

Sociabilidade Virtual: Uso de Smartphones Por Jovens¹

Élida Borges Rodrigues GOMES²

Centro Universitário Projeção – Brasília - DF

RESUMO

A utilização de *smartphones* tem crescido no Brasil, chegando a 94% do total de celulares, segundo dados de outubro de 2018 da ANATEL. Este tipo de aparelho depende de conexão com a internet, oferecendo ao dono a possibilidade de conectar-se a redes sociais digitais, acessar sites e aplicativos diversos. Faz-se necessário, para o campo da Comunicação, compreender como a população utiliza os *smartphones*. Neste caso, o recorte foi feito com a população jovem do Distrito Federal. O trabalho tem como embasamento as teorias de autores como Marshall McLuhan, Manuel Castells, Pierre Levy, André Lemos, entre outros. As metodologias utilizadas são pesquisa bibliográfica e estudo exploratório, realizado por meio da aplicação de entrevista em grupo focal.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação, *smartphone*, telefone celular, cultura digital, redes sociais.

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país de grandes contrastes. Uma parcela significativa da população ainda vive em situação de miséria. Segundo dados do IBGE (2016), no Brasil, 25,4% da população vivia em situação de pobreza em 2016, de acordo com o critério adotado pelo Banco Mundial, que considera pobre quem ganha menos do que US\$ 5,5 por dia nos países em desenvolvimento. Esse valor equivale a uma renda domiciliar *per capita* de R\$ 387 por mês, ao considerar a conversão pela paridade de poder de compra. Paradoxalmente, o Brasil é um dos países em que a população adota as tecnologias digitais com facilidade, incorporando-as rapidamente ao dia a dia. As tecnologias de

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019.

² Mestra pela Universidade Católica de Brasília (UCB) e docente no Centro Universitário Projeção, e-mail: elidaborgesr@gmail.com

informação e comunicação (TICs) com acesso à internet vêm sendo tema de estudos desde que surgiram, no final dos anos 90 do século XX e este interesse tem se intensificado nos últimos anos, à medida em que surgem mais e mais inovações. Considera-se neste trabalho tecnologias de informação e comunicação o conceito de LEMOS (2008):

O que chamamos de novas tecnologias de comunicação e informação surge a partir de 1975, com a fusão das telecomunicações analógicas com a informática, possibilitando a veiculação, sob um mesmo suporte – o computador -, de diversas formatações de mensagens. Esta revolução digital implica, progressivamente, a passagem do *mass media* (cujos símbolos são a TV, o rádio, a imprensa, o cinema) para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Aqui a circulação de informações não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos). (p.68).

A partir de 1975, as TICs passaram por diversas expansões, ganhando novas plataformas além dos computadores. Estas plataformas incluem a TV digital, os videojogos e os celulares, sendo que estes últimos, desde 2006 passaram a ser objeto de estudo dos pesquisadores britânicos como mídias. O sociólogo espanhol Manuel Castells deixa de estudar a sociedade em rede para estudar a sociedade em redes móveis.

A presente pesquisa trata da utilização dos usos sociais dos *smartphones* conectados à internet pela população jovem. A escolha destes sujeitos para a pesquisa se deu pelas características sociais observadas no grupo.

Este trabalho se apoia nas ideias do filósofo e teórico da comunicação canadense Marshall McLuhan, que, na década de 1960, afirmou que a tecnologia pode ser considerada como extensão do corpo. McLUHAN (2007) defende que a eletricidade transformou o mundo numa aldeia global, e ao mesmo tempo, ela estaria promovendo uma “retribalização” das experiências sociais. Se aplicarmos estas ideias à realidade do século XXI, podemos observar que se aplicam com exatidão numa análise sobre a utilização dos *smartphones*, também considerados uma extensão do corpo.

Parte-se do pressuposto que o telefone celular – que em número de linhas habilitadas ultrapassa os 234 milhões, segundo dados da Teleco de outubro de 2018 - é o dispositivo eletrônico com o qual as pessoas têm maior contato, por ser extremamente pessoal. Segundo PELLANDA in LEMOS (2009):

O aumento de conexões resultantes da tecnologia móvel no país tem proporcionado diferentes oportunidades e desafios aos hábitos sociais e aos limites entre espaços públicos e privados. O acesso always-on [conexão permanente] com voz e dados tem aberto caminho para um novo manancial de distribuição e colaboração de informações em um contexto onde os aparelhos são “hiper-pessoais”, pois eles realmente são usados por uma só pessoa, o que não ocorre necessariamente com o computador pessoal. À medida que esses aparelhos começam a incorporar mais funcionalidades, começam a se tornar

mais parecidos com computadores. Nessa perspectiva, eles têm uma grande relevância no processo de inclusão digital por serem mais baratos e estarem em condição ubíqua. (p.11-12)

A condição ubíqua citada pelo autor refere-se à qualidade de estar em toda parte, onipresença. Computadores, mesmos os portáteis, são dispositivos maiores, dificultando sua utilização em todas as situações. Os *smartphones*, com seu tamanho de bolso, estão cada vez mais parecidos com os computadores em termos de componentes de *hardware* e *software*, o que os torna capazes de executar as mais diversificadas tarefas.

