são mais vulneráveis ao consumo e a exposição na *internet* por causa do constante discurso direcionado às mulheres na sociedade, sobre ideais de beleza, comportamento e forma corpórea. As autoras afirmam que o desenvolvimento da imagem corporal é construído durante a adolescência e embora seja algo que diz respeito muito à individualidade, esses ideais são impostos e reforçados socialmente, onde a mídia é a principal comunicadora. As meninas são influenciadas o tempo todo a ter uma imagem e expô-la, assim como seus corpos e beleza, produzindo um incentivo intenso à vaidade que gera objetificação e muitas vezes, sexualização precoce das adolescentes. Esse é um dos motivos para que elas prefiram estar mais nas redes sociais, expondo sua imagem e vida.

Gráfico 7 – Motivos de acesso às redes sociais entre meninos e meninas



Fonte: Pesquisa de campo realizada

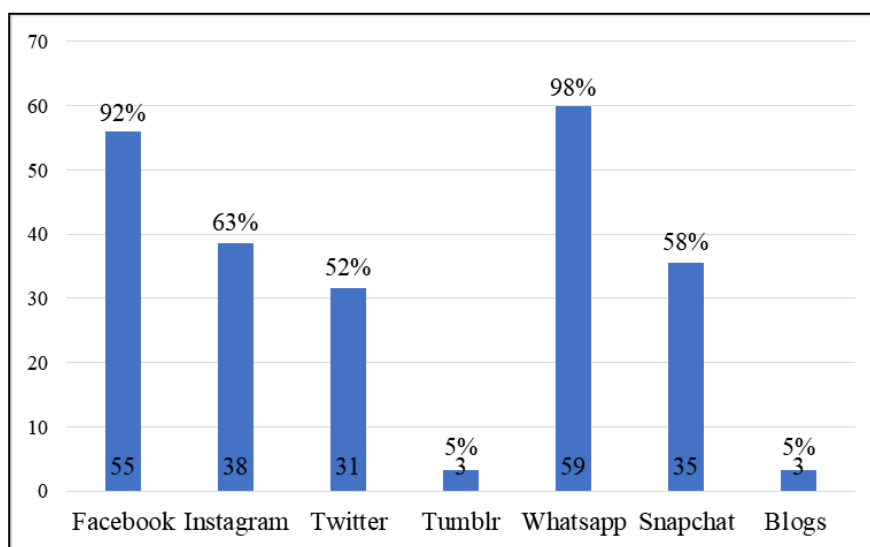
Entre o público da nossa amostra, a rede mais incidente entre os meninos é a *Whatsapp*, com 100% da participação deles. E esse é um aplicativo para troca de mensagens, ou seja, manutenção de contato e relação com outras pessoas. Além do *Facebook*,

com 94% da participação deles, que também é uma rede para contato com outras pessoas e compartilhamento da vida.

Embora os resultados anteriores tenham destacado que as meninas entram na internet mais para interagir nas redes sociais do que os garotos, temos aqui uma disparidade. Ao perguntarmos sobre os seus objetivos nas redes sociais, é possível perceber um envolvimento maior dos garotos no sentido de manter contato com pessoas, fazer amizades e também observar o que os outros fazem e como está sua aprovação perante as pessoas. Porém, ainda assim, o maior objetivo das meninas nas redes continua sendo a manutenção das relações sociais.

O gráfico abaixo demonstra de forma geral quais são as redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes entrevistados:

Gráfico 8 – Redes Sociais mais utilizadas pelos adolescentes



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Assim como já foi demonstrado que mais da metade dos entrevistados conectam-se à internet para interagir nas redes sociais, a maioria deles usam os mesmos aplicativos/sites. O mais utilizado é o *Whatsapp*, rede social de troca de mensagens instantâneas de forma

pessoal ou em grupos, com 98% de incidência. Logo após vem a rede *Facebook*, com 55 usuários, correspondendo a 92% dos entrevistados. Com menos quantidade, porém mais que a metade da amostra, vem os usuários do aplicativo *Instagram* com 63%, *Snapchat* com 58% e *Twitter*, com 52%. Os dados dessa amostra se relacionam aos dados coletados numa pesquisa do CONECTA, plataforma *online* do IBOPE (2015) com mais de 2.000 brasileiros, que divulgou a relação dos aplicativos mais usados no país. Em primeiro lugar está o *WhatsApp*, com 93% de incidência e logo após o *Facebook*, com 79%.

Basmage (2010) destaca que os jovens acabam criando universos virtuais como seu próprio hábitat de interação, informação e comunicação. Assim, a autora confirma que a internet transformou-se no principal meio de expressão da sociabilidade juvenil. A interação e participação com o grupo da mesma idade é de importância ímpar na vida dos adolescentes. Basmage diz que as tribos são um exemplo disso. A necessidade de identificação, de uma linguagem que os identifique e a busca por novas formas de se comunicar se transportam entre a realidade virtual e cotidiana. Não são raros os comentários de educadores a respeito de linguagens da internet interferindo na maneira como os alunos escrevem ou uma situação de conflito na escola ganhar visibilidade nas redes sociais através de uma postagem. Passa a não haver diferença entre um ambiente e outro. Assuntos que começam em um bate papo ao vivo podem terminar nos grupos de *Whatsapp* e vice-versa.

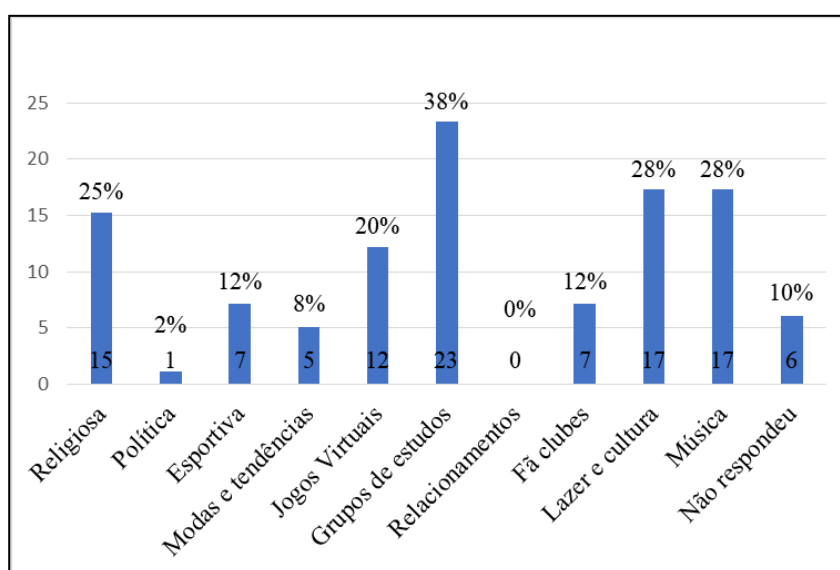
A necessidade da formação de grupos na adolescência diz respeito a própria constituição de sua identidade. Basmage (2010, p.67) diz que os indivíduos constroem a si mesmos no âmbito das relações sociais e a partir delas, “por meio dos grupos que farão parte de suas trajetórias”. Uma das principais características da fase da adolescência é a intensa tendência a relação grupal e a forma como os membros dos grupos se identificam reflete nas suas vivências diárias.

Os grupos são delimitados de acordo com seus participantes e o espaço de cada um dentro deles, mas os próprios participantes são moldados também conforme o grupo. De acordo com Serrão e Baleeiro (1999), o nome próprio, as atitudes e formas de ser do adolescente, como se apresenta e como é visto e chamado pelos membros do mesmo grupo dão a ele uma identidade pessoal que o fará diferente do restante do grupo, reconhecido como

único entre os outros, mas ao mesmo tempo pertencente ao grupo por ter coisas em comum com todos. Como essa fase da vida é marcada pelo constante desejo de aceitação e sentimento de pertencer a algo ou algum lugar, os jovens “buscam sua identidade ao estabelecer quem são, o lugar que ocupam em seu grupo e a posição que podem ocupar na vida em sociedade” (BASMAGE, 2010, p. 65).

Essa realidade também pode ser vista no ambiente virtual. Em nossa pesquisa, 87% dos entrevistados afirmaram fazer parte de algum grupo na internet. Apenas 13% disseram não participar.

Gráfico 9 – Tipos de grupos que os entrevistados participam na internet

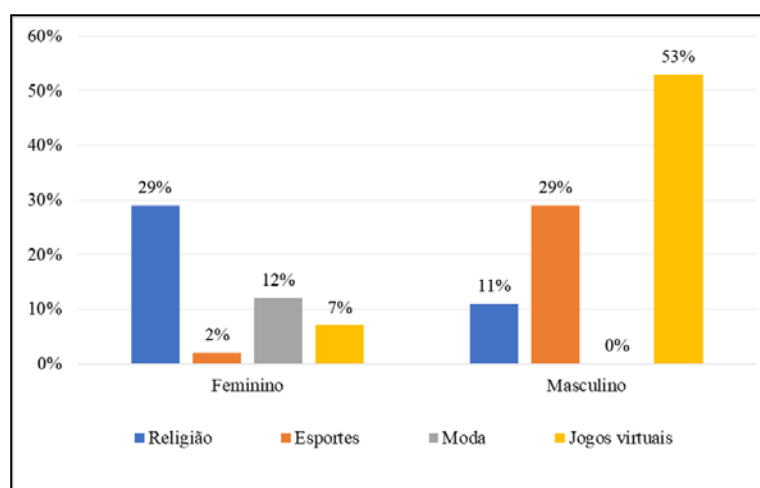


Fonte: Pesquisa de campo realizada

A maior parte dos alunos participam de grupos da internet, sendo 38% deles em grupos de estudos. Dos que marcaram essa opção, 10 são do 2º ano e 11 do 3º ano, o que pode ser levado em conta visto a proximidade com o vestibular. Os dois outros grupos mais escolhidos após esse, são lazer e cultura e música, com 28% cada um. Logo depois, vem os grupos religiosos online que 25% declaram participar. Apenas um adolescente participa de grupos de política na internet.

Em relação a participação dos grupos por gênero, notou-se bastante diversidade. Por exemplo, 29% das meninas participam de grupos religiosos na internet, enquanto os meninos, 11%. Em grupos de assuntos esportivos, há 29% de participação masculina e apenas 2% de participação feminina. Em contrapartida, 12% das meninas participam de grupos de moda e tendências, enquanto nenhum menino faz parte de algum grupo dessa natureza. Dos 17 garotos entrevistados, 9 fazem parte de grupos de jogos virtuais, mas apenas 3 meninas das 41, participam.

