

O Facebook Enquanto “Lubrificante Social” Contemporâneo.¹

Gracielly Soares GOMES²
Benedito Dielcio MOREIRA³
Universidade Federal de Mato Grosso, MT

Resumo

O desenvolvimento tecnológico ocasionou modificações em todos os setores sociais. O *Facebook*, rede social criada em decorrência desse desenvolvimento, conquistou suprema popularidade entre as redes sociais. Em consequência disso, atualmente vivenciamos transições na sociedade contemporânea advindas do acesso a essa rede social. Neste contexto, apresentamos uma reflexão a respeito do papel do *Facebook* na sociedade atual.

Palavras-chave: *Facebook*; lubrificante social; juventude; lazer e tempo livre.

Introdução

Quando tratamos de redes sociais, remetemos de imediato a ligações sociais e conexões entre pessoas. Esse conceito está relacionado com a estrutura na qual um grupo de pessoas mantém algum tipo de vínculo. Ferreira (2011) define rede social como uma estrutura social constituída por pessoas, organizações, associações, empresas e demais entidades sociais, assinaladas por atores conectados por um ou múltiplos tipos de relações. A partir dessas relações os atores empreendem movimentos e fluxos sociais por meio de partilhas, tendo elas características de crença, informação, poder, prestígio, conhecimento, entre outros.

Aguiar (2006) pondera que as redes sociais podem ser avaliadas como aspectos de representação de relacionamentos, pessoais e profissionais, entre pessoas, individualmente ou em grupos de interesse comuns. Dentro das redes sociais encontram-se a partilha de ideias, valores e até mesmo informações pessoais importantes. Estas redes sociais estão acomodadas, principalmente, na Internet, em

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

²Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela FCA-UFMT, email: graciellysgomes@gmail.com

³Orientador. Professor do Curso de Comunicação Social da FCA-UFMT, email: dielcio.moreira@gmail.com

virtude de possibilitar um aceleração no que se refere à divulgação, por ser um meio prático e de simples acesso por novos indivíduos em busca de algo em comum.

O crescente interesse do público pelas redes sociais nos últimos anos se tornou objeto de estudos de diversos pesquisadores, que investigam as formas de como essas redes podem influenciar no relacionamento interpessoal, as maneiras de se comunicar e até mesmo a formação da identidade do indivíduo. O acesso às redes sociais foi intensificado com a popularização dos aparelhos celulares e da internet. Com tal característica, não há mais um momento predeterminado para o acesso às redes, de forma que os indivíduos estão conectados em todos os momentos do dia.

O acesso contínuo às redes sociais é uma forte característica da atual cultura dos jovens. Não há mais o estabelecimento de horários ou momentos do dia para conferir mensagens, e-mails e redes sociais. A comunicação é instantânea e exige rápido retorno dos usuários.

Neste trabalho⁴ iremos apresentar uma reflexão teórica acerca do Facebook, atribuindo a essa rede o papel de lubrificante social na atual sociedade. Bem como discorrer sobre seu contexto e implicações especialmente entre os jovens.

Facebook contexto atual

O uso contínuo das redes sociais no mundo contemporâneo afeta diretamente a rotina dos seres humanos. Neste sentido, as redes sociais oferecem múltiplas funções aos usuários, desde as atribuições ligadas ao entretenimento até às de finalidade profissional. Nesse aspecto, Machado e Tijiboy admitem:

Através dessa complexidade de funções, percebe-se que as redes sociais virtuais são canais de grande fluxo na circulação de informação, vínculos, valores e discursos sociais, que vem ampliando, delimitando e mesclando territórios. Entre desconfiados e entusiásticos, o fato é que as redes sociais virtuais são convites para se repensar as relações em tempo pós-modernos (MACHADO e TIJIBOY, 2005, p. 2).

Boyd e Ellison (2007) definem que as redes sociais estão fundamentadas em três pontos, sendo eles: construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado; articular uma lista de outros usuários com quem compartilha uma conexão; e

⁴ Este texto é parte integrante da monografia de conclusão do curso de Publicidade, “O lazer e o Entretenimento em tempos de Facebook: um estudo comparativo de casos”, defendida em abril de 2016 junto à Faculdade de Comunicação e Artes, da Universidade Federal de Mato Grosso.

ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. Melo complementa esse pensamento:

Devemos compreender as redes sociais a partir de cinco palavras chaves, que são a interatividade, a personalização, a multimedia, a retroalimentação, e a revolução linguística/legal. O que antes parecia uma coisa impossível, hoje já se mostra algo perfeitamente possível e comum, como o envio de fotos, mensagens e diversos tipos de arquivos mesmo estando a quilômetros de distancia, de forma instantânea. O que antes nos custava meses ou anos, hoje fazemos muitas vezes em segundos. Através dessa interatividade pode-se obter não somente os benefícios das trocas de arquivos, mas também de ideias (MELO, 2014, p.15).

De acordo com Recuero (2009), uma rede social é basicamente entendida como a conexão de dois elementos, sendo atores pessoas, instituições ou grupos e suas conexões, entendidas como laços e relações sociais que ligam os indivíduos envolvidos por meio da interação. Bernardini e Gobbi (2013, p. 6) acentuam que “o próprio ato de se comunicar é uma interação; assim, interagir é inerente à comunicação interpessoal”. Segundo Bernardini e Gobbi (2013), ao se falar em interatividade, instantaneamente é verificada uma associação à participação, isto é, idealiza-se alguma ocasião na qual se possa participar, interagir, conectar-se a internet, em que o usuário cria e manipula o conteúdo. Para estes autores, a interatividade necessita de um meio para que possa acontecer, enquanto a interação não depende disso. A interação pode ocorrer numa conversa informal, presencial. No entanto, a interatividade é empregada na troca de mensagens em redes sociais, através de um computador, e o meio, a internet.

A interatividade seria “(...) un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas” (VITTADINI apud BERNARDINI e GOBBI, p. 7). Nesta lógica, a interatividade simula a interação entre os indivíduos através de um meio, seja ele eletrônico, virtual, ou mídia tradicional.

Couto (2013) pondera que a comunicação mediada por computadores possibilita a conexão dos indivíduos e composição de um ambiente de trocas dentro da internet. Fundamentada nos estudos realizados por Lemos, Couto argumenta que o ciberespaço se tornou um espaço relacional, promovendo a proximidade de pessoas de todos os lugares do mundo. Nesse espaço relacional as pessoas utilizam das

facilidades desse meio para se unir por afinidades, para bater papo e compartilhar arquivos.

Dentre as redes sociais mais utilizadas pelos jovens está o *Facebook*, ambiente de sociabilidade e práticas juvenis, em que as palavras curtir, comentar e compartilhar estendem seus significados, dando sentido a constantes e inúmeras formas de interação.

O *Facebook* é a principal rede social na época presente. Couto (2013) defende que é uma das maiores ferramentas de comunicação na atualidade. Um espaço utilizado para estreitar as conexões entre os indivíduos, reunindo um grande número de pessoas. Um ambiente favorável para a composição de comunidades, podendo gerar vínculos e maior participação, como aponta Shirky (2011)

O *Facebook* diz que tem mais de 300 milhões de usuários, mas nenhum deles tem a experiência de pertencer a um grupo de 300 milhões. Em vez disso, os usuários do *Facebook* se juntam em grupos muito menores, com dezenas de amigos. Esses grupamentos são consideravelmente mais envolvidos uns com os outros (SHIRKY apud COUTO, 2013, p. 9).

A relação social embutida nas interações dessa rede é definida como capital social. Nesse aspecto, Recuero (2005, p.15) define capital social “como o conjunto de recursos resultante do conteúdo das trocas sociais na rede, que possui aspectos coletivos e individuais, de modo simultâneo. O capital social está diretamente relacionado à capacidade de interação social de um grupo e de seus laços sociais”.

Recuero (2015) trata os sites de rede social como geradores de novas apropriações realizadas pelos atores. Assim, a autora defende que as redes sociais deixaram de ser apenas representadas e passaram a ser semelhantemente mantidas e geradas pela e na ferramenta, por meio de rotinas de adição de atores e nas apropriações realizadas. Recuero argumenta que o grande impacto dos sites de redes nas ditas redes sociais é uma mudança na forma de obter e dividir valores.