As possibilidades de conexão aumentaram com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, de acordo com LEMOS (2007):

“O desenvolvimento da nova computação móvel e das novas tecnologias sem fio (*laptops, palms*, celulares) estabelece, no começo do século XXI, a passagem de acesso por ‘ponto de presença’ (internet fixa por cabos), ao ‘ambiente generalizado de conexão’ (internet móvel sem fio, telefones celulares, redes *bluetooth* e etiquetas de radiofrequência RFID) que envolvem o usuário em plena mobilidade.” (p. 128).

A partir da perspectiva da comunicação digital e da cibercultura, esta pesquisa busca estudar o crescimento da utilização da internet nos *smartphones*, buscando compreender para que eles são utilizados entre os jovens, considerando o contexto social dos pesquisados. Além disso, tenta-se entender os processos de sociabilidade virtual decorrentes dessa nova realidade da comunicação digital. Para isso, são fundamentais os conceitos do pensador da língua francesa Pierre Levy, que trata do virtual como algo que não se opõe ao real, ampliando a realidade. A cibercultura, proposta por Pierre Levy no final dos anos 90 é vista nesse estudo como surgimento de um novo real universal, fora do plano material, possibilitada pela interconexão mundial de computadores.

O propósito da pesquisa é estudar a conectividade e novos comportamentos, dentro do campo de estudo processos comunicacionais mediados pela conectividade móvel e implicações de sociabilidade virtual entre os jovens que se utilizam deste processo de conexão, diante da problemática “Para que jovens utilizam os *smartphones* conectados à internet?” Desta questão, derivam outros questionamentos transversais que aparecem no decorrer da pesquisa e a complementam. Entre essas questões estão: como essa tecnologia afeta a maneira como os jovens das classes C e D se comunicam?; quais são as condições de acesso e qual a infraestrutura disponível para essa utilização na região pesquisada?

A realização da pesquisa proposta justifica-se pela relevância do estudo para a comunicação e pela originalidade da investigação nesta área. Para a realização do projeto,

foram consultadas bases de dados sobre pesquisas desenvolvidas no país da CAPES e programas de pós-graduação. Também foram consultadas bases de dados da internet, como Google Acadêmico, SCIELO e IBICT. Poucos trabalhos foram encontrados, sendo a maioria no campo da Administração, que analisam o sujeito como consumidor e tratam mais da questão observando o âmbito mercadológico.

O avanço das tecnologias digitais mudou o uso do tempo e espaço na vida cotidiana das pessoas, assim como nos ambientes de aprendizagem. Portanto, o tema a ser pesquisado, além de inédito, é de relevância e interesse público.

Neste sentido, o objetivo geral é compreender para que os jovens utilizam *smartphones* com acesso à internet e os objetivos específicos são: averiguar se a utilização da internet em dispositivos móveis tem aumentado entre esse público; analisar as mudanças de sociabilidade presencial e virtual entre o grupo estudado e avaliar como a infraestrutura de internet disponível na região influencia as relações de sociabilidade.

O trabalho tem como metodologia os procedimentos de revisão de literatura, levantamento de dados secundários de fontes oficiais e realização de grupo focal.

Sociabilidade na era do virtual

A presente pesquisa analisa como a cultura contemporânea é marcada pelas inovações das tecnologias de informação e comunicação e o telefone celular conectado à internet é um dispositivo cada vez mais presente nas atividades cotidianas dos brasileiros. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018 o país conta com 209 milhões de brasileiros. Já o número de linhas de telefone celular é maior que o número de habitantes. Dados do site TELECO do final de 2018 mostram que existem 234,9 milhões de aparelhos celulares em funcionamento no Brasil. Por isso, é importante estudar como o crescimento da utilização dos *smartphones* com acesso à internet afeta a forma com que as pessoas se comunicam, assim como compreender para que usam as plataformas móveis. Neste trabalho, considera-se inovação - como visto por CASTRO (2011) - um conceito que vai além do viés da economia e produção, incluindo comunicação, educação e cultura.