Gráfico 10 – Tipos de grupos que participam na internet por sexo



Fonte: Pesquisa de campo realizada

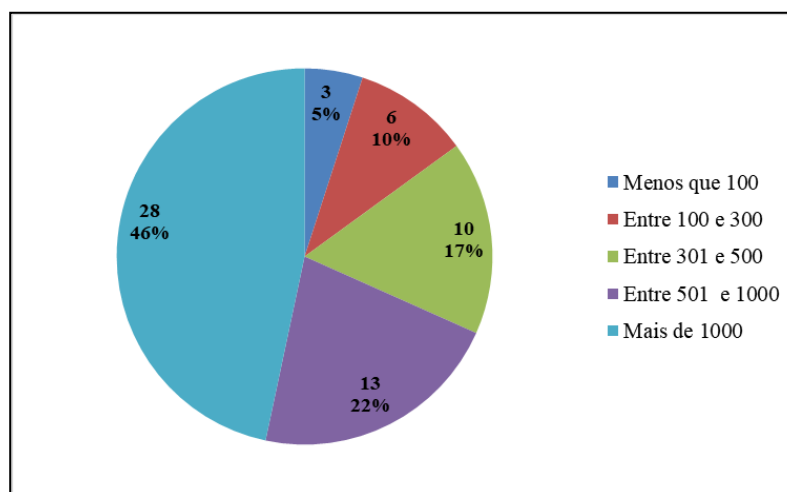
Pelo coletado na amostra, as meninas parecem se interessar mais pelos grupos de estudos na internet, correspondendo a 44%, enquanto os meninos a 23%. Em contrapartida, os meninos se interessam muito mais por assuntos musicais (47%) do que as meninas (17%). Geralmente os adolescentes fazem parte de grupos que identificam quem eles são e o que gostam de fazer. Através disso, eles mostram a si mesmos para a sociedade. Um grupo de garotos que jogam futebol são vistos como adolescentes que gostam de esporte e isso já é algo que demarca a visão dos outros sobre eles. Além disso, dentro desses grupos é possível, através da identificação, construir amizades baseadas em gostos similares e vivências

parecidas. Dessa forma, os grupos são um meio essencial para a construção da identidade e sociabilidade dos adolescentes.

Setenta por cento dos entrevistados afirmam ter amizades estritamente virtuais, ou seja, onde só há relacionamento via internet e não pessoalmente. Trinta por cento, uma quantidade bem menor, afirmam não cultivar esse tipo de amizade. Quéau (1993), há mais de vinte anos atrás já mencionava que o virtual se tornaria o ópio do povo e que era necessário refletir a respeito disso e conter seus usos eticamente questionáveis. O desenvolvimento da internet tem possibilitado o alargamento do número de amigos e comunidades, fazendo com que o virtual ganhe dimensões cada vez maiores na vida privada e em sociedade.

Castells (2003) faz referência entre as transformações que os usos da rede trazem à vida das pessoas e as grandes mudanças resultantes da Revolução Industrial. A exemplo de como as fábricas e a construção de cidades mudaram a dinâmica de vida de uma boa parcela da sociedade. No campo, não havia distinção entre os vizinhos, companheiros de trabalho e lazer. Eram as mesmas pessoas participantes de um mesmo círculo social. Nos emergentes centros urbanos do século XVIII, as diferentes esferas sociais da vida de alguém, possuía diferentes tipos de pessoas. Passou a ser comum ter de lidar com vários desconhecidos.

Gráfico 11 – Quantos amigos possuem nas redes sociais



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Quase a metade dos entrevistados alegam ter mais de mil amigos nas redes sociais. Os outros se dividem entre 100 e 300, 301 e 500, 501 e 1000. Apenas três alunos afirmam ter menos que 100 amigos nas redes sociais. As redes *online* se diferem muito dos outros modelos de redes sociais por diversos aspectos já destacados nessa discussão, mas um aspecto em especial chama a atenção: a possibilidade de contato com centenas de pessoas em um mesmo local mesmo, por exemplo, estando sozinho em casa.

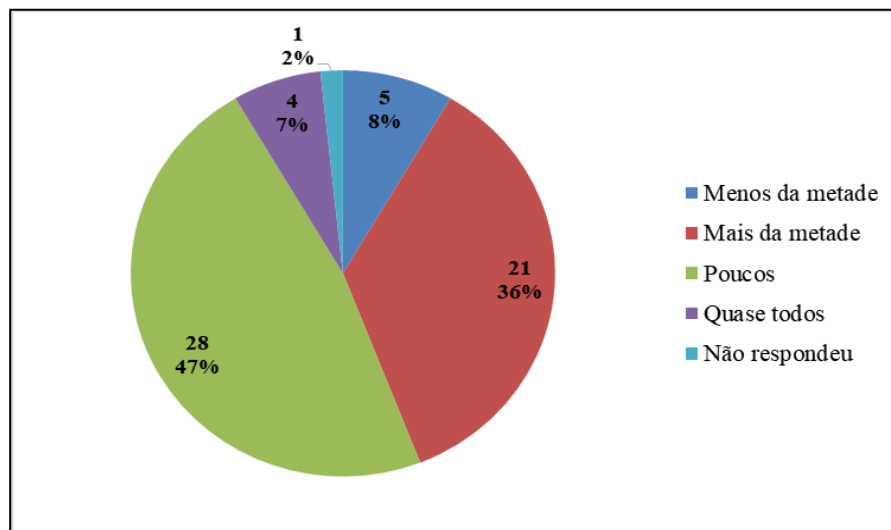
Difícilmente alguém possui de fato mil ou até mesmo cem amigos em seu dia a dia, mas a internet possibilita que você chame uma pequena multidão de “amigos”, que sabem da sua vida através de tudo o que posta e compartilha nas redes sociais. Porém é importante pensar se isso pode ser considerado amizade. Que nível de laço pode ser mantido com mais de 100 pessoas?

Terzis (2012) complementa que o envolvimento com muitas pessoas, sem ter relacionamentos próximos solidificados, pode levar a solidão. Os milhares de amigos listados numa rede social podem trazer alguma certeza de companhia? Certamente não. Podemos comparar essa realidade com as ideias de Goffman (2007): as pessoas tornam-se artistas diante de um espetáculo, um local cuja vida é documentada e revelada a qualquer um. Basta clicar no botão “aceitar” ou “adicionar” amizade. Como destaca Terzis (2012), na atualidade os usuários das redes sociais estão mais propensos a expor suas vidas do que escondê-las atrás de um perfil. Aceitar milhares de conhecidos como “amigos” e expor suas vidas a eles é, como diria Sibilía (2008), transformar sua vida pessoal em um espetáculo. Os perfis pessoais nas redes se transformaram em vitrines, onde a mercadoria do “eu” fica constantemente exposta.

Dos 60 alunos entrevistados, 21 possuem mais da metade dos amigos estritamente virtuais nas redes sociais. A maior porcentagem de resposta à essa questão foi “poucos”, com 28 marcações. É possível constatar que apesar de 46% dos alunos declararem, no gráfico anterior, que possuem mais de mil amigos nas redes, apenas 36% dizem que mais da metade são amigos apenas virtuais; 47% afirmam ter poucos amigos somente virtuais. É difícil que alguém tenha tantos amigos pessoais, como destacado nas discussões anteriores. Logo, é possível salientar que geralmente, nas redes sociais, as pessoas conhecidas, seja da escola,

família extensa, igreja, bairro, etc., costumam adicionar uns aos outros, sem necessariamente ser considerados “amigos” virtuais ou pessoais: apenas “conhecidos”.

Gráfico 12 – Da quantidade de amigos presentes nas redes sociais, quantos são estritamente virtuais



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Os “nativos digitais” têm vivido e construído uma sociedade em que o “face a face” é, em muitas vezes, substituído pelo virtual, dando lugar em vários momentos para a construção de relacionamentos efêmeros e fragilmente ligados pela tela de um *smartphone*. A sociabilidade dos adolescentes é influenciada de tal forma, que se torna comum ser amigo de uma pessoa virtualmente por bastante tempo, sem de fato conhecê-la pessoalmente. Essa realidade possui o seu lado positivo, pois proporciona uma maior interação com pessoas diferentes, porém, até que ponto ela seria saudável? O adolescente, que vive seu processo de maturação e transição para a fase adulta estaria pronto para manter os riscos que amizades tela a tela podem trazer?

Não tentamos aqui descaracterizar a legitimidade de relacionamentos gestados via computador/*smartphone*. Porém, é necessário fazer questionamentos e ponderações a respeito dessa nova dinâmica na sociedade, principalmente ao tratarmos sobre a adolescência e sua vulnerabilidade diante de muitas situações na sociedade. Todavia, os contatos através das

redes, por serem virtuais, não podem ser considerados irreais. A esse respeito, Terzis (2012) destaca que muitos os que refutam o desenvolvimento de relações humanas via *internet* costumam tratar o virtual como algo essencialmente irreal.

Embora o termo “virtual” possa fazer referência a algo que existe apenas como faculdade, possibilidade e não possui efeito real, o virtual vinculado ao computador e *internet* diz respeito a tudo o que se passa dentro deles: desde os códigos do disco-rígido do computador até as conversas codificadas em 0 e 1. Logo, qualquer envolvimento via *internet* ou computador passou a ter a denominação do virtual, não porque seja irreal e sim, porque faz parte da dinâmica do computador e *internet* em si. Tratar os relacionamentos gestados virtualmente como irreais é no mínimo, um equívoco.

Terzis (2012, p.7) diz que “ainda que falsos e mentirosos também circulem pela *internet*, nenhum relacionamento é falso ou ilusório apenas pelo fato de se realizar via *internet*”. A “virtualidade real” pode ser caracterizada quando as vivências cotidianas das pessoas adentram o âmbito virtual do computador e os dois se mesclam. Embora alguém esteja no Rio de Janeiro e a outra pessoa na Bahia, ao conversar virtualmente, aquele momento não é irreal. Ele existe, só é experienciado de uma forma diferente que um bate papo formal cara a cara. “Relacionamentos reais são aqueles em que as pessoas se sentem suficientemente ligadas para dar-lhes real importância. Não tem necessariamente a ver com presença física” (Turkle, 1999, p.119). O autor destaca que o que de fato pode ser considerado irreal em relação às vivências na *internet*, são os jogos eletrônicos e simuladores de realidade.

Apesar de serem considerados reais, os tipos de relacionamentos gerados na *internet* tendem a ter a fragilidade como característica principal. Bauman (2004) salienta que a *internet* é marcada pela volatilidade dos relacionamentos interpessoais, onde os relacionamentos são mais descartáveis e superficiais. O autor possui o conceito da “modernidade líquida”, uma época onde tudo é líquido, inclusive as relações, que são temporárias e passageiras. Em entrevista concedida a Conferência Fronteiras do Pensamento (2011, informação verbal), Bauman conta que um viciado em *Facebook* enalteceu-se, dizendo que havia feito 500 amigos em um dia. Bauman retorquiu falando que tinha 86 anos de vida e não havia conseguido fazer 500 amigos.

