



Uso das tecnologias digitais pelos jovens.¹

Daniella de Gois Ariston BARION²

Maria Ataíde MALCHER³

Jane A. MARQUES⁴

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO:

Este artigo tem por objetivo analisar os usos pelos jovens de conteúdo multimídia, baseado nos resultados da pesquisa TIC *KIDS ONLINE* BRASIL 2012, realizado pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC.BR). A configuração atual da comunicação, com o avanço tecnológico e a convergência de plataformas digitais, oferece informação, entretenimento e serviços a partir da geração de conteúdos, possibilitando o desenvolvimento de novos hábitos. Partimos do conceito de bios midiático de Sodré, considerando que este pode ser o fio condutor para conciliar os conceitos de mediações e mediações defendidos por Martín-Barbero, Braga e Sodré. Pretende-se, assim, apresentar uma discussão inicial sobre crianças e adolescentes, público-alvo a partir da pesquisa em destaque.

PALAVRAS-CHAVE: jovens, cont do multim dia, media o, media o, bios midiático

Introdu o

Atualmente, o cenário da comunica o midiática   repleto de novidades e incertezas em virtude do desenvolvimento acelerado das novas tecnologias e plataformas digitais, que possibilitam usos e apropria es de cont dos multim dia, especialmente pelos jovens que apresentam mais facilidade de contato com esses materiais.   necessário entender a convergência das mídias tradicionais (que associam som, fotografia, vídeo, anima o, gráficos e textos) concebendo novos formatos para o

¹ Trabalho apresentado no DT 05 – Comunica o Multim dia do XII Congresso de Ciências da Comunica o na Região Norte, realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Gradua o em Comunica o, Cultura e Amazônia, da Universidade Federal do Pará, especialista em Gestão do Varejo pela Funda o Instituto de Administra o (FIA), especialista em Marketing pela Funda o Getulio Vargas (FGV), email: dbarion06@hotmail.com

³ Doutora e Mestre em Ciências da Comunica o pela ECA-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunica o da Universidade Federal do Pará e coordenadora do Programa de Pós-Gradua o Comunica o, Cultura e Amazônia da UFPA. E-mail: ataidemalcher@uol.com.br.

⁴ Doutora e Mestre em Ciências da Comunica o pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do curso de Pós-Gradua o em Est tica e História da Arte e do curso de gradua o em Marketing, ambos da Universidade de São Paulo. Professora convidada da Universidade Federal do Pará (UFPA), compondo o quadro permanente do Programa de Pós-Gradua o em Comunica o, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: janemarq.each@gmail.com



computador, para o *tablet* ou mesmo para o celular. É possível afirmar que o homem vive um momento de transição midiática que estabelece uma mudança do analógico para o digital.

A mediação pelo computador, por exemplo, gerou outras formas de estabelecimento de relações sociais, formas que, até então, eram desconsideradas por muitos sociólogos. No entanto, as pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais. Como essas formas de adaptação e auto organização são baseadas em interação e comunicação, é preciso que exista circularidade nessas informações, para que os processos sociais coletivos possam manter a estrutura social e as interações possam continuar acontecendo (RECUERO, 2006, p. 100).

Este artigo tem como objetivo discutir os usos das tecnologias digitais pelos jovens a partir de um referencial teórico qualitativo explorando os conceitos de mediação, midiatização e bios midiático. Para tanto utilizaremos como base da análise resultados de uma pesquisa quantitativa, *TIC Kids Online*, realizada pela CETIC.BR. A referida pesquisa procurou perceber a configuração nessa nova ambiência digital, na qual produzir, acessar, e compartilhar conteúdos são elementos necessários para a utilização das plataformas multimídias integradas.

Bios midiático, pela própria ideia de ambiente (no que contém de trocas entre vida e tecnologia) pode como noção ser operacionalizado de maneira mais circular, sem antes, nem depois, sem superior ou subterrâneo, sem estancar eixos em sentidos direcionais em pares específicos. Permite movimentar tudo isso a partir de qualquer ponto em que nos coloquemos para investigar o processo comunicacional (SILVA, 2012, p. 120).