Com base em estudos realizados por Burt (1992), Recuero (2015) pondera que o capital social é um valor adquirido por intermédio da rede social e que se sujeita a dois componentes principais: “dos demais nós a que se está conectado na rede (*whom you reach*) e dos modos através dos quais se mobiliza e se alcança esses nós (*how you reach*)” (RECUERO, 2015, p. 600). Deste modo, a qualidade do capital social está associada à qualidade das conexões, que depende do investimento com os outros atores e os recursos individuais que dispõem, e que estão propensos a investir na rede.

Assim, o capital social não depende somente do investimento de um ator exclusivo, mas dos investimentos de recursos da rede como um todo. Por esse motivo, o capital social possui um duplo aspecto de usufruto, benefícios que contemplem a individualidade dos atores, como também benefícios para toda a rede. “Em algumas formas, ele constrói benefícios que são públicos e que apenas podem ser usufruídos pelo grupo como um todo. Em outras, benefícios que são obtidos e acumulados de forma privada, pelos atores individualmente, embora esses benefícios sejam construídos e negociados com a rede como um todo” (p. 600 e 601).

As redes sociais se tornaram um fenômeno de comunicação significativo no cotidiano, alcançando pessoas de diversas faixas etárias, classes sociais, escolaridade e identidades culturais. Dentre os usuários das redes sociais, os jovens possuem uma participação mais do que expressiva. Segundo pesquisa sobre o consumo de internet divulgada em 2014 pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública (IBOPE)⁵, o consumo do jovem brasileiro aumentou em 50% nos últimos dez anos. Em 2003, apenas 35% acessavam a rede, e dez anos depois o número alcançou 85%. Entre os motivos que levam os jovens a acessar a internet estão a busca pela informação (77%) e o entretenimento (67%) como principais razões do crescimento da presença desse público na internet. Itens facilmente vinculados às redes sociais.

A ascendente participação da juventude na internet está diretamente atrelada às redes sociais. No interior dessas redes circulam um número infinito de informações e conteúdo em curtos intervalos de tempo. Um estudo do CONECTA⁶, comunidade *on-line* de pesquisa, divulgado pelo IBOPE, revelou que o jovem internauta brasileiro possui, em média, perfil em sete redes sociais. O *Facebook* (96%) é a rede mais popular entre os jovens, seguido pelo *YouTube* (79%), *Skype* (69%), *Google+* (67%) e *Twitter* (64%).

A navegação constante nessas redes é um hábito para 90% dos internautas de todo o país, com idade entre 15 e 32 anos. O estudo ainda aponta que o aplicativo do *Facebook* está instalado em 88% dos celulares e em 61% dos *tablets* dos jovens. Em alguns casos, o uso desses aplicativos já se tornou parte integrante do cotidiano, pois

⁵ <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>

⁶ <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/O-jovem-internauta-brasileiro-possui-perfil-em-sete-redes-sociais.aspx>

segundo a pesquisa 89% dos internautas estão continuamente conectados ao *Facebook*, 87% ao *WhatsApp*, 80% aos *emails* e 63% ao *Instagram*.

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mostra que no Brasil as particularidades sociodemográficas da população apresentam um amplo impacto no uso da internet, sobretudo quando comparada aos outros meios de comunicação. Renda e escolaridade criam um vácuo digital entre quem é conectado e quem não é, enquanto os elementos geracionais ou etários indicam que os jovens são usuários proeminentes das novas mídias.

Também foi evidenciado que apesar da crescente importância da internet, é considerável alto o percentual de entrevistados que ainda não a utilizam (51%). No entanto, dentre os usuários, a exposição é acentuada e com uma amostra idêntica: 76% dos indivíduos acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. Esses usuários estão em busca, especialmente, de informações (67%), de notícias sobre temas variados ou informações de um modo geral, de diversão e entretenimento (67%), de uma forma de passar o tempo livre (38%) e de estudo e aprendizagem (24%).