O autor, a partir daí, questiona o significado de amizade nos dias atuais. Ele destaca que os jovens de hoje estão acostumados ao conceito de rede na *internet*, as pessoas nascidas há mais tempo eram acostumadas ao termo comunidade e “laços humanos”. Bauman diz que a comunidade precede o sujeito, pois ele nasce em uma comunidade. Porém, ao contrário da comunidade, a rede é mantida por duas ações básicas: uma é se conectar e a outra é se desconectar.

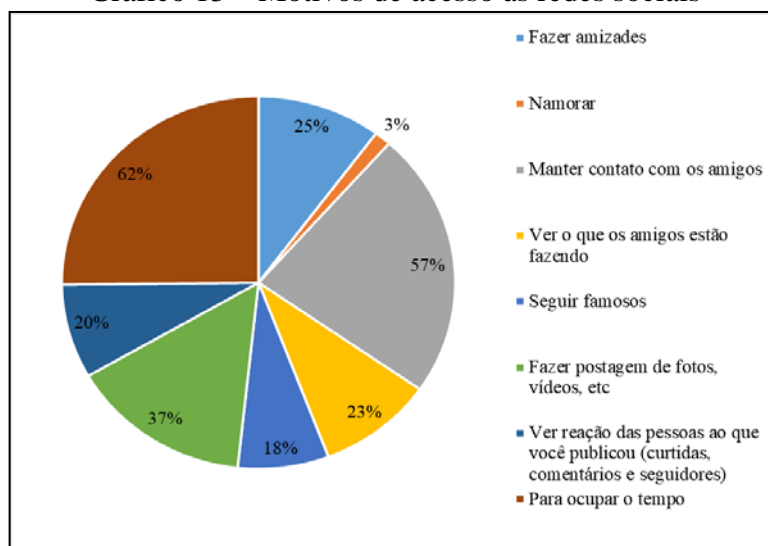
O autor diz que o que é mais atrativo nas amizades *online* é o fato da facilidade em se desconectar. A possibilidade de fazer amigos e se conectar a eles é fácil, mas acabar com essas relações ao se desconectar é mais fácil ainda. Ele diz que relacionamentos físicos dão trabalho para serem construídos e ainda mais para serem acabados, porém na *internet* a pessoa “aperta *delete* e pronto”. É claro que na dinâmica dos relacionamentos, mesmo que gestados na *internet*, não é possível considerar que não haja algum tipo de sofrimento com o rompimento: isso é uma condição pessoal e de nível de envolvimento. Porém, as nuances das relações sociais vividas no âmbito das relações concretas têm mais dificuldade em serem finalizadas. O autor está aqui tratando de uma tendência geral: a fragilidade das relações virtuais. A facilidade na criação de laços e rompimentos desses demonstra que todos estão numa multidão, mas ao mesmo tempo solitários.

O próximo gráfico demonstra os objetivos dos adolescentes ao acessarem as redes sociais *online*. A maior parte dos alunos (62%) declaram acessar as redes sociais para ocupar o tempo. De acordo com uma pesquisa realizada pela CNN (UNDERWOOD, 2015), esse motivo é um dos principais entre os adolescentes que acessam as redes sociais e está totalmente ligado a sensação de tédio. Segundo as informações coletadas pela emissora, adolescentes tem cerca de um acesso nas redes a cada dez minutos e o principal motivo para checar tantas vezes as redes, segundo 80% dos entrevistados, é porque eles se sentem entediados. Esse dado, em menor porcentagem, mas não menos relevante, também é visto em nossa mostra e combinado às outras informações debatidas aqui a partir dos resultados, revela uma grande dependência da *internet* e das redes sociais por parte dos adolescentes.

A partir desse dado é importante pensar sobre como a sociedade tem propiciado aos adolescentes e até às crianças suas vivências e experiências. Antigamente, sem acesso

fácil à internet, jogos eletrônicos, celulares e computadores, a infância e adolescência era vivida no espaço público: ruas, praças, etc., através de brincadeiras e atividades externas. Hoje, com todo aparato tecnológico, aliado a violência crescente e medo de ficar exposto e sofrer algum tipo de dano, as pessoas tendem a se aprisionar em suas casas e condomínios, e principalmente os mais jovens, sobre quem os pais tendem a não permitir o espaço da rua. A vivência externa da adolescência é cada vez mais diminuída, ao passo que suas experiências e relacionamentos passam a ser desenvolvidas muitas vezes através do mundo virtual.

Gráfico 13 – Motivos de acesso às redes sociais



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Obviamente essa não é uma realidade total da sociedade e depende tanto do local de moradia, quanto da classe social e particularidades de cada um. Esses fatores incidem em como os indivíduos vivem a coletividade, porém a realidade descrita acima não deixa de ser a de inúmeras pessoas, e com tendência cada vez maior no cotidiano dos sujeitos, visto que tanto a tecnologia quando os riscos do aumento da violência estão cada vez mais presentes, principalmente nas cidades e centros urbanos.

Quéau (1993) destaca que o fascínio pelo mundo virtual, que afeta principalmente os mais jovens, é resultante da possibilidade deles poderem criar, segundo as palavras do

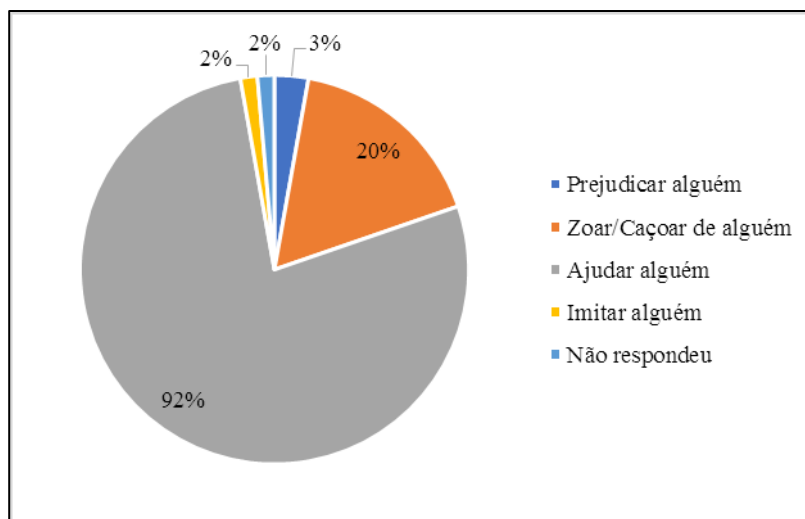
autor, “pequenos mundos” do nada e de certo sentido, habitar nesses mundos. De acordo com Basmage (2010), esse fato pode levar à dependência do adolescente em relação à internet, desde as interações via redes sociais até mesmo através de jogos.

Acima destacamos a fala de Basmage (2010) a respeito da necessidade que os adolescentes possuem de identificação com grupos, e conforme Underwood (2015) afirma, o medo de não se encaixar em um grupo, de ser deixado de lado, faz com que muitos adolescentes fiquem ansiosos para saber como está o seu relacionamento e aceitação entre os amigos. Assim, eles medem sua aceitação e popularidade através de curtidas e comentários, no caso das redes sociais. Em nossa amostra, 20% deles afirmam acessar para ver a reação das pessoas ao que postaram. Frases e legendas como “Estou feia (o) na foto, mas gostei”, “quem gostou curte e compartilha” são muito comuns e demonstram uma dependência da afirmação positiva das pessoas em relação a si.

Em segundo lugar, os adolescentes acessam as redes para manter contato com os amigos (57%) e em terceiro, com 37%, fazer postagens de fotos, vídeos e publicações nas redes. A menor porcentagem foi a de 2%, em que somente dois alunos afirmaram acessar com o objetivo de namorar ou paquerar alguém, embora esse seja um ponto a ser questionado.

Através da pergunta que gerou o próximo gráfico, procuramos identificar características dessas relações tão dinâmicas entre os adolescentes que acontecem dentro da rede. Os adolescentes demonstram através desses dados que as redes sociais podem ser um ambiente de ajuda e contato positivo entre eles. Nesse âmbito, as conversas pelo aplicativo *Whatsapp* ou em outras plataformas de mensagens instantâneas podem se tornar uma espécie de local para desabafo entre amigos, conselhos mútuos, extensão das conversas ao vivo, etc. E apesar da maioria marcar somente a opção de que já ajudaram alguém através das redes sociais, 20% dos entrevistados reconheceram já terem utilizado a rede com o objetivo de caçoar de alguém e 3% prejudicar outras pessoas. Reconhecemos que esse número pode ser maior, principalmente por tratar-se do ambiente cibernético, onde por meio de um perfil e as facilidades de se esconder atrás dele, tudo parece ser possível e sem penalidade.

Gráfico 14 – Já utilizaram as redes sociais com algum desses objetivos



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Recentemente tornou-se conhecido no Brasil e em outras partes do mundo, o jogo da Baleia Azul, um desafio que foi difundido entre os aplicativos de mensagens, em que adolescentes precisavam cumprir desafios como automutilação, degradação de si mesmo, dentre outros, sendo o desafio final o suicídio do participante. O jogo, espalhado em redes sociais como o *Facebook*, foi criado na Rússia e difundido por todo o mundo e o Brasil teve algumas vítimas fatais adolescentes decorrentes desse jogo (RIBEIRO, 2017).

Percebemos, através de movimentos como esses, como o mau uso das redes pode ser prejudicial tanto à saúde psíquica quanto física dos adolescentes. Esse desafio é um exemplo extremo de como as redes podem ser usadas como um mau instrumento de sociabilidade. Existem outros exemplos disso, como o *bullying* cibernético. De acordo com Salles, em discurso a audiência pública realizada pela Comissão Parlamentar de Inquérito - CPI dos maus-tratos a respeito do *bullying* e suicídio entre adolescentes (SENADO, 2017), há uns vinte anos atrás o *bullying* restringia-se a ambientes determinados, como a escola ou a rua; ao chegar em casa, por exemplo, a criança ou adolescente livrava-se da agressão, pelo menos por um tempo. Porém, nos dias atuais, por causa das redes sociais *online*, eles podem receber ameaças, ofensas e humilhações a qualquer hora do dia e exposto para um número maior de pessoas.

A facilidade em registrar informações através de fotos, vídeos ou textos e postar no momento que quiser, aliada a velocidade com que as informações correm na rede, qualquer situação constrangedora que aconteça com o adolescente e postada na rede, em pouco tempo o país inteiro está vendo, e “o impacto disso para uma personalidade em formação é avassalador” (SENADO, 2017).