Analisando o processo comunicativo

Para realizar este trabalho utilizaremos o cruzamento de alguns dados da primeira pesquisa *TIC Kids Online* no Brasil, realizada pelo Comitê Gestor da *Internet* no Brasil (CGI.br), que ocorreu no período entre abril e julho de 2012, em todo território brasileiro. Este trabalho é resultado de um acordo entre o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC.br) e a *London School of Economics* (LSE), que trouxe para o Brasil a metodologia utilizada na pesquisa europeia *EU Kids Online* e já foi conduzida em 25 países da Europa em 2010. O



principal objetivo da pesquisa era medir usos e hábitos da população brasileira de 9 a 16 anos, usuária de *Internet*, em relação às tecnologias de informação e de comunicação (TIC), focando nas oportunidades e nos riscos relacionados ao uso da *Internet*. Foram realizadas 1.580 entrevistas com crianças/adolescentes usuários de *Internet* e a mesma quantidade com pais/ responsáveis através de entrevistas pessoais, com aplicação de questionário estruturado elaborado a partir do modelo de mensuração europeu adaptado à realidade brasileira.

Na sociedade em midiatização, a interação se manifesta mais claramente como um fluxo sempre adiante. Com a emissão de uma mensagem, seja televisual, cinematográfica ou por processos informatizados em rede social, o “receptor”, após apropriação de seu sentido (o que implica a incidência das mediações acionadas), pode sempre repor no espaço social suas interpretações. Isso ocorrerá seja em presencialidade (em conversações, justamente), seja por outras inserções midiatizadas – cartas, redes sociais, vídeos, novas produções empresariais, *blogs*, observatórios, etc. Os circuitos aí acionados muito mais abrangentes, difusos, diferidos e complexos – é que constituem o espaço das respostas “adiante” na interação social (BRAGA, 2011, p. 68).

Os dados selecionados na pesquisa, para este trabalho oferecem informações sobre o novo modelo de comunicação que está sendo estabelecido por uma geração denominada “transmídia”⁵, portanto, acostumada a obter conteúdos de diversas mídias. Essa geração participa como produtora e como receptora, condição possibilitada pelos recursos de interatividade. O estudo *TIC Kids Online Brasil* apresenta que 70% das crianças e adolescentes brasileiros possuem perfil em alguma rede social, sendo 42% dos que possuem de 9 a 10 anos, e 83% dos que estão na faixa etária de 15 a 16 anos. O comportamento e hábito dos jovens vem se reconfigurando provavelmente na mesma velocidade do surgimento de novas tecnologias, produtos, serviços e informações disponíveis nesses aparatos.

Martín-Barbero (2004, p. 229), ao focar para a demanda de trabalhar as mediações da comunicação justifica: “pois as mídias passaram a construir um espaço – chave de condensação e interseção da produção cultural”. O autor destaca a necessidade de maior visão do campo comunicacional.

⁵ Transmídia é a produção, compartilhamento de conteúdos distribuídos por múltiplas plataformas de comunicação (JENKINS, 2008).



Inverto meu primeiro mapa e proponho as ‘mediações comunicativas da cultura’, que são: a ‘tecnicidade’, a ‘institucionalidade’ crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural; a ‘socialidade’ – como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e ente casais, estão mudando [...] tinha que fazer uma mudança que não era ir da das mediações aos meios, mas perceber que a comunicação se adensava diante da nova tecnicidade, era a ‘institucionalidade’ da tecnicidade. Pode-se continuar falando ‘das mediações dos meios’, mas ‘mediação’ para mim sempre foi outra coisa que tem muito mais relação com as dimensões simbólicas da construção do coletivo. Prefiro falar, então, de ‘mediações comunicativa da cultura’, e quando digo da cultura não falo somente de seus produtos, mas digo da sociedade, da política [...] (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 151, 153).

Essas mudanças tecnológicas possibilitam a criação de uma variedade de novos produtos midiáticos, que apresentam grandes desafios para o entendimento das novas relações sociais estabelecidas e na construção de processos de comunicação. Segundo Nilda Jacks (2010), “a análise das representações identitárias em diferentes plataformas midiáticas se faz necessária a fim de compreendermos a complexidade das relações dos sujeitos com as mensagens e suas respectivas re-elaborações na vivência cotidiana.” São muitas as mudanças que estão ocorrendo para produção e exibição de conteúdos midiáticos, interativos, e todas elas afetam com certeza a sociedade. Não há como analisar as mudanças sem considerar as alterações culturais que esse processo traz.