Os dados da pesquisa ainda revelam que 65% dos jovens com até 25 anos estão conectados à internet todos os dias. Esse percentual cai para 4% entre os que têm acima de 65 anos. Fatores como renda e escolaridade estão intimamente relacionados com a frequência de acesso, pois entre os entrevistados com renda familiar mensal de até um salário mínimo (R\$ 724), a proporção dos que acessam a internet pelo menos uma vez por semana é de 20%. Enquanto essa proporção sobe para 76%, quando a renda familiar é superior a cinco salários mínimos (R\$ 3.620 ou mais). O recorte por escolaridade mostra que 87% dos respondentes com ensino superior acessam a internet pelo menos uma vez por semana, enquanto apenas 8% dos entrevistados que estudaram até a 4ª série utilizam a internet com a mesma frequência. Entre as redes sociais e os aplicativos de trocas de mensagens instantâneas mais utilizados estão o *Facebook* (83%), o *Whatsapp* (58%), o *YouTube* (17%), o *Instagram* (12%) e o *Google+* (8%). O *Twitter*, popular entre as elites políticas e formadores de opinião, foi mencionado apenas por 5% dos respondentes.

Como já dito anteriormente, as redes sociais têm conquistado uma crescente importância no mundo jovem por proporcionar compartilhamento de informações, conhecimentos e esforços em busca de objetivos em comum. Possibilitam o conhecimento de novas pessoas, reativação de amizades antigas, e até o início de relacionamentos. Pesquisa também realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (IBOPE)⁷ revela que 95% dos jovens internautas brasileiros se consideram viciados em tecnologia e afirmam usar o *Facebook*. O *Facebook* dispõe de mecanismos completamente diferentes das outras redes, tais como o bloqueio de um determinado conteúdo, para que apenas algum círculo de amigos possa ver, e possibilita a criação de aplicativos para a plataforma. Este processo é inovador, pois proporciona um *feedback* do internauta com a própria rede, que deixa de ser um mero usuário para se tornar um produtor de conteúdo.

Com a popularização dos aparelhos celulares com acesso à internet, a conexão constante às redes sociais integra o cotidiano da juventude de tal forma que não há mais tempo determinado para o acesso a essas redes. Os jovens estão conectados a todo o momento. No *Facebook*, um novo espaço de sociabilidade e práticas juvenis, as palavras curtir, comentar e compartilhar estendem seus significados. Um espaço de constantes interações.

Diante de tais prerrogativas, podemos iniciar uma discussão a respeito das implicações resultantes do acesso constante às redes sociais na manutenção da sociedade atual. Em especial o *Facebook*, por sua acentuada presença no cotidiano das novas gerações.

O *Facebook* enquanto “lubrificante social”

Na atualidade, temos uma infinidade de alternativas capazes de suprir nossas necessidades ligadas a ocupação do nosso tempo livre, especialmente às atividades de lazer. Para isso contamos com uma série de opções, tanto presenciais quanto virtuais, responsáveis por tornar lazer aquilo que inicialmente é caracterizado pelo nosso tempo livre.

Dumazedier (1975) conceitua o tempo livre como o resultado da dupla liberação do trabalho e das obrigações domésticas do indivíduo. Parte desse tempo livre é

⁷ <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Jovens-internautas-se-consideram-viciados-em-tecnologia.aspx>

destinada ao lazer, ambiente em que as atividades são voluntárias, e o indivíduo está livre do trabalho, do conjunto de obrigações familiares, sociopolíticas, e de atividades sócio religiosas.

Nos primeiros anos do século XVIII, Londres lidava com a denominada gim-mania, o crescimento dramático no consumo da bebida, desencadeado pelas alterações consequentes da industrialização no cotidiano popular. Sobre esse acontecimento, Shirky (2011, p. 8) destaca que “beber gim foi a maneira de lidar com a situação encontrada por pessoas que, de repente, se viram amontoadas nas primeiras décadas da era industrial, criando um fenômeno urbano, especialmente concentrado em Londres”. Shirky ainda defende que a reestruturação da sociedade em torno de novas realidades urbanas, criadas pela surpreendente densidade populacional de Londres, uma reestruturação que transformou no que identificaríamos como uma das primeiras cidades modernas, foi exatamente o que ajudou a acabar com o fenômeno gim-mania. Diante disso, Shirky acrescenta que o gim atuou como “o lubrificante social essencial que facilitou a transição de um tipo de sociedade para outra”.