A pesquisa “Nós, Jovens Brasileiros” realizada pelo Portal Educacional (2012), que mapeou o comportamento nas redes de mais de 4 mil adolescentes revela que 6% dos participantes já apareceram nus ou seminus em fotos nas redes sociais e o mesmo percentual já mostrou suas partes íntimas para desconhecidos na internet. Bouer (2012 *apud* Portal Educacional, 2012), diz que esse fato reforça a percepção de que o adolescente acredita que a tela e a distância relativizam o risco do perigo, ou que imaginam não ser algo tão grave. Porém, na maioria das vezes essas fotos não ficam sob os cuidados apenas de quem a recebeu. Elas correm pelas redes. E de acordo com a pesquisa, as meninas são muito mais suscetíveis a isso, acreditando que chamarão a atenção dos meninos, enviam fotos. Esse é um dos resultados da objetivação da mulher que tanto é vista na sociedade e que discutimos acima.

De acordo com Tomaz (2014), em novembro de 2013 uma adolescente de 17 anos se suicidou em Parnaíba (PI) depois que um vídeo dela tendo relações sexuais começou a circular nas redes sociais. E, infelizmente, esse não é o único caso. O artigo 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) qualifica como crime grave a divulgação de fotos, gravações ou imagens de crianças ou adolescentes em situação de sexo explícito ou pornográfica e compreende qualquer situação que os envolva em atividades sexuais explícitas, reais ou simuladas, ou exibição dos órgãos genitais de uma criança e adolescente. Prevê pena de 3 a 6 anos de reclusão e multa para quem publicar materiais que contenham tais cenas com menores de 18 anos.

Os adolescentes são sujeitos de direitos e possuem uma lei que os resguardam. Quando são expostos a situações como essas, tem seus direitos infringidos e podem ter consequências sérias de ordem psicológica e social.

A exposição utilizada por esse público que está em processo de desenvolvimento da maturidade, pode ser levada a níveis drásticos. Um exemplo disso é o caso de uma

adolescente de 12 anos que se suicidou e transmitiu todo o processo em um vídeo ao vivo no Facebook. A fatalidade aconteceu após a mesma ser abusada sexualmente por um familiar (GAROTA..., 2017). Segundo o jornal, a adolescente já possuía o hábito de fazer vídeos ao vivo e inclusive, as transmissões da sua morte ainda estão disponíveis para visualização em sites como o *Youtube*. É importante refletir a respeito da responsabilidade do Estado, da família e da sociedade em tudo isso. Para Neme, professora na Universidade Estadual de São Paulo em entrevista a Balmant (2012), o problema é que os adolescentes estão sozinhos, os pais estão longe, a escola não possui espaço de escuta e assim a *internet* parece suprir a ausência.

A sociedade civil vem tomando atitudes no sentido de combater esse tipo de ação. O Centro de Valorização da Vida (CVV), que também participou da audiência pública na CPI dos maus tratos a respeito do *bullying* (SENADO, 2017), presta serviço gratuito de apoio emocional e prevenção de suicídio há 55 anos no país através de ligações telefônicas e agora também oferece o serviço através de *chats* na *internet*. Os atendimentos por chat chegaram a 30 mil pessoas em 2016 e mais da metade desses contatos foram de jovens entre 13 e 19 anos de idade.

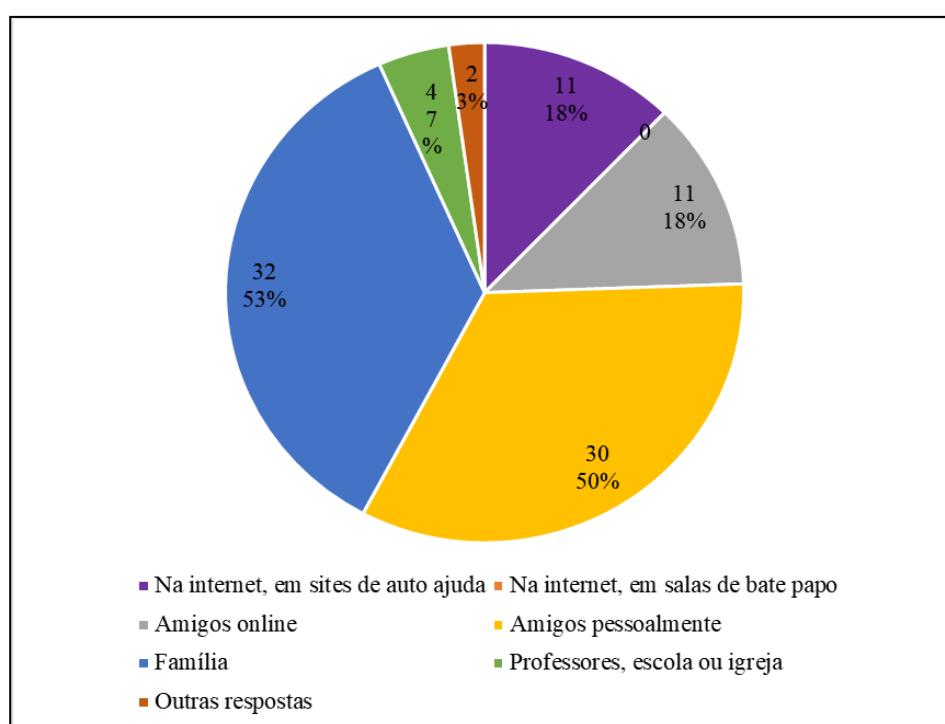
Esses dados trazem a importância da reflexão a respeito do uso da *internet* e como este pode se tornar um espaço que fira os direitos dos adolescentes. É preciso desenvolver ações que garantam seus direitos, inclusive no ambiente virtual, local onde passam uma quantidade considerável de seu tempo.

O ser humano é composto por subjetividades, sentimentos e experiências. Na adolescência, essas dimensões parecem ganhar uma nova intensidade. São muitas descobertas, aliado ao inevitável desenvolvimento, e como os adolescentes procuram ajuda em momentos de dificuldade indica sobre onde suas relações estão solidificadas. Na questão em que os questionava a respeito de como procuravam ajuda quando estavam com problemas, podemos perceber que o relacionamento pessoal continua sendo muito importante para eles.

Os entrevistados continuam vendo na família (53%) e nos amigos pessoalmente (50%) aqueles com quem podem de fato contar e procurar ajuda. Embora a dinâmica da *internet* os leve a passar quase todo o seu tempo em contato com outros via redes sociais,

ainda assim, essa realidade não parece substituir a importância que os relacionamentos “ao vivo” trazem. Como destacado anteriormente, as relações na *internet* costumam ser muito mais superficiais e sem laços profundos como os pessoais. Em nossa legislação, a família possui papel de protetora e também a sociedade a enxerga como importante agente privado de proteção social (SOUZA, 2015). É um desafio falar a respeito de família, pois esta possui várias dimensões, particularidades e formações.

Gráfico 15 - Como procuram ajuda quando estão com algum problema ou dificuldade



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Não há um modelo único de família, porém, de acordo com Souza (2015), o conjunto das trajetórias que seus membros carregam afetam cada um individualmente, de forma diferente, perpassados pelos fatores econômicos, sociais, políticos e culturais. Apesar de ser o resultado de uma construção também histórica, a família carrega em si o espaço do cuidado, da proteção e socialização dos indivíduos, sendo a primeira referência do sujeito.

Souza (2015) afirma que a mesma se constituiu em um canal de iniciação e aprendizado dos afetos e das relações sociais. Mesmo que sejam experienciadas de formas diferentes pelas milhões de famílias existentes na sociedade. Através de nossa pesquisa é possível perceber que esse papel de proteção é importante na adolescência, pois a família mostrou-se como a primeira instância de suporte em momentos difíceis para mais da metade deles.

Há também aqueles que procuram ajuda com os amigos pela *internet* e aqui podemos considerar tanto os unicamente virtuais como os que convivem fisicamente, mas que também se falam por meio do *smartphone*. A busca de ajuda para os problemas na *internet* ou com amigos virtuais, pode causar uma sensação de proteção aos adolescentes, pois segundo Tarzis (2012), muitos possuem medo de serem reprovados ou não compreendidos ao contar algo para sua família e até mesmo amigos. O possível *bullying* e críticas fazem com que muitos procurem ajuda sozinhos, navegando em mar de *links* de *blogs* e *sites* pela *internet*. Ou confiando em alguém que talvez não conheça tão intimamente.

A facilidade em alguém se passar por outra pessoa nas redes sociais potencializa o perigo de aliciamento, pedofilia e abuso. Daniel Cotrim assessor técnico da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV), em entrevista cedida à Cordeiro (2017), afirma que há diversos casos de abuso que chegam à APAV em que o autor dos atos começou através da internet para conseguir um contato mais próximo com as vítimas. Cotrim discorre que o aliciamento é iniciado por meio da conversa nas redes sociais, passa depois para a ligação da *webcam* e chamadas de vídeos, e demonstração de atos sexualizados, até chegar o momento mais perigoso, que é o encontro pessoal. O assessor da APAV declara que o perigo também está no fato de que por mais que as fotos e vídeos sejam apagados das redes sociais, permanecem para sempre na memória da internet e hora ou outra pode ser encontrado por alguém.

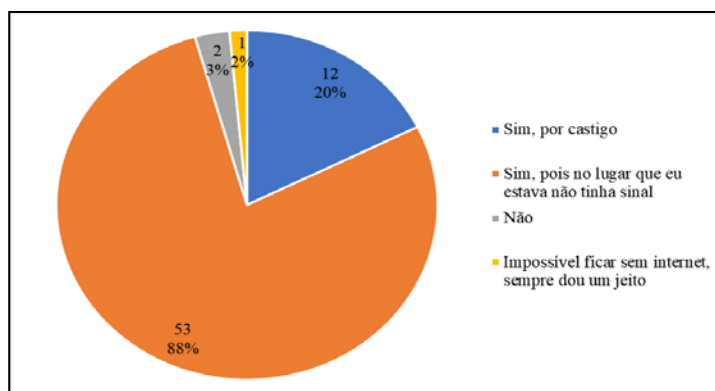
Trinta e seis por cento dos nossos entrevistados afirmam ter mais da metade dos amigos apenas virtuais nas redes sociais. Uma pesquisa realizada por um centro de pesquisa ligado a Unesco (ADICIONAR..., 2014) revelou que 38% dos adolescentes de 11 a 17 anos possui o costume de adicionar pessoas que não conhecem nas redes sociais. Os pedófilos vão conseguindo a confiança do adolescente aos poucos, falando sobre o que eles gostam e se

identificam, até ficar um aliciamento mais claro – e nesse nível, pode ser que o adolescente já não perceba as más intenções, já que a sua confiança foi conquistada.