Entre as atividades cotidianas em que se observa o uso frequente de *smartphones* com acesso à internet está a escola. No espaço da sala de aula, é possível verificar que as

inovações tecnológicas vêm causando diferentes tipos de impacto. Conforme KENSKI (1997):

As tecnologias redimensionaram o espaço da sala de aula em, pelo menos, dois aspectos. O primeiro diz respeito aos procedimentos realizados pelo grupo de alunos e professores no próprio espaço físico da sala de aula. [...] a possibilidade de acesso a outros locais de aprendizagem – bibliotecas, museus, centros de pesquisa, outras escolas [...] modifica toda a dinâmica das relações de ensino-aprendizagem. Em um segundo aspecto, é o próprio espaço físico da sala de aula que também se altera.

Contexto brasileiro

O Brasil é um país de proporções continentais, com 8.515.767 km² de área e 5.570 municípios, de acordo com dados de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) afirma que existe cobertura de rede de telefonia móvel em todos os municípios brasileiros. As tabelas a seguir mostram a cobertura segundo a ANATEL:

Quadro 1 – Cobertura de telefonia celular por população no Brasil em outubro de 2018

Out/18	% População Coberta					
	2G	3G	4G	LTE Advanced	LTE Advanced Pro	Total
Vivo*	91,7%	94,3%	87,4%	59,8%	59,8%	95,6%
TIM*	91,8%	86,7%	88,1%	45,0%	0,0%	92,4%
Claro*	93,1%	93,2%	80,3%	64,2%	61,5%	96,0%
Oi *	89,1%	75,7%	67,7%	0,0%	0,0%	90,6%
Nextel*	47,6%	47,6%	16,8%	0,0%	0,0%	47,6%
Algar**	2,1%	1,5%	1,3%	0,5%	0,0%	2,1%
Sercomtel	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Total	100,0%	99,5%	94,9%	75,8%	70,4%	100,0%

Fonte: Anatel

Quadro 2 – Cobertura de telefonia celular por município no Brasil em outubro de 2018

Out/18	Municípios					
	2G	3G	4G	LTE Advanced	LTE Advanced Pro	Total
Vivo*	3.891	4.281	3.008	885	885	4.491
TIM*	3.529	3.132	3.196	622	0	3.756
Claro*	3.813	3.707	1.933	884	827	4.218
Oi *	3.412	1.633	839	0	0	3.521
Nextel	410	410	40	0	0	410
Algar**	106	87	27	3	0	106
Sercomtel	2	2	0	0	0	2
Total	5.570	5.356	4.269	1.745	1.312	5.570

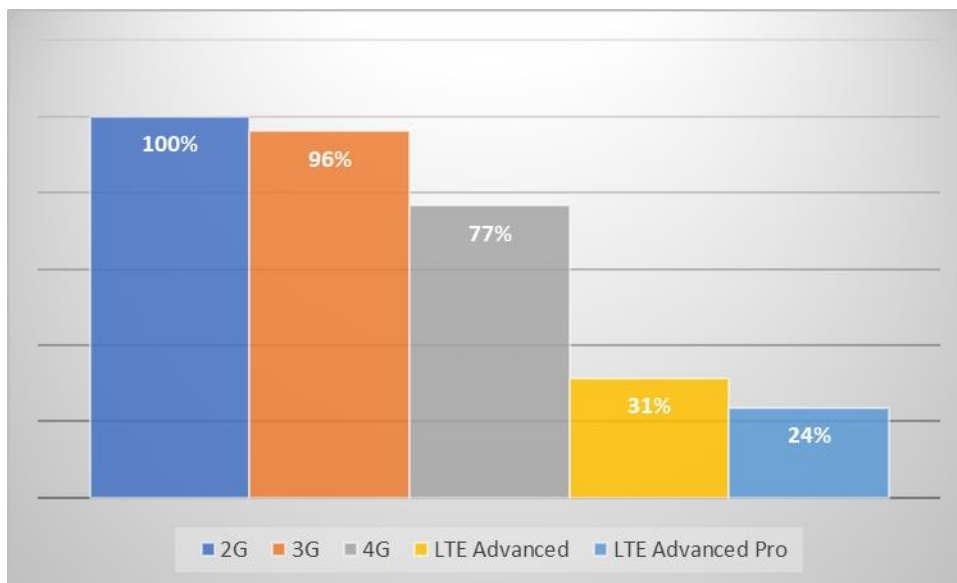
Fonte: Anatel

É importante observar que, embora a totalidade da população urbana brasileira tenha cobertura de telefonia celular, se analisarmos os dados por município, observamos que a tecnologia mais atual, LTE Advanced Pro está presente em apenas 24 por cento dos

municípios, com concentração em grandes centros urbanos e capitais, ou seja, a maior parte da população brasileira (76%) não tem acesso à velocidade e qualidade de acesso proporcionadas por esta tecnologia.