A partir da Segunda Guerra Mundial, fatores como aumentos no PIB, no nível de educação e na expectativa de vida obrigaram o mundo a confrontar-se com o tempo livre. O tempo livre cumulativo nos Estados Unidos pós-guerra começou a atingir bilhões de horas coletivas por ano, ao mesmo tempo em que piqueniques e times de boliche passavam a fazer parte do passado, uma vez que assistir a novelas, seriados e a enorme gama de outros entretenimentos oferecidos pela televisão consumiu a maior parte do tempo livre dos cidadãos do mundo desenvolvido (Shirky, 2011).

Eram pouquíssimas as alternativas atraentes para tanto tempo livre a ser gasto, que ver televisão começou a ser considerada como uma obrigação para os cidadãos do mundo desenvolvido. A televisão se tornou detentora da maior parte do tempo livre da população, com uma média de mais de vinte horas semanais no mundo todo. Até então, apenas o rádio havia sido tão onipresente: podia-se ouvir rádio ao realizar outras tarefas, como trabalhar ou se locomover. Para grande parte das pessoas, na maioria das vezes, ver televisão é uma atividade, por imobilizar até mesmos os usuários mais atentos, fazendo com que se mantenham paralisados em suas cadeiras ou poltronas como um pré-requisito de consumo. Assim como o gim, foi notável o papel da televisão como

uma resposta imensuravelmente expansível à crise da transformação social. (SHIRKY, 2011).

A mídia no século XX voltava-se para um único enfoque: consumo. A pergunta estimulante da mídia nessa época era: *Se produzirmos mais, vocês consumirão mais?* A resposta a essa pergunta foi em geral positiva, já que o indivíduo médio consumia mais TV a cada ano. Mas a mídia é na verdade como um triatlo, com três enfoques diferentes: as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e de compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até há pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas (SHIRKY, 2011, p. 25).

Com os avanços tecnológicos, as transições sociais tornaram-se constantes. Esse evento implica intrinsecamente no desenvolvimento das culturas sociais. A partir disso, podemos compreender a importância do lazer na formação social do indivíduo, visto que quando exposto a condições que desapropriam o seu tempo livre, o indivíduo tende a buscar refúgios em ações capazes de amenizar os efeitos dessa desapropriação, conforme ocorreu no fenômeno gim-mania.

O lazer apresenta-se como um elemento central da cultura vivida por milhões de trabalhadores, possui relações sutis e profundas com todos os grandes problemas oriundos do trabalho, da família e da política que, sob sua influência, passam a ser tratado em novos termos. (DUMAZEDIER, 1973, p.20).

O gim atuou como um elemento de grande relevância na transição social ocorrida em Londres, enquanto nós atribuímos à televisão tal finalidade. O tempo livre passa a ser tratado como um bem social geral, com a possibilidade de ser aplicado ao modo de cada cidadão, seja em atividades individuais ou coletivas.

Diante de uma alta gama de tempo livre, os indivíduos buscam o lazer em atividades passivas, por estarem constantemente ligados a tarefas ativas durante o trabalho. A esse respeito, Shirky reitera:

A sociedade, a princípio, nunca sabe bem o que fazer com qualquer excedente. (É o que faz disso um excedente.) Quando tivemos um excedente realmente em larga escala de tempo livre – bilhões e depois trilhões de horas por ano -, nós gastamos maior parte dele consumindo televisão, porque julgamos esse modo de utilizar o tempo melhor do que as alternativas disponíveis. [...] A vida no mundo desenvolvido inclui uma quantidade de participação passiva: no trabalho, somos malandros e, em casa, somos bichos-preguiça (SHIRKY, 2011, p.15).

Essa participação passiva apresentada por Shirky é cada vez menos notada entre a juventude. Mais do que sentar e assistir, os jovens desejam a interação não propiciada pela televisão. Nesse aspecto, Shirky (2011, p. 15) sustenta que “populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo”. Os jovens aspiram por interatividade. Estão sempre a procura de atividades em que seja possibilitada a interação. Desejam obter influência no seu campo de lazer.