Siqueira (2015) afirma que a Polícia Federal tem realizado operações com o objetivo de identificar e prender os criminosos virtuais. Ele cita a operação “Anjo da Guarda I e II” que resultou na prisão de alguns pedófilos que atuavam na internet e na casa de todos eles foram encontrados materiais contendo pornografia infantil. No Brasil também foram criados vários sites com o propósito de esclarecer, educar e prevenir casos de abuso sexual e pedofilia na internet. Além de que em 23 de abril de 2014 foi sancionada a lei nº 12.965 que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para uso da internet no Brasil, regulamentando assim seu uso, melhorando sua fiscalização e garantindo direitos no âmbito virtual. E o acréscimo dos artigos 240 e 241 no Estatuto da Criança e do Adolescente contra pornografia infantil e pedofilia na internet, em novembro de 2008, foi fundamental para que o poder público voltasse sua atenção para essa situação que ocorre tantas vezes e viola os direitos das crianças e adolescentes.

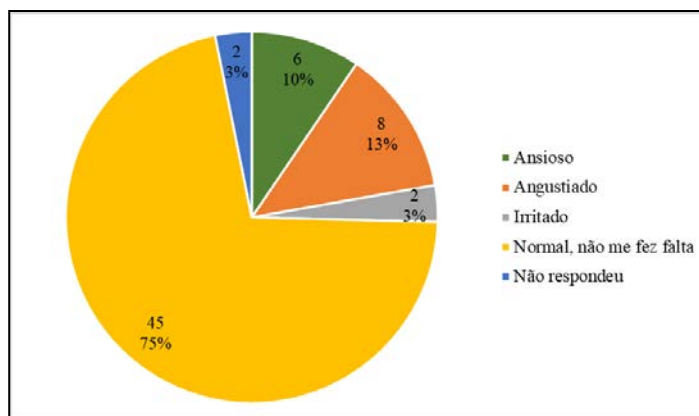
Nos gráficos 16 e 17 estão descritas as respostas dos adolescentes em relação a falta de acesso à *internet*. A maioria deles já ficou sem *internet* por falta de sinal, o que é normal, e 20% já ficaram sem por conta de castigo dos pais. Muitos pais optam por castigar os filhos tirando aquilo que eles mais gostam ou estão envolvidos, e atualmente a *internet* e o celular estão no topo dessa lista, como vemos ao longo da pesquisa.

Gráfico 16 - Já precisou ficar sem usar a internet ou acessar as redes sociais alguma vez



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Gráfico 17 – Como se sente ao ser privado do acesso à internet



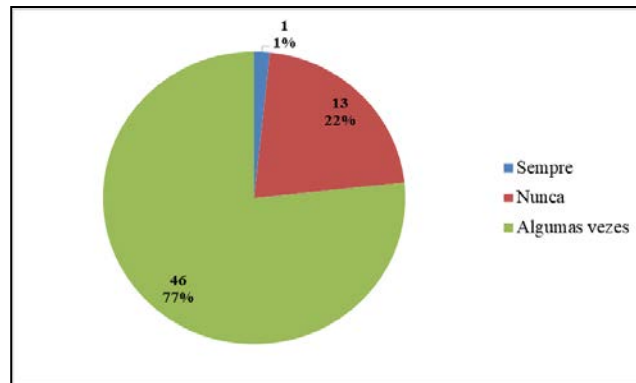
Fonte: Pesquisa de campo realizada

Setenta e cinco por cento dos alunos afirmam que se sentiram normal ao ficar sem acesso à internet, e apenas seis adolescentes disseram ficar ansiosos e oito angustiados. Porém, será que nesse caso, as respostas não seriam passíveis de questionamento? Temos visto ao longo da análise um envolvimento intenso com as redes. Quase todos eles afirmaram se conectar todos os dias, por horas. Como alguém que é tão dependente do acesso a rede pode não sentir falta quando esta lhe é tirada? As outras repostas trazem contradição a essa.

Basmage (2010) alerta sobre os perigos da dependência da internet, que pode afetar as relações com as pessoas ao redor, especialmente no âmbito familiar e escolar. O acesso ao computador e celular interfere na subjetividade e o perigo é que muitas vezes as experiências do dia a dia, fora de casa, são trocadas pelas horas conectadas e quando não se tem isso, a irritabilidade, angustia e ansiedade podem demonstrar claramente a dependência.

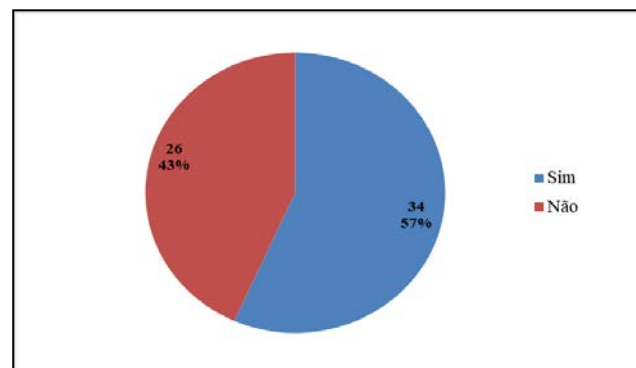
Através do gráfico 18 podemos perceber que os adolescentes têm consciência de que algumas vezes são influenciados pelo que veem nas redes sociais. Como já discutimos anteriormente, a era dos “influenciadores digitais” cria nas redes uma maneira de ser, vestir e pensar.

Gráfico 18 – Considera-se influenciado pelo que vê nas redes sociais



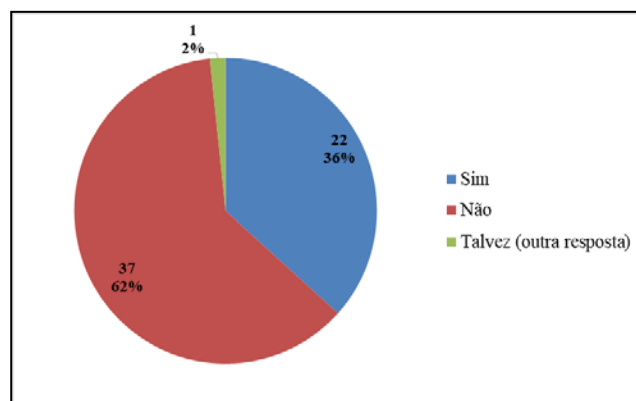
Fonte: Pesquisa de campo realizada

Gráfico 19 – Já foi influenciado a comprar algo que viu a propaganda nas redes sociais



Fonte: Pesquisa de campo realizada

Gráfico 20 – A rotina, escolhas e estilo são influenciados pela internet



Fonte: Pesquisa de campo realizada

O *Google* fez uma pesquisa em 2015 para saber as vinte personalidades mais admiradas pelos adolescentes do Brasil, e dentre elas, dez eram *youtubers*/influenciadores digitais. Esses influenciadores utilizam o exibicionismo nas redes para angariar seguidores. São vários tipos de conteúdos: desde aqueles que falam sobre jogos, até as que ensinam técnicas de maquiagem e dão conselhos amorosos. Inclusive muitos influenciadores são crianças e adolescentes. Sibilia (2008) fala sobre o eu tornar-se espetáculo e na atualidade, essa realidade ganha ainda mais peso com essas personalidades da internet. Mesmo que abordem um tema específico em seus blogs e canais, geralmente a grande pauta dos influenciadores é justamente sua vida pessoal.

Lana (2017) ao falar sobre as contradições da produção audiovisual feminina no *Youtube*, versa a respeito de uma *vlogueira* que admite utilizar o *Youtube* como um diário pessoal e que o conteúdo do material que exhibe é a sua intimidade. A produção dos vídeos, que muitas vezes equivalem-se a profissionais, transforma a vida desses influenciadores como uma novela, em que milhões de pessoas acompanham.

Os adolescentes, por estarem em estágio de desenvolvimento de sua identidade, procuram referências para espelhar suas vidas. Aliado a isso, Silva (2011) diz que os sujeitos, nessa era midiática vão sendo desafiados a se destacar dos demais, a produzir uma imagem e uma aparência que esteja de acordo com a cultura do consumo que vivemos. Porém, ao mesmo tempo, a sociedade exige uma identidade única. Temos um paradoxo, em que os adolescentes, que ainda estão construindo seu eu, precisam se descobrir como sujeito único, porém semelhante à multidão.

Percebemos através dos perfis dos influenciadores um estilo de foto e de efeito, que são largamente copiados pelos adolescentes. Assim, as marcas investem nesses jovens que são seguidos por milhões de pessoas, a fim de conseguir público para seus produtos. Dessa forma, uma maneira de ser e agir ditada pelas grandes empresas do capital vão minando de forma inconsciente as pessoas. Como os adolescentes, por estarem em estágio de desenvolvimento biopsicossocial, muitos não possuem capacidade crítica apurada e acabam por aceitar tudo o que lhes é imposto.

O desejo de compra é muito influenciado por essas propagandas constantes nas redes sociais. Uma adolescente, que ao ver sua *blogueira* predileta usando determinado batom, vai desejar ter um como o dela. E essa realidade também serve para os meninos. Assim, em nossa pesquisa, mais da metade dos adolescentes admitem que já foram influenciados a comprar algo que viram nas redes sociais. Um número bem páreo com o “não” (43%). Tanto as meninas, quanto os meninos, em sua maioria afirmam que já compraram algo pela propaganda que viram nas redes sociais.

Sessenta e dois por cento dos entrevistados não consideram sua rotina, escolhas e estilo influenciados pela *internet*, apesar de 77% terem respondido na pergunta 19, que já foram alguma vez influenciados pelo que veem nas redes. As meninas (39%) admitem que são influenciadas pela *internet*, enquanto apenas 23% dos meninos confirmam. Apesar de durante a pesquisa vermos um intenso envolvimento dos adolescentes com a *internet* e redes sociais, percebemos uma certa resistência em admitir que estas influenciem suas vidas. Como estar envolvido em algo horas do dia e não ter uma vida influenciada por ele? Reconhecemos também que afirmar categoricamente um “sim” ou um “não” é difícil, visto que nem tudo na constituição dos adolescentes tem envolvimento nas redes.