Os resultados da pesquisa selecionada nos trazem indicativos de como está se constituindo o novo hábito dos jovens com relação ao uso das multimídias, porém o levantamento quantitativo deste uso não é suficiente para avaliarmos a apropriação, transformação cultural que vem de fato ocorrendo, como ressalta Braga.

Os novos recursos áudio e/ou visuais incluem (no sentido de captar, adicionar, subsumir) tudo o que, em termos de som e/ou imagem possa ser representado. Ao fazer isto, adicionam também os processos do espaço social registráveis por seus equipamentos.

A inclusão de processos (e não apenas de “objetos”) desenvolve já uma segunda característica dos meios. Ao adicionar processos, estes são inevitavelmente modificados no espaço da inclusão em pelo menos dois sentidos: o resultado final da objetivação (da produção) é um processo modificado em formas, ritmo, duração, perspectiva, interpretação; e o próprio processo, no espaço real, recebe solicitação de modificações para “se ajustar” ao olhar/ouvido dos equipamentos.



Para esta característica dos meios, proponho a denominação de penetrabilidade – o meio/processo de comunicação penetra nos processos sociais, modificando-os em função de seus próprios modos operatórios. (BRAGA, 1999, p. 132).

A pesquisa revela, ainda, que 42% dentre os participantes possuem perfis privados, configurado de forma que apenas os amigos consigam visualizá-lo. Outros 31% possuem perfil parcialmente privado, permitindo que amigos dos amigos também possam visualizá-lo. Apenas 25% possuem perfis públicos, que podem ser visualizados por qualquer pessoa e 2% não tem conhecimento dessa configuração de privacidade. As crianças e adolescentes pesquisados aparentemente não demonstram preocupação com as informações postadas. Braga (2001) procura no conceito de midiatização uma maneira de demonstrar a separação entre a mídia e a interação, pois entende que o processo comunicacional só ocorre quando há construção de sentido.

Essa perspectiva, naturalmente, nos leva a propor uma ‘continuidade’ entre os processos comunicacionais de midiatização e os processos de comunicação mais distantes do ‘midiatizado’. Na sociedade contemporânea, seria difícil fazer um corte nítido entre fenômenos comunicacionais da processualidade midiatizada e fenômenos comunicacionais outros, diversamente inscritos no fluxo comunicacional (BRAGA, 2001, p. 70).

Podemos considerar que os pais participam dessa mediação, pois são os responsáveis pela compra dos aparatos tecnológicos, estabelecem o tempo de uso, e são provavelmente os que autorizam o que pode ser acessado ou não ao se conectarem na rede, de acordo com a faixa etária das crianças e adolescentes. A pesquisa traz um indicador interessante: 71% dos pais e responsáveis acreditam que seus filhos utilizam a *Internet* de modo seguro. Ou seja, eles avaliam que este é um ambiente apropriado para os jovens e neste local não correm riscos.

A análise dos processos de interação dos jovens precisa ser entendida, sobretudo por aqueles que se dedicam à compreensão dos fenômenos comunicacionais. As novas mídias, como a pesquisa mostra, já são uma realidade, por isso compreender a abrangência do papel dos meios massivos no processo comunicacional contemporâneo como seus usos e apropriações pode trazer significativas contribuições aos estudos da área de Comunicação. Jacks (1999) cita a “comunidade de apropriação” quando



indivíduos são identificados ao dar variados sentidos de apropriação, pois isso ocorre em virtude das diferentes mediações que acontecem no dia a dia. Para compreender esse sentido de apropriação, mencionado por Jacks, seria necessário conhecer a ambiência em que os jovens estão inseridos e a forma de utilização da *Internet*, pois esses fatores podem interferir diretamente nas mediações cotidianas.

Por comunidade de apropriação se entende os diferentes âmbitos de significação através dos quais a mensagem televisiva transita dentro de uma mesma audiência, até que ganhe uma interpretação final, mas supostamente não definitiva. Isto é, o receptor leva a mensagem às diferentes comunidades a que pertence, nas quais esta vai ganhando ou perdendo sentido, gerando produção de novos significados ou a reprodução dos significados propostos. Em geral, a apropriação primária se dá no grupo familiar, cujas características serão definidoras da mediação (JACKS, 1999, p. 58).