Ainda assim, 96 por cento dos municípios estão cobertos pela tecnologia 3G, que permite navegação na internet e utilização dos aplicativos online.

Figura 1 - Cobertura de rede de telefonia e dados no Brasil em outubro de 2018



Fonte: Elaborado pela autora

No Brasil, as operadoras de telefonia celular cobrem a área urbana de todos os municípios, sendo que existem 4 operadoras principais: Vivo (74.432.000 de linhas), Claro (58.954.000 de linhas), Tim (56.241.000 de linhas) e Oi (38.906.000 de linhas). Se somarmos os dados de outras operadoras menores, como Nextel, Algar e Sercomtel, o total de linhas de celular no Brasil passa de 231,8 milhões, o que permite calcular uma densidade de 110,55 celulares a cada 100 habitantes, de acordo com dados da ANATEL. No DF, há cobertura para as operadoras Claro, Vivo, Tim, Oi e Nextel. As operadoras oferecem constantemente promoções para seus clientes dos planos pré-pago, que permitem acesso ilimitado a alguns aplicativos, minutos de ligações e dados para navegação na internet, entre outros. As promoções variam conforme a época.

Quadro 3 – Valores de pacotes pré-pagos no Brasil em 2018

			VIVO	CLARO	TIM	OI
PACOTE PRÉ-PAGO DIÁRIO	LIGAÇÃO	Operadora	ilimitado - R\$1,49/dia	ilimitado	Não tem	Não tem
		Outras	10 minutos - R\$1,49/dia	10 minutos	Não tem	Não tem
		Excedente	R\$0,50/min(Vivo), R\$1,99/min(outras)	R\$1,39/10 minutos	R\$1,49/minuto	Não tem
	DADOS		100 MB	100 MB	100 MB	Não tem
	APPS		-	WhatsApp	WhatsApp	Não tem
	VALOR		por serviço	R\$1,99/dia	R\$1,49/dia	Não tem
PACOTE PRÉ-PAGO SEMANAL	LIGAÇÃO	Operadora	ilimitado	ilimitado	ilimitado	Não tem
		Outras	0 minutos	ilimitado	100 minutos	Não tem
		Excedente	R\$1,99/minuto	-	R\$1,49/minuto	Não tem
	DADOS		700 MB	2 GB	150 MB	Não tem
	APPS		WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp, Facebook Messenger	Não tem
	VALOR		R\$8,99/7 dias	R\$9,99/7 dias	R\$7,00/7 dias	Não tem
PACOTE PRÉ-PAGO MENSAL	LIGAÇÃO	Operadora	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado
		Outras	50 minutos	300 minutos	550 minutos	100 minutos
		Excedente	R\$1,99/minuto	R\$1,39/10 minutos	R\$1,49/minuto	R\$0,30/minuto
	DADOS		2GB	3 GB	2,5 GB	500 MB
	APPS		WhatsApp	WhatsApp, Claro Música, Claro Vídeo, Claro Notícias	WhatsApp, Facebook Messenger	WhatsApp, Facebook Messenger
	VALOR		R\$39,99/30 dias	R\$34,99/30 dias	R\$39,99/30 dias	R\$10,00/31 dias
PACOTE CONTROLE	LIGAÇÃO	Operadora	ilimitado	ilimitado	ilimitado	ilimitado
		Outras	ilimitado	ilimitado	25 minutos	ilimitado
		Excedente	-	-	R\$0,50/minuto e LD R\$2,23/minuto	-
	DADOS		3,5 GB	3 GB	2,5 GB	6 GB
	APPS		WhatsApp, NBA, GoRead, Vivo Cloud Sync	WhatsApp, Claro Música	-	WhatsApp, Facebook Messenger
	VALOR		R\$44,99/mês	R\$49,99/mês	R\$44,99/mês	R\$39,99/mês

Fonte: elaborado pela autora

As quatro operadoras de telefonia celular citadas correspondem a 99% das linhas de celular utilizadas no Brasil, conforme dados da Anatel de 2018, por este motivo, não foram considerados dados da operadora Nextel, que também opera no DF. A tabela mostra o resultado de pesquisa dos valores de planos pré-pago e controle, das quatro principais operadoras do Brasil. Para efeito da pesquisa, sempre foi levado em consideração o plano de menor valor, já que a maior parte das operadoras oferece uma gama de planos disponíveis.