Porém, é importante pensar como essa sociedade conectada 24 horas interfere na maneira que os adolescentes se desenvolvem: suas escolhas, desejos e estilo são direcionados, em muito, pelo capital. Sua sociabilidade é gestada no âmbito das novas tecnologias. A construção da identidade e das relações sociais dos adolescentes sofrem impacto direto da sociedade em rede e é necessário problematizar e questionar seus usos virtuais, além de o Estado, a sociedade e a família assumirem sua posição de proteção à adolescência, para que o mundo *online*, já tão impregnado na vida do adolescente, deixe de ser um ambiente de risco e tenha suas qualidades positivas potencializadas, enquanto as negativas são combatidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet invadiu quase todas as dimensões da vida em sociedade. Se nos dias atuais ela parasse de existir, o mundo certamente entraria em colapso, visto a quantidade de áreas, desde as governamentais até as de âmbito pessoal, que lhes são dependentes. Há alguns anos, apenas as classes mais ricas possuíam acesso às facilidades da rede, porém com a sua popularização, cada vez mais pessoas de diversos locais e classes sociais estão conectadas – desde as crianças até os idosos. A maioria dos adolescentes de hoje não conheceu um mundo isento das tecnologias de informação e por isso suas vidas são desenvolvidas nelas e muitas vezes, através delas.

A questão que norteou este trabalho foi buscar entender de que maneira os adolescentes experimentam as tecnologias de informação - mais especificamente o computador, *smartphone* e *internet* - e até onde conseguem reconhecer os impactos das redes sociais virtuais na composição de si mesmo e de suas relações, tendo como objetivo geral analisar como as redes sociais influenciam na construção da identidade e sociabilidade do adolescente. Conseguimos alcançar os resultados para essas proposições através das análises de livros, artigos, estudos, reportagens e principalmente, por meio da pesquisa de campo.

Foi possível concluir que a *internet* e as redes sociais virtuais possuem tanto aspectos positivos quanto negativos na vivência adolescente. Dentre eles podemos destacar a capacidade de comunicação e interação com outras pessoas sem precisar estar perto para isso. Distâncias são encurtadas e relacionamentos podem ser mantidos por mais tempo através da conversação *online*. Porém, apesar de ser algo positivo, pode transformar-se em negativo à medida que o uso das redes não é, na maioria das vezes, supervisionado. Os adolescentes estão em processo de construção de sua identidade e maturidade, portanto são vulneráveis e nem sempre possuem a percepção do certo e errado e dos riscos que suas ações podem trazer. Assim, ao mesmo tempo que permite uma comunicação ilimitada e oportunidades de contato, a internet também aumenta os riscos dos adolescentes serem enganados através de perfis falsos, tendo por trás pessoas com más intenções, o que pode gerar pedofilia, assédio, abusos... enfim, vários tipos de violações de direitos.

A pesquisa de campo revelou que existe uma grande dependência e um alto nível de envolvimento na *internet* pela faixa etária em tela. Dessa forma, muitas experiências “ao vivo” são trocadas pelas *online*, ocorrendo um esvaziamento da esfera pública e povoamento cada vez mais intenso do mundo virtual, onde o espaço privado do sujeito passa a ter muito mais valor que as vivências em comunidade. Esse é um aspecto negativo, visto que traz como consequência a alienação de muitos adolescentes, que passam horas do seu dia envoltos numa realidade virtual, se abstendo de experiências de crescimento em contato com outras pessoas e atividades. Essa geração tem vivido um isolamento acompanhado, pois está sozinha, mas ao mesmo tempo em contato com vários usuários via redes sociais.

Nesse contexto, as redes sociais *online* se tornam uma grande vitrine da vida privada, onde qualquer foto, vídeo ou opinião postada por alguém pode, em poucos segundos, ser acessada pelo mundo todo. O *bullying* nesse âmbito ganha um contexto diferenciado, visto que antes o adolescente que sofria essa violência, por exemplo, na escola, ao voltar para casa estava livre daquela situação. Porém, atualmente, com a *internet* ligada 24 horas, qualquer exposição de ofensa é postada a qualquer momento e vista por qualquer pessoa. Isso pode gerar grande impacto negativo em uma identidade em formação, resultando em adolescentes inseguros, isolados socialmente, com complexo de inferioridade, que podem desenvolver depressão por meio da vergonha em serem expostos de forma negativa para muitas pessoas e outras consequências piores.

O capitalismo financeiro busca sua legitimação principalmente na vida privada do indivíduo (SILVA, 2011) e através das análises percebemos que as redes sociais são um grande instrumento para propagação do modo de vida do capital, impulsionando o consumismo através de inúmeras formas de marketing e propaganda. Destacamos durante a análise o fato de os influenciadores digitais serem hoje uma das principais inspirações para os adolescentes e esses ícones geralmente usam suas vidas e intimidade para fazer propagandas de marcas e empresas, exibindo suas formas de vida e bens materiais, gerando um enorme incentivo ao consumo. Diante disso, podemos perceber que o capitalismo se utiliza de formas suavizadas de propagandas, conquistando o público não apenas pelas propagandas explícitas, mas principalmente através da venda de um modo de vida.

O Código de Auto-regulamentação Publicitária foi gerado pelo CONAR – Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária, e tem como objetivo regular a publicidade no país e no tocante à publicidade direcionada ao público infanto-juvenil, estipulou formas de proteger mais esse público considerado com personalidade em formação, “presumivelmente inapto para responder de forma madura aos apelos de consumo” (CONAR, 2006).

O Código diz que para essa faixa etária “os anúncios não podem impor a noção de que o consumo proporcionará superioridade ou, na sua falta, inferioridade”. A questão é que a publicidade faz justamente isso: mostra como o possível consumidor poderá ser mais feliz, ficar mais bonito, ter seus problemas solucionados, caso adquira aquele produto. Inúmeros influenciadores adolescentes ou adultos voltados para esse público estão constantemente mostrando como são felizes e lindos (as) usando os produtos que são pagos para mostrar ao público. O resultado disso é que em qualquer encontro de adolescentes da classe média, por exemplo, os adolescentes estarão se vestindo exatamente da mesma forma: a forma que curiosamente, os influenciadores digitais se vestem.

O Código também diz que “os anúncios não podem empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo”, porém, é exatamente isso que os influenciadores mirins fazem. Existem *blogueiros* desde a infância até o fim da adolescência divulgando para seus milhares de seguidores diariamente como seus brinquedos, artefatos, roupas e outros objetos são bons e recomendáveis.

Outro artigo destaca que a publicidade infanto-juvenil deve se abster de “associar crianças e adolescentes a situações incompatíveis com sua condição, sejam elas ilegais, perigosas ou socialmente condenáveis”, porém, as propagandas nas redes sociais não levam em conta a quantidade de pessoas cujas condições financeiras não lhe permitem ter o “mundo de sonhos do consumo” mostrado a todo momento. Assim, muitos adolescentes veem diariamente um estilo de vida capitalista que almejam muito, porém não podem ter por conta de sua realidade social.

O capitalismo fortalece o fetiche da mercadoria, onde os produtos passam a ter mais importância que as pessoas; o ter é sobreposto ao ser e a lógica de consumo nas redes gera adolescentes que são focados no consumismo e acabam perdendo um pouco a lógica de ser quem realmente são, afinal, o capital influencia para que todos sejam como em um modelo padronizado para atingir suas demandas. Isso gera uma necessidade de se adequar a esses padrões, que associado a necessidade de aprovação dos outros já comum a essa fase, intensifica o medo de não ser aceito por talvez não se adequar e não se encaixar por não ter o celular da moda, por exemplo, gerando uma dependência de afirmação muito grande. Assim, o cenário de fantasia criado pelas tecnologias midiáticas gera uma adultização da criança e do adolescente, gerando referências exatas do que vestir, como ser, etc.

Além disso, as redes também geram relacionamentos efêmeros e a sua facilidade em construir e desfazer relacionamentos, aliado a velocidade com que tudo acontece, acaba por desenvolver relações sociais muito descartáveis. Entretanto, percebemos que, por mais que estejam rodeados de relacionamentos virtuais e efêmeros rede a fora, as bases das relações sociais dos adolescentes estão fora dela, pois quando estão diante de conflitos e problemas a maioria procura sua família ou amigos pessoais. Apesar de viverem intensamente a dinâmica virtual, a realidade fora dela ainda é mais importante para eles, por mais que isso não seja demonstrado em suas ações.

Podemos destacar como positivo nas redes sociais a possibilidade do adolescente ter voz para expressar sua opinião. Antigamente, com apenas as mídias tradicionais como opção, os indivíduos só recebiam informações, mas não havia maneira de expor as suas. Com o advento dos *blogs* e redes sociais virtuais, os adolescentes e indivíduos em geral encontraram um espaço para serem ouvidos, gerando conteúdos alternativos aos da mídia tradicional. Então o adolescente fica em uma posição de horizontalidade, não apenas na condição de expectador. Isso traz muitas possibilidades positivas como envolvimento em movimentos sociais e representação de classe, embora seja um ambiente tomado pela dinâmica capitalista através dos incentivos ao consumismo, como destacamos acima, o que resulta na maioria das vezes na perda da capacidade crítica.

Outra situação que podemos destacar como negativa, é o fato de o acesso às redes serem muitas vezes resultado da sensação de tédio e para ocupar o tempo. Com a realidade social que as cidades vivem hoje, com a violência e os perigos da rua, o adolescente muitas vezes é forçado a ficar em casa, preso a aparatos tecnológicos para preencher seu tempo.

Concluimos que as redes sociais virtuais tomam cada vez mais centralidade motivadora na sociabilidade na adolescência e que suas relações sociais tendem a se tornar descartáveis, visto que a rapidez com que a dinâmica da *internet* opera gera a facilidade em conectar e desconectar de pessoas. Podem ser um espaço de desenvolvimento de fortes relações quanto podem potencializar preconceitos e maus comportamentos. Se por um lado essa geração tem muita facilidade com tudo que remeta as tecnologias de informação, por outro, ainda não possui maturidade emocional e social para avaliar as consequências do seu uso.

É necessário, portanto, refletir acerca da responsabilidade do Estado, da sociedade e da família sobre os adolescentes, conforme assegura o artigo 4º do Estatuto da Criança e do Adolescente, protegendo-os como sujeitos de direitos, que precisam ter seu desenvolvimento de forma sadia e livre de todo tipo de violência, ameaça ou risco.

Trata-se de uma proteção conjunta, não podendo ser imputada apenas à família, como muitas vezes acontece. Porém, cabe aos pais e responsáveis fiscalizar e cuidar das atividades virtuais de seus adolescentes, para que consigam prevenir possíveis envolvimento com desconhecidos e pessoas que possam cometer abusos ou pedofilia. A fiscalização é necessária para proteção dos adolescentes, a fim de não serem vítimas e também não serem algozes no mundo virtual. Muitos adolescentes praticam *ciberbullying* contra outros e os responsáveis precisam estar atentos para que esse tipo de comportamento não aconteça. Como estão sob sua responsabilidade e proteção, os responsáveis não devem permitir uma vida virtual ilimitada, onde os adolescentes acessam o que querem no momento em que querem.