Quase metade da amostra (49%) declarou ter mais de 101 contatos em seus perfis nas redes sociais. Os que têm até 50 contatos em seu perfil na rede social são os mais jovens (63%). Segundo o estudo, 59% dos jovens sabem bloquear mensagens de uma pessoa e 44% informaram ter conhecimento de bloquear *spams*⁶. Para as questões mais complicadas, 55% disseram saber onde encontrar informações sobre como usar a *Internet* com segurança e 41% saberiam avaliar diferentes páginas na *web*, para verificar se as informações são verdadeiras.

Outro resultado importante é que 23% dos usuários de *Internet* de 11 a 16 anos já tiveram contato com alguém que não conheciam pessoalmente, por meio da rede mundial de computadores. Entre os que fizeram esse contato, cerca de um quarto declarou ter se encontrado pessoalmente com esse desconhecido. A convergência digital que a sociedade vivencia na atualidade, particularmente os mais jovens, traz significativas modificações na maneira como estes podem estabelecer relações sociais através das mídias, influenciando tanto no seu grau de sociabilidade quanto no seu processo de inserção social.

Adotando a expressão “mídiatização”, seremos mais exatos, pois a expressão faz ressaltar os processos comunicacionais envolvidos. Certamente é um fato histórico que as sociedades contemporâneas acionam crescentemente tecnologias midiáticas para acionar e fazer

⁶ *Spam* significa uma mensagem de correio eletrônico não solicitada, pode ter finalidade publicitária enviada para várias pessoas.



circular suas necessidades e interesses de interação. É claro, também, que as questões tecnológicas e as referentes aos processos industriais/empresariais estruturam grande parte desse uso. Mas a questão abrangente, em nossa perspectiva, se reporta aos modos sociais de circulação que aí são inventados e produzem seus efeitos sociais (BRAGA, 2011, p. 70).

Outro dado analisado pelo estudo é a percepção que os pais ou responsáveis possuem da utilização da *Internet* por seus filhos. Mais de um terço deles (37%) acredita não ser provável que seu filho passe por alguma situação de incômodo ou constrangimento na *Internet* nos próximos seis meses, e 35% consideram que os filhos são suficientemente capazes de lidar com essas situações, caso ocorram. Ainda assim, 22% das crianças e adolescentes entrevistados declararam ter passado por alguma situação de incômodo ou chateação nos últimos 12 meses e praticamente metade (47%) disse que esse tipo de situação aconteceu na *Internet*.

Usos mais comuns

Além disso, o levantamento aponta que 47% dessas crianças e adolescentes utilizam a *Internet* todos os dias, ou quase todos os dias, de diversas maneiras, e este número cresce acima de 53% para os entrevistados a partir de 13 anos, ou seja, os mais velhos dentre os pesquisados, provavelmente por terem mais autonomia acessam a rede mundial com mais frequência.

Destaque para o acesso da *Internet* nas escolas (42%), no domicílio (40%), em *lanhouses* (35%) e pelo celular, citado por 18% dos entrevistados. Isso ocorre provavelmente em função da rapidez, praticidade, acessibilidade, interatividade, conectividade, custo e visibilidade que estas plataformas oferecem. Esse dado indicia a importância em disponibilizar esses aparatos tecnológicos nas escolas, pois muitos só têm essa vivência no ambiente escolar. A escola é o local onde essa democracia tecnológica pode ocorrer.

[...] a revolução tecnológica que estamos atravessando é psíquica, cultural e socialmente muito mais profunda do que foi a invenção do alfabeto, do que foi também a revolução provocada pela invenção de Gutenberg. É ainda mais profunda do que foi a explosão da cultura de



massas, com seus meios técnicos mecânicos-eletrônicos de produção e transmissão de mensagem (SANTAELLA, 2001, p. 389).

O processo digital que está no cerne dessa revolução tecnológica tem potencial ativo para gerar a democratização da produção e consumo de informação-comunicação, posto que a *Internet* tornou-se um meio acessível e de fácil utilização para intercâmbio e produção de informação digital, criando uma rede de usuários conectados a maior parte do tempo, o que propicia um processo comunicativo diferenciado.