A partir da observação dos valores praticados pelas operadoras, nota-se que existem diversas opções de pacotes disponíveis, com escolhas entre diário, semanal e mensal no caso dos planos pré-pagos e mensal, no caso dos planos controle.

A importância do uso de dados pode ser observada a partir do fato que todos os planos pesquisados oferecem dados e alguns dos planos incluem aplicativos como WhatsApp e Facebook.

ANÁLISE

Em relação à parte qualitativa da pesquisa, foram realizados dois momentos de grupo focal: um na primeira fase da pesquisa, em 2015 e outro em 2018, com o objetivo de permitir expressões mais plurais por parte dos sujeitos pesquisados, já que, de acordo com MINAYO, isso implicaria em

“(...)considerar o sujeito de estudo como gente, em determinada condição social, pertencente a determinado grupo social ou classe com suas crenças, valores e significados. Implicaria também considerar que o objeto das ciências sociais é complexo, contraditório, inacabado, e em permanente transformação (1988).”

As perguntas mantiveram a mesma essência nas duas fases e a moderadora teve atuação de colocar as perguntas e permitir que o grupo se manifestasse, garantindo a privacidade e o sigilo dos entrevistados em relação à utilização exclusivamente acadêmica dos dados.

Ao coordenar os trabalhos do grupo focal, nota-se que os participantes tendem a responder às questões de forma mais resumida no princípio e, conforme as conversas vão surgindo, os participantes ficam mais à vontade para expressar-se de forma mais espontânea nas respostas.

Com a finalidade de ordenar os tópicos, a análise dos grupos focais está dividida em categorias:

Quanto aos planos de telefonia

Em 2015, os oito participantes do grupo focal possuíam acesso à internet no *smartphone* e um deles tinha plano controle, os demais disseram ter planos pré-pagos. Já em 2018, um dos participantes disse ter plano pós-pago, três disseram ter plano controle e três afirmaram ter pacotes na modalidade pré-pago.

Quanto ao início de uso do *smartphone*

Tanto no grupo focal de 2015 quanto no de 2018, em média, os participantes começaram a usar *smartphones* por volta de 2012. Nos dois casos, a maioria começou a usar um *smartphone* que ganhou de algum familiar, em vários casos, aparelhos de segunda mão. Todos afirmaram ter possuído algum aparelho antes do *smartphone*. Um hábito curioso foi relatado por D, de 19 anos:

“O meu eu ganhei em 2013, era um telefone da minha prima, aí ela comprou um mais novo e me deu o velho, porque meu celular de antes tava um caco! Mas eu ainda ando com ele na bolsa, é o celular do ladrão, se alguém vier me

roubar, eu entrego esse velho. Nos ônibus tá perigoso, estão roubando celular direto.”

Outra situação citada no grupo focal foi a utilização de aparelhos chamados “piratas”, isto é, aqueles que são cópias de modelos consagrados, como o caso de F, de 20 anos:

“O meu foi presente da minha mãe, eu tinha um iPhone que comprei na Feira do Paraguai, mas era muito ruim. Era igualzinho o iPhone, mas não prestava. Ele não tinha como baixar os aplicativos, eu comprei só pra ter Whatsapp e não tinha como colocar! Ele entrava na internet, mas não tinha como instalar programas. Aí minha mãe comprou pra mim esse da Samsung, agora tenho os aplicativos que gosto. De vez em quando, a memória dele enche, aí tenho que apagar umas coisas pra instalar outras. Mas tá bom.”

Quanto aos motivos para escolha dos aparelhos

Entre os que tiveram escolha na compra do modelo, em 2015, o principal motivo alegado foi o fator do preço, ainda que alguns tenham citado o tamanho da tela e a qualidade das fotos como diferenciais. Em 2018 os principais motivos foram o preço e tamanho da tela.

É possível afirmar a importância do fator preço a partir da afirmação de J, de 18 anos, em 2018: “Eu queria um iPhone, mas tive que me contentar com um Motorola”

Quanto ao acesso à internet nos aparelhos

Em 2015 os entrevistados disseram que sem internet os *smartphones* não têm serventia, uma das entrevistadas disse que no início não sabia utilizar direito e depois que aprendeu, se acostumou e não ficava mais sem o acesso. Em 2018, a maioria afirmou utilizar o wifi a princípio.

