

CULTURA DA CONEXÃO: DIÁLOGOS DE INTERATIVIDADE DOS JOVENS NAS REDES SOCIAIS

Phillipe Halley Martins Pereira¹

¹Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista - UNESP e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. E-mail: phillipehalley@yahoo.com.br

RESUMO

A evolução dos meios de comunicação orientou o mundo a uma renovada experiência relacional com as diferentes manifestações artísticas e culturais. Essa direção de contato remete a uma sociedade que convive, participa e atua a partir de uma convergência de inter-relações midiáticas, culturais e de consumo de informação. A cada passo da evolução econômico-social, nota-se a ampliação do acesso e uma participação coletiva nas tecnologias midiáticas. São observadas alterações na cultura moldada pelas mídias, visto que seu conteúdo propagável, criado, recriado e promovido pelos usuários molda a lógica midiática. Essa tese apresentada na primeira década do século XXI por Henry Jenkins é chamada “Cultura da Conexão”. Assim, a proposta é verificar como se desenvolve esse conceito, a partir do desenho das relações da juventude contemporânea com seus pares – jovens residentes em Curitiba, pertencentes à faixa etária dos 18 aos 24 anos - mediadas por plataformas móveis e seus desdobramentos na vida em sociedade desses cidadãos. Para tal, utilizar-se-á como suporte de análise de conteúdo o filme “Her” (2013), de Spike Jonze, que apresenta um recorte de relações humanas mediadas completamente por plataformas móveis, em um cenário futurista, que ilustra a influência e dependência dos meios digitais na vida em grupo. Com isso, a partir dos processos “desenhados” no filme, analisar como estes estão presentes no cotidiano de um recorte da juventude curitibana.

Palavras-chave: Interatividade. Jovens. Cultura da Conexão.

INTRODUÇÃO

O progresso dos meios de comunicação conduz a sociedade a uma experiência relacional com as diferentes manifestações artísticas e culturais. Tais transformações representam possibilidades de comunicação, interatividade e relação midiática. “A sociedade que entra no século XXI não é menos ‘moderna’ que a que entrou no século XX, o máximo que se pode dizer é que ela é moderna de um modo diferente” (BAUMAN, 2001, p. 24). O surgimento do conceito de ciberespaço¹ revela um impulsionamento do acesso a informações, consumo midiático e compartilhamento de conhecimento coletivo. Sua dimensão, condições de acesso e conectividade possibilitaram suporte de cocriação de conhecimentos, dando origem a uma nova perspectiva: a cibercultura². “As transformações associadas à

¹ “É a interconexão digital entre computadores ligados em rede. É um espaço que existe entre os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados. É criado a partir de vínculos, e não se confunde com a estrutura física - os cabos, as máquinas, os dispositivos sem fio - que permite essa conexão” (MARTINO, 2014, p. 29).

² “Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por

modernidade libertaram o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas” (HALL, 2011, p. 25).

Essa conectividade permite a circulação e a reunião de informações, produções artísticas e práticas comunicativas em articulação na cibercultura. A pesquisa “Futuro Digital em Foco Brasil 2015”³, da ComScore, apontou que os internautas brasileiros ficam em média 9,2 horas por mês conectados em plataformas sociais. No relatório, as faixas etárias com mais usuários são as de 15 a 24 anos, com 22,4%; e, dos 25 aos 34 anos, com 23,2%. Martino (2014) pode indicar que isso “[...] torna a mídia um ambiente no qual os seres humanos estão inseridos, da mesma maneira em que se está inserido no espaço natural do clima e dos espaços. Assim como não é possível viver separado do ambiente físico no qual se está, é muito difícil ficar fora do ambiente constituído pelas mídias” (p. 241).

Sociedade enraizada em uma cultura da conexão conduz percepções do público, interatividade provocada pelas plataformas móveis e a profundidade da mensagem difundida no ciberespaço. O mundo contemporâneo dominado pelo espetáculo imagético e mercadológico de sensações, alegorias e conexões é retratado por um domínio das relações midiáticas vividas por uma sociedade contemporânea conectada. Tais movimentos e reconfigurações nos comportamentos denotam influências e alterações na identidade multifacetada culturalmente do homem contemporâneo – em especial dos jovens.

OBJETIVOS

O estudo pretende analisar as relações no convívio coletivo do jovem provenientes da cultura da conexão. Para alcançar esse fim, são traçados objetivos específicos: descobrir como se desenvolve a relação entre o jovem e as diferentes plataformas midiáticas existentes; descrever o perfil do jovem conectado e suas relações em sociedade, a partir de suas conexões nas plataformas midiáticas móveis e seu tempo dedicado a elas; e verificar, a partir da ótica do filme “Her”, se existem mudanças significativas no *modus operandi* das relações sociais e culturais do universo em que estes se encontram inseridos, bem como seus desdobramentos culturais a partir destes processos midiáticos.

METODOLOGIA

Para tal, será desenvolvida uma análise do conjunto dessas diferentes visões, com a finalidade de visualizar um quadro mais completo do comportamento, a dependência tecnológica e as influências culturais às quais este jovem está exposto e interage. Assim, é necessário saber se este quadro de consumo crescente se reflete de maneira determinante nas relações humanas, afetando-as e até alterando o convívio coletivo, em detrimento da presença crescente dos usuários nas plataformas móveis.

RESULTADOS PARCIAIS OU FINAIS

Possibilitar o entendimento da conectividade para as diversas áreas da comunicação, justamente por apresentar o comportamento do jovem brasileiro e o uso das plataformas

um computador - ou algum dispositivo semelhante - a outros computadores” (MARTINO, 2014, p. 27).

³ Relatório realizado pela ComScore e disponível no formato de infográfico em: <http://www.proxxima.com.br/home/social/2015/06/10/Brasileiro-passa--em-m-dia--9-7-horas-mensais-nas-redes-sociais.html>, acessado em 17 de outubro de 2015.

mediáticas móveis, a partir de uma percepção de comportamento deste em sua coletividade, sendo afetado ou não pelo conteúdo midiático, a ponto de alterar seu relacionamento com seus pares. Dessa forma, o papel do trabalho é entender essa nova realidade midiática, a fim de contribuir para produção e veiculação de conteúdo acompanhando as mudanças de comportamento destes usuários. Com isso, o lado do comunicador manifesta-se na responsabilidade societal, quer dizer, seu lado social para com o próximo, ambiental para com o mundo e suas gerações futuras.

CONCLUSÕES E/OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se trata de uma pesquisa ainda inconclusiva, por se tratar do início da investigação comunicológica, as primeiras impressões expostas são frutos da análise de dados primários pesquisas e relatórios dos hábitos de consumo de conteúdo nas redes sociais, artigos de periódicos e eventos científicos, bem como bibliografia direcionada à temática.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**. Petrópolis: Vozes, 2014.