Para Recuero (2006), como a comunicação mediada por computador proporciona que essas interações sejam transportadas a um novo espaço, que é o ciberespaço, novas estruturas sociais e grupos que não poderiam interagir livremente tendem a surgir.

O principal diferencial da rede mundial de comunicação quando comparada com outros veículos é a possibilidade de diálogo em tempo real e a disponibilidade de interatividade, o que permite velocidade e *feedback* nas relações pessoais, profissionais e de informação.

Castells (2002) destaca que há uma tendência histórica, na qual as redes constituem a nova morfologia social e a comunicação mediada por computador é fundamental para o seu desenvolvimento, pois está inserida em uma sociedade onde os processos comunicacionais, dão forma à estrutura social:

A convergência da evolução social e das tecnologias da informação criou uma nova base material para o desempenho de atividades em toda a estrutura social. Essa base material construída em redes define os processos sociais predominantes, consequentemente dando forma à própria estrutura social (CASTELLS, 2002, p. 499).

O fato é que hoje, os aparatos tecnológicos e as novas mídias estão presentes na rotina de crianças e adolescentes (faixa etária de 9 a 16 anos), vinte quatro horas do dia. Eles se apropriam de tal maneira dos serviços e possibilidades ofertadas que o dia inicia com o despertador do celular tocando uma música que foi baixada da *Internet*, por exemplo. A partir de então passam todo o tempo trocando mensagens com amigos, em grupos exclusivos de conversa (sem taxa de cobrança da operadora); tirando fotos, postando para os seus seguidores e curtindo-as no *Instagram*; postando, comentando,



observando e sendo observado *no Facebook*; buscando informações simples ou acadêmicas no *Google*; assistindo vídeos ou até o último capítulo da novela no *YouTube*; participando de jogos *online* e ainda cuidam de personagens e/ou animais virtuais.

Essa rotina pode ser observada nos resultados da pesquisa que apontam que dentre as atividades realizadas frequentemente na rede por essa faixa etária estariam em primeiro lugar a realização de trabalhos escolares (82%), seguido pelo acesso a plataformas sociais (68%). Entre as outras atividades citadas estão: assistir vídeos no *YouTube* (66%), jogar *online* e usar mensagens instantâneas (54%). Atividades mais complexas ou interativas, como postar conteúdos estão entre as menos citadas, embora com percentuais que merecem destaque, a saber: 40% “postam fotos, vídeos ou músicas”, e 24% “escrevem mensagem em um *site*”. A proporção de usuários de *Internet* nessa faixa etária que escreveu em um *blog* no último mês é de apenas 10%. Através desses resultados percebemos que na amplitude do termo *mediatização*, a *mediação* ainda ordena esse processo comunicativo.

Com efeito, toda e qualquer cultura implica mediações simbólicas, que são linguagem, trabalho, leis, artes, etc. [...]. Para se inscrever na ordem social, a mediação precisa de bases materiais, que se consubstanciam em instituições ou formas reguladoras de relacionamento em sociedade. As variadas formas da linguagem e as muitas instituições mediadoras (família, escola, sindicato, partido, etc.) investem-se de valores [...]. Valores e normas institucionalizados legitimam e outorgam sentido social às mediações. [...]

Já a *mediatização* é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de ‘*tecnointeração*’ – caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium* (SODRÉ, 2008, p. 21).

Este novo formato, chamado de novas mídias ou mídia digital, que engloba computador, *tablet* e telefones móveis, disponibiliza tecnologias diversas como correio eletrônico, portal, *chat*, *blogs*, jornais *online*, *home pages*, redes sociais e possibilitam ao usuário desempenhar diversas funções, sendo que muitas são simultâneas. O usuário pode ser agora, além de receptor, também produtor e interlocutor, enfim, tem um papel mais efetivo na geração do conteúdo. As novas mídias podem contribuir para uma



sociedade mais democrática, uma vez que os jovens tem cada vez mais à disposição os meios para comunicar com o público, porém isso só ocorrerá se houver produção de novos sentidos e apropriação.

[...] as práticas socioculturais ditas comunicacionais ou midiáticas vêm se instituindo como um campo de ação social correspondente a uma nova forma de vida, que propomos chamar de bios midiático. Essas práticas – uma espécie de antropotécnica eticista – não esgotam nem sistematizam o problema da vinculação, uma vez que dizem mais respeito propriamente à relação socialmente gerida pelos dispositivos midiáticos e, portanto, do mercado (SODRÉ, 2008, p. 233).