É possível observar a importância da internet na utilização dos smartphones a partir da fala de S., de 20 anos, entrevistada de 2015:

“Na semana que comprei, não sabia usar internet ainda, pensava que só quem tinha celular de conta podia usar, aí minha colega me ensinou. De lá pra cá, a internet é sagrada! Quando acaba o crédito e fico sem, já procuro logo jeito de colocar mais crédito, porque depois que a gente acostuma, não fica sem!”

Quanto às formas de comunicação antes do *smartphone* com internet

Nesse tópico, os entrevistados conversaram bastante relatando suas experiências. Em 2015, relataram que a comunicação era mais pelo telefone antes da popularização dos *smartphones* conectados. Uma das entrevistadas afirmou que a família morava em diferentes estados e afirmou ter melhorado bastante a comunicação entre os familiares. Ela relatou que mesmo os familiares que não possuíam os aparelhos conectados acabavam participando mais das interações porque “sempre um da família tem internet e mostra as

fotos”. Ela relatou ainda que o interesse pelos aparelhos conectados atinge todas as idades, de crianças pequenas a idosos.

Em 2018, os entrevistados também relataram que a comunicação acontecia principalmente por meio de chamadas telefônicas. No geral, também afirmaram que a comunicação com os familiares se intensificou após os aparelhos conectados. Um dos entrevistados citou as eleições de 2018 como fonte de problemas no grupo da família

Quanto ao uso do *smartphone* para comunicação com os amigos

Tanto em 2015 quanto em 2018, todos os entrevistados afirmaram utilizar o aparelho para se comunicar com os amigos, principalmente por meio das redes sociais. O entrevistado D, de 19 anos, afirmou em 2015:

“Todo mundo usa pra falar com os amigos, eu acho. Porque a galera da nossa idade praticamente todo mundo tem, então usa pra tudo. Por exemplo, quando vou sair, mando foto pras minhas amigas verem se o look está bom, elas também mandam direto. Tem os grupos de fofoca (risos), que a gente reúne só pra zoar os outros. Tem grupo até do Big Brother, pra gente comentar enquanto assiste! E tem os grupos mais úteis, por exemplo, tem o grupo aqui da sala que a gente usa pra saber o dia que tem algum trabalho ou prova... ou pra mandar alguma coisa da aula pra quem não veio. Sempre tem um que lembra de um exercício pra entregar e avisa o resto, às vezes até passa uma colinha (risos), mas ajuda bastante. Ah, se tivesse isso na época que eu tava na escola....”

Quanto às operadoras

Tanto os entrevistados de 2015 quanto os de 2018 utilizavam as principais operadoras, alguns deles utilizavam dois chips para aproveitar promoções diferentes entre elas, por exemplo, um chip para uso de pacote de dados semanal e outro chip para uso de dados de pacote mensal. A mudança de uma operadora para outra é realizada conforme eles verificam maiores vantagens, ainda mais pelo fato da portabilidade permitir que se mantenha o mesmo número ao fazer a troca de operadora.

Quanto à qualidade dos serviços prestados pelas operadoras

Em 2015, a maioria dos participantes reclamou da qualidade dos serviços prestados pelas operadoras de telefonia, relatando diversas situações problemáticas, como chamadas se encerrando com frequência e também queda do sinal de internet. Outra reclamação comum foi com relação à área de cobertura, alguns entrevistados disseram ter sinal ruim na maior parte dos locais que frequentavam.

Em 2015, aconteceram mais reclamações quanto às operadoras, conforme observa-se na fala de S, de 20 anos:

“Eu uso dois chips, da Tim e da Vivo, mas agora com internet quase não ligo, antes eu ligava muito, porque tem aquelas promoções de vinte e cinco centavos a ligação, né? Mas agora, com esse negócio da ligação ficar caindo, tá ruim,

porque você precisa ligar de novo e gasta mais vinte e cinco. Então tô usando muito a internet, mais do que ligação, porque a internet se cair não cobra a mais, você paga pra usar o dia inteiro e pronto, então, não tem problema do sinal ser ruim, porque não cobra a mais. O ruim tá sendo esse negócio de cortar mesmo, a gente fica na mão. Já cortou a minha duas vezes. Mas agora tô ficando mais esperta, sempre procuro wifi onde eu vou, shopping, faculdade, até no boteco tá tendo wifi! É o que salva a gente!”

Quanto aos entrevistados de 2018, praticamente não houve reclamação em relação à qualidade dos serviços das operadoras e essa foi uma das diferenças principais entre as duas turmas de entrevistados.