É preciso haver diálogo, entendimento dos perigos que as redes podem trazer e seus deveres dentro delas e até mesmo a adoção de mecanismos e programas de controle nos celulares e computadores. A dificuldade encontrada por diversos responsáveis é que muitos

adolescentes dominam mais a forma de funcionamento das tecnologias de informação do que os próprios adultos e assim, esses não sabem como controlar melhor o uso.

A pressão do consumismo em cima da família e a própria dinâmica da classe trabalhadora subordinada ao capital também traz resultados: os responsáveis passam cada vez mais tempo trabalhando, fora de casa, para que possam sustentar a família e também ofertar mais “coisas boas” aos seus filhos. Com o apelo midiático, possuir artefatos tecnológicos tornou-se regra e os pais para agradarem seus filhos muitas vezes compram esses produtos e permitem o uso ilimitado porque há um constante discurso de que é normal ter coisas e usufruir ao máximo delas. A distância formada pelo tempo de trabalho faz também com que muitos adolescentes passem tempo demais sozinhos em casa e sem a supervisão de um adulto, que quando chega do trabalho cansado precisa cuidar de outras áreas da família e acaba não dando a devida importância que essa área precisa.

Além da família, o Estado também precisa se posicionar ainda mais para que o ambiente virtual seja mais seguro para o envolvimento dessa geração de “nativos digitais”. Existem leis como o Marco Civil da Internet, nº 12.965 sancionada em 2014 e regulamentada em 2017, sendo uma lei que traz mais segurança para a internet no Brasil, garantindo a liberdade de expressão, privacidade, respeito aos direitos humanos, exercício da cidadania, etc., em meios digitais. Além dela, existe os artigos 240 e 241 do ECA, que buscam proteger crianças e adolescentes dos riscos de abuso e pedofilia na *internet*.

O Brasil ainda tem falta de legislações que sejam mais focadas nos direitos e deveres do adolescente usuário das redes e as particularidades geradas a partir dessa vivência. O Estado deve desenvolver políticas públicas e ações de prevenção e maior segurança no ambiente virtual e também zelar pela responsabilização de empresas e pessoas por conteúdos inadequados em exposição aberta nas redes. É dever do Estado não apenas criar leis, mas principalmente fiscalizar seu cumprimento e garantir sua efetividade, pois as políticas de privacidade e controle da rede ainda são muito frágeis e facilmente passíveis de fraude, tanto por adultos mal intencionados, quanto por adolescentes que não sabem aproveitar o bom uso das redes.

O artigo 70 do ECA diz que “é dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou

violação dos direitos da criança e do adolescente”, portanto, além da família e do Estado, a comunidade e sociedade também deve zelar pela adolescência, como instância de controle do que é visto e veiculado nas redes, reportando às autoridades qualquer ação que fira os direitos dos adolescentes e também atuando no controle social, observando se as leis estão sendo cumpridas e cobrando do Estado maiores ações nessa área. Segundo Prudencio (2011) a criação de fóruns de comunicação e campanhas que atentem para o tema também são de suma importância, para que a população em geral considere com mais seriedade o assunto.

A tarefa desse controle, portanto, deve estar dividida entre Estado, família e sociedade. E a partir dos resultados do estudo e da interpretação de que o campo virtual pode potencializar tanto bons comportamentos e relacionamentos, quanto atitudes que coloquem os adolescentes em risco, percebemos que esse debate é importante para o Serviço Social visto que o assistente social possui a perspectiva socioeducativa em seu fazer profissional e tem como objetivo viabilizar acesso aos direitos. Os adolescentes são um dos públicos centrais do Serviço Social e entender a dinâmica envolve suas experiências é fundamental para oferecer um atendimento que perceba a dinâmica de vida e cotidiano daquele sujeito. Além dessa reflexão ser necessária no atendimento e acompanhamento de adolescentes com direitos violados, o assistente social também deve ter uma atitude propositiva e de enfrentamento em um contexto que padroniza e leva os adolescentes a serem como o sistema propõe, algo que afeta suas relações sociais e desenvolvimento do ser.

Na atual sociedade capitalista, o incentivo ao consumo desenfreado e os riscos postos na internet podem ser encarados como expressões da Questão Social, que é definida como as contradições e desigualdades existentes no modo capitalista de produção, contradição baseada na produção social de riqueza, mas que é apropriada de forma privada (IAMAMOTO, 2001). Essa dinâmica traz as expressões da Questão Social como consequências na vida em sociedade.

O assistente social trabalha diretamente com essas expressões e busca, através de seu fazer profissional, o enfrentamento e a superação das mesmas. Assim, ao lidar com esse tipo de situação, o assistente social tem como objetivo além de viabilizar o acesso aos direitos, desenvolver um trabalho que seja propositivo, crítico, reflexivo e acima de tudo positivo no

desenvolvimento social do adolescente, levando em consideração sua dimensão pedagógica de trabalho. Afinal, como afirma Iamamoto (2001, p.104) “os assistentes sociais [...] devem apropriar-se das possibilidades teórico-práticas abertas à profissão pela própria dinâmica da sociedade” e os profissionais também são “responsáveis por criar alternativas de ação com base nos recursos e objetivos institucionais e do Serviço Social, relacionadas às demandas dos usuários”.

Logo, é necessário que o profissional se aproprie dos conhecimentos acerca da dinâmica da internet e suas nuances na adolescência, para ter capacidade de direcionar, orientar e instruir tanto os adolescentes quanto seus responsáveis, sabendo se posicionar com um novo olhar para essa área. Sua participação em debates e reflexões nos mais variados espaços de inserção dos adolescentes é importante para desenvolver um olhar crítico e reflexivo a respeito das diversas peculiaridades que povoam o mundo deles. Figueiredo (2011) afirma que se o assistente social não tiver incentivo desde a formação a fim de entender a dinâmica das comunicações atualmente, estes serão profissionais que não conseguirão ter posicionamento frente a sociedade a respeito do assunto e seus impactos nos públicos de atendimento.

Concluimos este trabalho com a certeza da complexidade do tema e do potencial de análise que ele nos provoca, sem qualquer dúvida de que muito mais pode ser discutido. Nosso intuito, porém, não foi esgotar o assunto a respeito das redes sociais virtuais e os impactos na vida dos adolescentes, mas provocar algumas direções de análise e debate a respeito. Ademais, esse estudo nos permitiu pensar sobre como o Serviço Social pode se posicionar nesse cenário de relações cada vez mais virtual, de forma a buscar estratégias criativas e importantes de enfrentamento ao conjunto de violações de direitos que podem ser vividos pelo adolescente.

Diversas outras nuances podem ser exploradas nesse tema, e acreditamos que muitos pontos importantes foram identificados na pesquisa a fim de contribuir para o entendimento da adolescência na era informatizada e de como a família, a sociedade, o Estado e o Serviço Social podem se posicionar, a fim de garantir uma adolescência protegida e com seus direitos garantidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADICIONAR desconhecidos nas redes aumenta casos de pedofilia. **Jornal Hoje**. Rio de Janeiro, ago. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2014/08/adicionar-desconhecidos-nas-redes-sociais-aumenta-casos-de-pedofilia.html>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

ARIES, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1978.

ÁVILA, Ana Paula Holanda Lima; ARRUDA, Danielle Miranda de Oliveira. Vulnerabilidade das consumidoras adolescentes: um estudo em ambiente virtual. **Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación**. Medellín, v.14, n.27, p. 101-121, dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S169225222015000200006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 25 out. 2017.

BALMANT, Ocimara. Cresce exposição de jovens na internet. **Jornal Estadão**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,crece-exposicao-de-jovens-na-internet-imp-,968026>>. Acesso em: Out. 2017.

BARROCO, Maria Lúcia Silva. **Ética e Serviço Social: fundamentos ontológicos**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2009.

BARTKIW, Paula Izabela Nogueira. O poder da comunicação das redes sociais nos movimentos populares. **Revista de Estudos da Comunicação**, v.17, n.42, Rio de Janeiro, 2016.

BASMAGE, Denise de Fátima do Amaral Teixeira. **A constituição do sujeito adolescente e as apropriações da internet: uma análise histórico-cultural**. 2010. 151 f. Dissertação (mestrado) Centro de Ciências Humanas e Sociais - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **A amizade Facebook**. Conferência Fronteiras do Pensamento. Tradução Wilney Ferreira Giozza. Rio de Janeiro: Produção Telos Cultural e Mango Films, 2011. Disponível em: <<http://www.frenteiras.com/videos/a-amizade-facebook>>. Acesso em: Out. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: Jun. 2017.

BRASIL. **Lei 8.069, de 13 de Julho de 1990**. Estatuto da Criança e do Adolescente. Brasília: Ministério da Justiça, 1990.

BRASIL. **Lei 12.965, de 23 de Abril de 2014**. Marco Civil da Internet. Brasília: Ministério da Justiça, 2014.

CALAZANS, Janaina Holanda Costa; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. **Sociabilidades virtuais**: do nascimento da Internet à popularização dos sites de redes sociais online. In: 9º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2013, Minas Gerais: UFOP. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/sociabilidades-virtuais-do-nascimento-da-internet-a-popularizacao-dos-sites-de-redes-sociais-online>>. Acesso em: 14 mar. 2017.

CALLIGARIS, Contardo. **A Adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros**. [S.l.], 2016. Disponível em: <http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM&idUnidadeAnalise=Domicilios&ano=2016>. Acesso em: Ago. 2017.

CONAR. **Código de Autoregulamentação Publicitária**. 2006. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>>. Acesso em: 02 nov. 2017

CONNECTA IBOPE. **Whatsapp é o aplicativo mais usado pelos internautas brasileiros**. 2016. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/whatsapp-e-o-aplicativo-mais-usado-pelos-internautas-brasileiros/>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

CORDEIRO, Ana Dias. Abusos sexuais que começam por conversa na internet. **Jornal Público**, [S.l.], 2017. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2017/06/04/sociedade/noticia/abusos-sexuais-que-comecam-por-conversas-na-internet-1773949>>. Acesso em: 30 out. 2017.

CORREIA, Claudia. Desafios da comunicação para o Serviço Social. In: SALES, M. A.; RUIZ, J. L. S. (Orgs.). **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. São Paulo: Cortez, 2011, p. 358-374.

COUTINHO, Gustavo Leuzinger. **A era dos smartphones**: um estudo exploratório sobre o uso dos smartphones no Brasil. 2014. 60 f., Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

EISENSTEIN, Evelyn. Adolescência: definições, conceitos e critérios. **Revista Adolescência e Saúde**. Rio de Janeiro, v.2, 2005.