“Na contemporaneidade é essa ‘mediação social tecnologicamente exacerbada’ que, para Sodré (2008, p. 24), define-se como midiatização, processo com relativa autonomia em face das formas interativas presentes as mediações tradicionais”, como destaca Silva (2001, p. 116).

O campo da mídia – linear (tradicional) e reticular (novíssima) – incide sobre um outro modo de sistematização social, sobre um outro eidos (substância primeira, essência), que é a realidade simulada, vicária ou ainda virtual. O território da mídia é um quarto bios existencial, o bios midiático (SODRÉ, 2008, p. 234).

Os jovens nascidos a partir de meados da década de 90 têm uma natureza curiosa com menos bloqueios, anseiam por liberdade, participam da nova Geração “Z”, acrônimo de “zapear”. São pessoas que realizam diversas atividades simultaneamente, são receptores e provedores de informação *online*, participam de um mundo virtual sem fronteiras interagindo globalmente, passam a integrar o campo das tecnologias digitais onde encontram essas características (FERREIRA, 2003). Desse modo, as multimídias apenas revelam transformações plurais no conceito de tecnologia, aliando conhecimento técnico e científico, além de ferramentas e produtos que podem ser usados de forma integrada, e que são essenciais para a definição desse processo comunicacional, que tem como base a convergência dos meios.

Para compreender o significado de convergência, nos apropriamos do pensamento de Gracie Lawson-Borders (2006), que apresenta e compara múltiplas definições e usos deste termo exclusivamente em ambientes midiáticos, definindo-o como “um conjunto de possibilidades decorrentes da cooperação entre meios impressos



e eletrônicos na distribuição de conteúdos multimídia por meio do uso de computadores e da *Internet*”, defendendo que a convergência dos computadores e *Internet* são a chave para que todo este processo ocorra. O conteúdo produzido pela televisão, pelo rádio, pelos meios impressos e pelos jogos podem gerar os conteúdos que são distribuídos nas diferentes plataformas e usufruídos com facilidade principalmente pelos jovens.

Atualmente os jovens apresentam um novo comportamento e atitude, isso inclui a maneira de como se vestem, como se comunicam, como estudam, como consomem produtos, serviços e informações. Esse processo é dinâmico e se intensificou com as novas tecnologias midiáticas disponíveis e sua popularização. Certamente novas mediações, midiatisações e processos comunicativos surgirão nas relações sociais.

A convergência exige que as empresas midiáticas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2008, p. 45).

A partir de uma visão tridimensional das novas mídias – formada pelos aparatos tecnológicos, as práticas comunicativas em que se constituem estes aparatos, além dos contextos sociais e as instituições que se apropriam dessas práticas –, as estudiosas Leah Lievrouw e Sônia Livingstone (*apud* Matheson, 2004) listam tecnologia, comunicação e sociedade como as grandes responsáveis pela produção de conhecimento nas novas mídias.

A convergência de mídias propiciada pela tecnologia digital torna mais fácil que o mesmo objeto cultural seja exibido em várias mídias e de várias formas. A definição de uma interface em função de outra se torna mais difícil, menos técnica, quase cultural. Isso faz com que, para entendermos a relação entre as interfaces e as linguagens “ideais” para ela, torna-se mais importante a análise dos hábitos culturais do público, em oposição a uma análise “determinista” das limitações e características do aparato técnico. (CANNITO, 2009, p. 135-136).



Compreender as principais mudanças no processo comunicacional de como os jovens vem se apropriando de informações através das novas mídias não é uma questão fácil. Para tornar esse estudo possível seria necessário uma pesquisa qualitativa complementar para investigar os fenômenos que vem ocorrendo nessas transformações culturais que estão se estabelecendo nesse novo bios. Assim, entenderíamos também as relações de poder que atravessam a *Internet* e que possibilitam uma articulação maior que os meios massivos existentes anteriormente.

Considerações Finais

Após análise dos dados da pesquisa quantitativa, *TIC Kids Online Brasil 2012*, apresentada no trabalho tornou-se possível perceber vários indicativos sobre os novos hábitos e atitudes que o uso das novas tecnologias provocam na forma como crianças e adolescentes estão se informando. De acordo com a idade e classe social essas mudanças são percebidas em maior ou menor intensidade, porém são identificados em praticamente todos os entrevistados esse novo traço cultural que apresenta uma nova maneira de se informar: o espaço virtual.