Quanto à forma de utilização dos *smartphones*

Os entrevistados da primeira fase do trabalho, em 2015, utilizavam bastante os aplicativos de redes sociais e citaram muito o WhatsApp e Facebook. Já os entrevistados de 2018 ficaram divididos entre a utilização de redes sociais e de aplicativos de streaming, como Netflix, YouTube e Spotify. Entre as redes sociais, os entrevistados de 2018 no geral preferem o Instagram.

Em 2015, nota-se que as redes sociais, principalmente o Facebook, tinham uma importância muito grande para os participantes, conforme podemos observar na fala de L, de 20 anos:

Eu adoro tirar fotos, minha memória vive cheia, sempre tenho que apagar as antigas pra tirar mais. Eu já comprei cartão de memória, mas mesmo assim, vive cheio. Aí eu apago as repetidas, apago as fotos e vídeos do Whatsapp e libero memória. Posto muita foto no Face, parece que se acontecer uma coisa e não postar, é porque a coisa não aconteceu. Uso muito também as outras funções, despertador, calculadora, agenda. Uso celular pra tudo, se perder ele tô lascada!

Em 2018, foi possível observar que além das redes sociais, o consumo de conteúdos por streaming aumentou consideravelmente, conforme a declaração de D, de 19 anos “Eu uso muito Netflix e YouTube, vejo muita série, mas também amo o Insta” e também a partir da fala de M, de 19 anos “Acho que os que mais uso são Netflix e Spotify. YouTube também uso bastante.”

Outras funções também foram citadas, como e-mail, que todos, nas duas ocasiões afirmaram utilizar.

Quanto à intensidade de uso de internet no *smartphone* em comparação com outros dispositivos

Em 2015, a utilização de internet ficou dividida entre *smartphone* e computador, incluindo computador de casa e de locais como trabalho e estudo. Já em 2018, o acesso maior segundo os participantes era feito pelo *smartphone*, pela facilidade e comodidade de estar com o aparelho praticamente o tempo todo em mãos.

Considerações Finais

O que a princípio parecia um obstáculo à realização do trabalho acabou se tornando um ponto positivo: o trabalho foi realizado em duas etapas, uma parte em 2015 e outra parte em 2018, essa passagem de tempo ocasionou algumas mudanças no cenário estudado e consolidou tendências percebidas na primeira fase, possibilitando traçar um comparativo entre os dois momentos.

Se, por um lado, três anos não são suficientes para separar gerações diferentes, por outro lado, em relação aos hábitos e em relação às tecnologias, três anos são tempo bastante para que mudanças sejam percebidas.

Em relação às mudanças de sociabilidade presencial e virtual foi possível constatar que os sujeitos pesquisados não notaram grandes mudanças, apesar de terem apontado de forma enfática problemas relacionados ao contato virtual, como bullying, e também a polarização de ideias, especialmente na segunda fase da pesquisa, que coincidiu com o período eleitoral no Brasil. Após a realização do grupo focal, na segunda fase da pesquisa, os alunos ficaram conversando informalmente um pouco sobre este tema e foi possível notar que eles, mesmo não afirmando notar mudanças significativas, experimentaram essa realidade de polarização a partir dos posicionamentos políticos de cada participante dos grupos familiares. A conversa entre eles demonstrou sentido de preocupação com a forma em que as relações familiares iriam se desenvolver após a finalização do período eleitoral. Alguns deles demonstraram preocupação com a comunicação com membros de mais idade, como tios ou avós, e disseram ter em mente evitar conversar sobre assuntos relacionados à política com esses familiares. Outros disseram não fazer questão de “agradar” a esses parentes nem no ambiente virtual, dos grupos e redes sociais, nem nos encontros presenciais.

Sobre a estrutura disponível, os sujeitos participantes afirmaram haver melhoria em termos de qualidade de sinal, além disso, o valor praticado pelas operadoras para acesso à internet provou ser um dos principais fatores para a popularização e aumento do uso dos pacotes de serviços, mas, mesmo com este aumento do uso de dados móveis, o acesso por wifi ainda é a principal forma para o grupo pesquisado.

Os participantes do grupo focal (tanto em 2015, quanto em 2018) deixaram claro que priorizam sempre conseguir a conexão com um ponto de wifi com o objetivo de

navegar sem a preocupação com os gastos de dados de seus pacotes (sejam pré-pagos ou controle). A disponibilidade desses pontos mostrou ser um fator determinante na utilização dos *smartphones*, já que sem acesso à internet a maioria dos aplicativos utilizados pelos participantes não funciona.