Apesar do anseio pela interação, os jovens que continuam a assistir televisão, ou praticam atividades semelhantes como ver vídeos no *YouTube*, transformam o mero sentar e assistir em ondas de interatividade oportunizadas pelas redes sociais. A partir do conteúdo assistido os jovens recriam o ambiente através de comentários, compartilhamentos, avaliações e discussões nas redes sociais. O conteúdo ganha novas formas e características a partir disso. “Em outras palavras, mesmo quando ocupados em ver TV, muitos membros da população internauta estão ocupados uns com os outros, e esse entrosamento se correlaciona com comportamentos que não são do consumo passivo” (SHIRKY, 2011, p. 16).

Uma geração inteira cresceu com tecnologia pessoal, do rádio portátil ao PC, portanto era de esperar que eles também colocassem na nova mídia mecanismos para uso pessoal. Mas o uso de uma tecnologia social é muito pouco determinado pelo próprio instrumento; quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social, na verdade, ativa (SHIRKY, 2011, p. 18).

O desmembramento da vida social no século XX nos afastou fortemente da cultura participativa, fazendo com que precisemos da expressão “cultura participativa” para descrevê-la, agora que ela voltou a existir, conforme Shirky (2011). Anteriormente ao século XX, segundo este autor, não tínhamos uma expressão para a cultura participativa efetivamente. Na prática, isso teria sido uma espécie de tautologia, ou seja, o uso de diferentes palavras a fim de expressar a mesma ideia. Uma porcentagem expressiva da cultura era participativa – encontros locais, eventos e performances. A espontânea ação de criar algo com outras pessoas em mente e então compartilhá-lo com elas representa uma repercussão daquele antigo modelo de cultura, que agora possui um aspecto tecnológico. Posto como aceita a ideia de que verdadeiramente gostamos de fazer e compartilhar coisas, por mais ignorantes em conteúdo ou pobres em desempenho

que sejam, e que a partir disso fazermos rir uns aos outros, é um tipo de atividade diferente de ser levado a rir por pessoas pagas para nos fazer rir. Logo, temos extensões midiáticas que possibilitam substituições dos conteúdos gerados a partir da interatividade proporcionada pela web (Shirky, 2011).

O leque de possibilidades oferecido aos jovens de hoje é infinitamente maior quando comparado às possibilidades de outros tempos. São inúmeras opções de lazer, contudo o jovem vem virtualizando o seu lazer gradativamente. “Quando você agrega uma grande quantidade de alguma coisa, ela se comporta de novas maneiras, e nossos mecanismos de comunicação estão agregando nossa capacidade individual de criar e compartilhar em níveis inéditos” (SHIRKY, 2011, p. 28).

Com o desenvolvimento das sociedades e o avanço tecnológico surgiram múltiplas alternativas para a ocupação do tempo livre e lazer dos indivíduos. Temos agora nas redes sociais um fenômeno semelhante ao vivenciado nos tempos do gim e seguidamente da televisão. Entre a porcentagem da população mais conectada às redes sociais está o jovem, que faz do uso contínuo das redes um referencial de lazer.

Seguindo aos requisitos apresentados pela juventude, encontramos o nosso novo lubrificante social: as redes sociais. Espaços onde opiniões são construídas coletivamente por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos. E de acordo com as preferências dos jovens, temos no *Facebook* o nosso gim da velha Londres.

Assim como ocorreu em outros tempos com a televisão, hoje acontece com o *Facebook*. Milhões de horas destinadas à interatividade propiciada por essa rede. As implicações desse acesso contínuo às redes sociais refletem diretamente no modo como a juventude ocupa o seu tempo livre e, conseqüentemente, o seu lazer.

Considerações

Na sociedade atual, tempo livre excedente faz parte do cotidiano dos jovens. E o seu lazer está intimamente relacionado às atividades midiáticas, essencialmente as atividades digitais, que estão cada vez mais se sobressaindo entre as demais atividades em que os jovens dedicam o seu tempo livre.