Os autores citados neste trabalho deixam claro que a comunicação ocorre pela midiaticização e mediação, o bios midiático proposto por Sodré é uma ambiência uma nova forma de vida real, mas com outra ordenação. Outro ponto destacado pelos autores é a renovação e evolução dos conceitos, podendo em um determinado momento da história ser defendido como oposto e em outro como complementar ou até mesmo como evolução.

Assim, este artigo se construiu a partir da análise de uma pesquisa quantitativa, que nos possibilitou identificar subsídios da evolução da mídia no século XXI e dos usos que os crianças e adolescentes fazem dos aparatos tecnológicos, porém, para um entendimento de apropriação e construção dos processos comunicativos entre esse público, definido como parte integrante do processo comunicacional, são necessárias outras pesquisas empíricas e análises complementares que possam responder:

O que motivou a criança ou adolescente a usar esses meios para se comunicar?

Por que tem mais interesse por um determinado serviço e menos por outro?



- Quais dinâmicas mudaram ou surgiram desde que passou a acessar a *Internet*?
- Quais relações afetivas se intensificaram no acesso a *Internet*?
- Quais linguagens midiáticas foram usadas e por quê?
- Qual o sentido em passar mensagens e não telefonar ou falar pessoalmente?
- Qual o sentido em postar e curtir fotos, vídeos, etc.?
- Qual o sentido em seguir um grupo de pessoas e por quê?

Pretendemos indicar que há estudos iniciados, mas precisamos aprofundamentos até mesmo para além desses questionamentos para estabelecermos a discussão de como poderemos pensar a comunicação nos próximos anos e as relações e processos comunicacionais decorrentes desses usos e apropriações, especialmente pelos mais jovens e pelas futuras gerações.

Referências:

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. Verso e Reverso. **Revista da Unisinos**, São Leopoldo, RS, v. 25, n. 58, jan./abr. 2011.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da comunicação. In: FAUSTO NETO, Antônio; PRADO, José Luiz; PORTO, Sérgio. **Campo da Comunicação**: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5**: a televisão na era digital. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2009.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CETIC.BR. **Pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012**. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/kidsonline/2012/apresentacao-tic-kids-2012.pdf>>. Acesso em: 24 de abril 2013.

FERREIRA, Anna Célia Affonso dos Santos. O Comportamento do Consumidor Jovem. VI SEMEAD – Seminários em Administração, São Paulo, 25-26 jun. 2003. In: **Anais...** Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/6semead/MKT.htm>>. Acesso em: 14 ago. 2012.



IDG Now. **Jovens do Brasil Usam Mais Redes Sociais do que Adolescentes Europeus.** Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2012/10/02/jovens-do-brasil-usam-mais-redes-sociais-do-que-adolescentes-europeus/>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

JACKS, Nilda. **Querência Cultural Regional Como Mediação Simbólica.** Rio Grande do Sul: Ed. UFRGS, 1999.

_____. **Jovem e consumo cultural em tempos de convergência.** Rio Grande do Sul: UFRGS – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, 2010.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência.** São Paulo. Ed. Aleph, 2008.

LAWSON-BORDERS, Gracie. **Media Organizations and Convergence:** case studies of media convergence pioneers. New Jersey: LEA Publishers, 2006.

MATHESON, Donald. (2004). **Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism.** Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/6/4/443>>. Acesso em 10 ago 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____. **Ofício de cartógrafo:** travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. **MATRIZES Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.** São Paulo, v. 2, n. 2, jan./jun. 2009.

RECUERO, Raquel. **Comunidades em Redes Sociais na Internet:** proposta de tipologia baseada no Fotolog.com. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: Universidade Federal Rio Grande do Sul, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento:** sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.



SILVA, Gislene. Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiaticização? In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jaser; JACKS Nilda (Orgs). **Mediação e Midiaticização** – Livro Compós 2012. Salvador – Brasília. Editora da Universidade Federal da Bahia 2012. P107-122

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes 2008.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. **MATRIZES** Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo, v. I, n.t, jul/dez 2007.