Um fator interessante constatado pela comparação entre as duas fases da pesquisa é o tipo de utilização, quando a princípio a utilização era majoritariamente de redes sociais e fotografia, em 2018 as redes sociais se mantiveram importantes, no entanto, o Facebook caiu vertiginosamente na preferência dos jovens e o Instagram foi a rede que apresentou mais adeptos. Em 2018 nota-se também que a maior parte do uso dos jovens se deu no consumo de conteúdos via streaming através de aplicativos como Netflix e YouTube, para vídeos e Spotify, para música.

Esse dado mostra a importância do uso dos smartphones para consumo de mídia, ou seja, ele passou a ter um status de objeto ainda mais importante que na primeira fase da pesquisa, em que suas principais funções estavam ligadas ao social por meio do intenso uso de redes sociais digitais, com a comunicação entre familiares e amigos no centro desse processo. Na segunda fase da pesquisa a utilização das redes sociais continua importante, porém, houve um crescimento importante da utilização para consumo de conteúdos, mostrando que aplicativos antes nem citados, como o Spotify, por exemplo, foram destaque de utilização. O Spotify é a forma pela qual o grupo pesquisado mais consome conteúdo de áudio, sejam músicas ou podcasts.

Outro aplicativo bastante utilizado e citado especialmente na segunda fase da pesquisa é o Netflix, que disponibiliza conteúdo variado de vídeo, como séries, filmes e documentários. Esse crescimento aponta a tendência de migração do consumo de conteúdo audiovisual para o *smartphone*.

Desta forma, é possível afirmar que na segunda fase da pesquisa o *smartphone* foi utilizado como uma espécie de central de entretenimento, com o consumo intenso de vídeos e músicas. Esse tipo de utilização praticamente inexistiu na primeira fase da pesquisa e é interessante observar essa realidade, tendo em vista que, para a comunicação, a produção de conteúdo audiovisual é um dos processos centrais, narrativas são construídas em diferentes formatos, para diferentes plataformas e com diferentes objetivos. Se este grupo, como a pesquisa mostrou, consome tanto conteúdo via

streaming, é importante para a comunicação compreender com mais detalhes esse processo.

Essa utilização como central de entretenimento é algo que merece investigações posteriores mais aprofundadas, já que, no escopo inicial desta pesquisa, essa realidade ainda não estava estabelecida, como os dados da segunda fase mostram.

No âmbito deste trabalho, a passagem do tempo favoreceu o aspecto comparativo, mas nota-se que é necessário ampliar a investigação nesse campo, tendo em vista as tendências observadas. Diversos dos dados coletados permitem supor que, ao aprofundar e ampliar a pesquisa, será possível contribuir para o campo de conhecimento da comunicação e até de áreas relacionadas, como a educação. Permanece o grande desafio de compreender mais a fundo os anseios em termos de comunicação e consumo de conteúdos midiáticos dessa geração hiperconectada.

REFERÊNCIAS

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/>>. Acesso em: julho e agosto de 2018.

BARBOSA FILHO, André, CASTRO, Cosette (2008). **Comunicação Digital**- educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Ed. Paulinas.

CASTRO, Cosette. **A Produção de Conteúdos Digitais Interativos como Estratégia para o Desenvolvimento – um breve estudo sobre a experiência latino-americana em TV digital**. Tese de pós-doutorado defendida em março de 2011, na Universidade Metodista de São Bernardo – UMESP. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-experiencia-latinoamericana-em-tv-digital>>. Acesso em 10-08-2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em novembro de 2018.

KENSKI, Vani Moreira. **Novas tecnologias - O redimensionamento do espaço e do tempo e os impactos no trabalho docente Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo**. Trabalho apresentado na XX Reunião Anual da ANPEd, Caxambu, setembro de 1997. Disponível em <<http://www.conhecer.org.br/download/INFORMATICA%20EDUCATIVA/leitura%20anexa%203.pdf>> Acesso em 09-08-2014.

LEMOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)**. Comunicação, mídia e consumo. São Paulo, vol.4 n.10 p.23-40. jul.2007. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/view/5016/4640>> . Acesso em 17-07-2012.

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed., 2008.

_____. e JOSGRILBERG, Fabio (orgs). **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

_____. e LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 15ª reimpressão da 1ª ed. São Paulo: Cultrix, 2007.

MINAYO, Maria Cecília de Sousa. **O desafio do conhecimento**. 5ª ed. Hucitec-Abrasco. São Paulo, 1998.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Comunicação móvel no contexto brasileiro**. In: LEMOS, André e JOSGRILBERG, Fabio (orgs). Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.