Avaliando o entretenimento como aliado ao divertimento, à distração e ao passatempo podemos acrescentar muitas outras atividades proeminentes, focando em públicos específicos: crianças, mulheres, jovens, executivos, entre outros. No que concerne ao investimento e desenvolvimento favorecido pelas Tecnologias da

Informação no Brasil e pelos meios de comunicação de massa, as opções são um pouco mais privativas. A Tecnologia de Informação ganhou grande relevância que se transformou em um dos pilares que equilibram o mundo contemporâneo, no que diz respeito ao entretenimento, mais especificamente para as gerações mais jovens, que possuem mais aptidão para acesso e utilização das inovações tecnológicas. (Marques, 2015)

O entretenimento, por certo, convida pessoas de todas as faixas etárias, contudo, os mais jovens, em geral, são mais acessíveis às inovações e às conquistas; apresentam menos pré-conceitos, restrições sociais, de tempo ou de percepção, e com isso, acabam aderindo às inovações mais facilidade. Talvez sejam essas as prováveis razões que tornam o público mais jovem o mais interessado pela tecnologia: não há barreiras para o aprendizado, e a interação com brinquedos eletrônicos, *games*, computador, *smartphones*, Internet é mais natural, até mesmo quando não dominam o idioma empregado (Marques, 2015). Moreira e Fichtner complementam tal pensamento:

Refletir sobre a juventude e a relação dos jovens com o universo midiático significa que é preciso olhar para frente, para o novo que se desenha na prática de apropriação das tecnologias de comunicação. Para avançar nesta direção, é preciso aceitar o incerto e a aparente desordem como um campo de novas formas de organização social, diferentemente daquelas que tradicionalmente guiam nossos pensamentos (MOREIRA, FICHTNER, 2015, p.69).

Neste trabalho exploramos alguns conceitos norteadores na discussão a respeito do *Facebook* como elemento lubrificante na sociedade atual. Reconhecemos a amplitude desse assunto, bem como a necessidade de novos estudos a fim de delimitar esse campo de pesquisa e seus enredamentos no cotidiano dos jovens da sociedade contemporânea.

Referências

ABRAMOVAY, Miriam; ANDRADE, Eliane Ribeiro; ESTEVES, Luiz Carlos Gil. Juventudes: outros olhares sobre a diversidade. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. 2007.

AGUIAR, Sônia. Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação. Relatório final de pesquisa, NUPEF RITS, Rio de Janeiro. 2006.

BERNARDINI, G; GOBBI, M.C. Levante popular da juventude brasileira: saímos do *Facebook*. Belo Horizonte. 2013.

CAIO, Gláucia M. S. “O Tempo Livre e o Lazer - O Engajamento do Profissional de Turismo e a Conscientização do Lazer”. Trabalho monográfico de conclusão de curso. Centro Universitário Salesiano de São Paulo – UNISAL, Americana, Novembro 2001.

COSTA-FERREIRA, Gonçalo. Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 16, n. 3, p. 208-231, 2011.

DUMAZEDIER, Joffre. Questionamento teórico do lazer. Porto Alegre: CELAR, [sd], 1975.

ELLISON, Nicole B. et ai. Sites de redes sociais. Definição, história e erudição. *Jornal de Comunicação Mediada por Computador*, v 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

MACHADO, J. R; TIJIBOY, A. V. Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. *RENOTE*, v. 3, n. 1, 2005.

MARQUES, Jane Aparecida. Lazer de Jovens Universitários no Contexto Digital//University students leisure in the digital context. *Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura*, v. 13, n. 1, p. 84-105, 2015.

MELO, R. G. de. Uso de redes sociais por estudantes do ensino médio de uma escola privada de Natal: análise do comportamento informacional. Natal, 2014.

MOREIRA, Benedito Dielcio; FICHTNER, Bernd. Juventudes, tecnologias e consumo midiático: Andanças virtuais revelam a constituição do novo//Youthfulness, technologies and mediatic consumption: Virtual roaming reveal the constitution of the new. *Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura*, v. 13, n. 1, p. 67-83, 2015.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no *Facebook*. *Verso e Reverso*, v. 28, n. 68, p. 117-127, 2014.

RECUERO, Raquel. O capital social em rede: Como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social//*Social capital in network: how internet social networks are generating new forms of social capital*. *Contemporânea-Revista de comunicação e cultura*, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012.

_____. *Redes sociais na internet*. Sulina, 2009.

_____. *Redes sociais na internet*. Sulina, 2009.

SHIRKY, C. *A Cultura da Participação*. 1 Edição. 2011.