ERIKSON, Erik. **Identidade, Juventude e Crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

ESTUDO indica que redes sociais atraem mais as mulheres que os homens. **UOL Notícias**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/06/26/estudo-sobre-internet-indica-que-mulheres-preferem-redes-sociais-e-homens-gostam-de-sites-de-jogos.htm>>. Acesso em: Out. 2017.

FIGUEIREDO, Kênia Augusta. O assistente social na era das comunicações. In: SALES, M. A.; RUIZ, J. L. S. (Orgs.). **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. São Paulo: Cortez, 2011, p. 323-343.

FRAGUEIRO, Soraya. As mulheres lideram a revolução das redes sociais. **Connect Americas**, 2016. Disponível em: <<https://connectamericas.com/pt/content/mulheres-lideramrevolu%C3%A7%C3%A3o-das-redes-sociais-0>>. Acesso em 09 out. 2017.

FROTA, Ana Maria Monte Coelho. Diferentes concepções da infância e adolescência: a importância da historicidade para sua construção. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, UERJ, n.1, ano 7, p. 144-157, 2007.

GADELHA, Julia. **A Evolução dos Computadores**. Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <<http://www2.ic.uff.br/~aconci/evolucao.html>>. Acesso em: 09 abr. 17.

GAROTA de 12 anos transmite seu suicídio ao vivo no Youtube. **Revista Veja**. São Paulo, jan. 2017. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/headlines/garota-de-12-anos-transmite-seu-suicidio-ao-vivo-no-youtube/>>. Acesso em: Out. 2017.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 14ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GUGIK, Gabriel. A história dos computadores e da computação. **TecMundo**. [S.l.], 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/tecnologia-da-informacao/1697-a-historia-dos-computadores-e-da-computacao.htm>>. Acesso em: Jun. 2017.

HAMANN, Renan. Das toneladas aos microchips: a evolução dos computadores. **TecMundo**. [S.l.], 2016. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/9421-a-evolucao-dos-computadores.htm>>. Acesso em: Abr. 2017.

IAMAMOTO, Marilda Vilela. **A questão social no capitalismo**. *Temporalis - Revista da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social*, Brasília, v. 2, n. 3, p. 9-31, jan/jun de 2001.

_____. **O Serviço Social na contemporaneidade: trabalho e formação profissional**. São Paulo: Cortez, 2001.

IBOPE. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. [S.l.], 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

INFORMATION IS BEAUTIFUL. **Gender balance on social networking sites**. [S.l.], 2012. Disponível em: <<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/chicks-rule/>>. Acesso em: Out. 2017.

JACQUES, Maria das Graças. Identidade. In: JACQUES, M. G. et al. **Psicologia Social contemporânea**. Petrópolis: Vozes, 1998.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KLEINA, Nilton. Jovens abandonam Tv's e assistem filmes e séries em outros aparelhos. **TecMundo**. [S.l.], 2014. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/televisao/52870-jovens-abandonam-tvs-e-assistem-a-series-e-filmes-em-outros-aparelhos.htm>>. Acesso em: Out. 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LANA, Lígia Campos de Cerqueira. Heroínas pós-feministas: as contradições da produção audiovisual feminina no YouTube. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 3, p. 1359-1371, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2017000301359&lang=pt#B30>. Acesso em: 23 out. 2017.

LESSA, Sérgio. **O processo de produção/reprodução social: trabalho e sociabilidade**. CEAD, Brasília, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1º Ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LUKÁCS, Gyorgy. **As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem**. São Paulo: Editora Ciências Humanas, 1978.

MANTOVANI, Camila Maciel Campolina Alves. **Info-entretenimento na telefonia celular: informação, mobilidade e interação social em um novo espaço de fluxos**. 2006. 152 f.

Dissertação (Pós-graduação em Ciência da Informação) – Escola da Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2006. Disponível em: <http://www.enancib.ppgci.ufba.br/premio/UFMG_Mantovani.pdf >. Acesso em: 10 abr. 2017.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**. São Paulo: Vozes, 2015.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: BoiTempo, 2004.

_____. **O Capital**: crítica da economia política. Livro I, v.1. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

_____. **O Capital**: crítica da economia política. Livro 2, v.3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

MATOS, Édila Maria dos Santos. **Cachear e Encrespar**: moda ou resistência? Um estudo sobre a construção identitária do cabelo afrodescendente em blogs. 2015. 85 f., Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

McCARTY, Brad. **The History of the Smartphone**. 2011. Disponível em: <<https://thenextweb.com/mobile/2011/12/06/the-history-of-the-smartphone/>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1975.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia política**: uma introdução crítica. São Paulo: Cortez, 2006.

OIKAWA, Erika. Dinâmicas Relacionais Contemporâneas: visibilidade, performances e interações nas redes sociais da Internet. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 91- 110.

PRESNKY, Marc. Nativos digitais, imigrantes digitais. **On the Horizon**, NCB University Press, v. 9, n. 5, Estados Unidos, 2001. Traduzido por: Roberta de Moraes Jesus de Souza.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **A emergência das comunidades virtuais**. In: Intercom 1997 - XX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Santos, 1997. Disponível em: <http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf>. Acesso em: Jul. 2017.

_____. **Interação Mediada por Computador**: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional. 2003. 292 f. Tese de Doutorado (Pós-

Graduação em Informática na Educação) - Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em: < http://www.lume.ufrgs.br/bitstream_id/7759/000449573.pdf >. Acesso em: Jul. 2017.

PIRES, Sandra Regina de Abreu. Marx e o indivíduo. **Serviço Social em revista**. UEL, Londrina. 2000. Volume 3, número 1.

PORTAL BRASIL. **Pesquisa revela que mais de 100 milhões de brasileiros acessam a internet**. Brasília, 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2016/09/pesquisa-revela-que-mais-de-100-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

PORTAL EDUCACIONAL. **Nós, jovens brasileiros**. [S.l.], 2012. Disponível em: < <http://www.educacional.com.br/cp/projetos/2012/nosjovensbrasileiros/default.asp?f=4> >. Acesso em: 01 nov. 2017.

PRINTES, Christian. **Um mal a ser combatido: a obsolescência programada**. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. [S.l.], 2012. Disponível em: < <https://www.idec.org.br/em-acao/artigo/um-mal-a-ser-combatido-a-obsolescencia-programada> >. Acesso em: Out. 2017.

QUÉAU, Phillipe. O tempo do virtual. In: PARENTE, André (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: 34, 1993.

RASMUSSEN, Bruna. O que é Instagram? [S.l.], [s/d.]. Disponível em: < <https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/> >. Acesso em: 26 out. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RIBEIRO, Gustavo. Aluno autista de 13 anos é vítima do baleia azul em Duque de Caxias. **Jornal O Dia**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: < <http://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2017-04-20/aluno-autista-de-13-anos-e-vitima-do-baleia-azul-em-duque-de-caxias.html> >. Acesso em: Out. 2017.

RIZZINI, Irene; PILOTTI, Francisco. **A Arte de Governar crianças: a história das políticas sociais, da legislação e da assistência à infância no Brasil**. 2ª. Ed. São Paulo: Cortez, 2009.

SALES, Mione A. Mídia e questão social: o direito à informação como ética da resistência. In: SALES, M. A.; RUIZ, J. L. S. (Orgs.). **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. São Paulo: Cortez, 2011, p. 33-81.

SCHULTZ, Elisa Stroberg; BARROS, Solange de Moraes. A Concepção de Infância ao Longo da História no Brasil Contemporâneo. **Revista de Ciências Jurídicas**, Ponta Grossa, 2011. Disponível em: <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/lumiar/article/view/2486/2873> acesso em 25 de Setembro de 2016.

SENADO NOTÍCIAS. **Para especialistas redes sociais reforçam bullying e os riscos de suicídio de adolescentes.** Brasília, 2017. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/09/21/para-especialistas-redes-sociais-reforcam-bullying-e-os-riscos-de-suicidio-de-adolescentes>. Acesso em: 25 out. 2017.

SERRÃO, Margarida. BALEEIRO, Maria Clárisse. **Aprendendo a ser e a conviver.** 2ª ed. – São Paulo: FTD, 1999.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Leandro Rocha da. Na Mira da Mídia: reflexões sobre as relações entre mídia, crime e identidade. In: SALES, M. A.; RUIZ, J. L. S. (Orgs.). **Mídia, Questão Social e Serviço Social.** São Paulo: Cortez, 2011, p. 261-276.

SIQUEIRA, Caio Tácito Grieco de Andrade Siqueira. **A pedofilia na era digital à luz do Estatuto da Criança e do Adolescente.** 2015. Disponível em: <<https://eduardocabette.jusbrasil.com.br/artigos/239700073/a-pedofilia-na-era-digital-a-luz-do-estatuto-da-crianca-e-do-adolescente-por-caio-tacito-grieco-de-andrade-siqueira>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

SOUZA, Sabrina Suelen de. **A função protetiva da família e do estado:** um estudo a partir do Ministério Público da Comarca de São José/SC. 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/156632/TCC%20Sabrina%20Su%C3%A9len%20de%20Souza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

TERZIS, Antonios; DONNAMARIA, Carla Pontes. Algumas notas sobre as relações humanas mediadas por computadores. **Mental**, Barbacena, v. 10, n. 18, p. 165-178, jun. 2012. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-44272012000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 09 out. 2017.

TESSAROLO, Felipe Maciel; et al. **Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto plataforma de Mídia.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>>. Acesso em: Set. 2017.

TOMAZ, Kleber. Vítimas de ‘nude selfie’ e ‘sexting’ na internet dobram no Brasil, diz ONG. **Portal G1.** São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/04/vitimas-de-nude-selfie-e-sexting-na-internet-dobram-no-brasil-diz-ong.html>>. Acesso em: Out. 2017.

TURKLE, Sherry. **Fronteiras do real e do virtual.** Entrevistador: Frederico Casalegno. FAMECOS, v. 11, p. 117-123, 1999.

UNDERWOOD, Marion K. **Being Thirteen: Social Media and the Hidden World of Young Adolescents' Peer Culture.** CNN, 2015. Disponível em: <<https://assets.documentcloud.org/documents/2448422/being-13-report.pdf> 2015>. Acesso em: Set. 2017.

UNICEF. **O uso da internet por adolescentes.** Brasília, 2013. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/pt/br_uso_internet_adolescentes.pdf>. Acesso em: Set. 2017.

WELLMAN, Barry. **Networked: the new social operating system.** New Media & Society, 2012. Traduzido por: Luis de Sá Martino.