

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
LICENCIATURA EM CIÊNCIAS HUMANAS**

MÁRLISSON DE SOUZA VIEIRA

**ANÁLISE DAS INTERAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: A
INTERATIVIDADE NAS REDES SOCIAIS**

**BACABAL-MA
2017**

MÁRLISSON DE SOUZA VIEIRA

**ANÁLISE DAS INTERAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: A
Interatividade nas Redes Sociais**

Monografia apresentada ao curso Interdisciplinar de Licenciatura em Ciências Humanas, da Universidade Federal do Maranhão – UFMA como pré-requisito a obtenção do Grau de Licenciado em Sociologia.

Orientador: Prof. Ms. João Caetano Linhares.

**BACABAL-MA
2017**

MÁRLISSON DE SOUZA VIEIRA

**ANÁLISE DAS INTERAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: A
Interatividade nas Redes Sociais**

Monografia apresentada ao curso Interdisciplinar de Licenciatura em Ciências Humanas da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como pré-requisito á obtenção do Grau de Licenciado em Sociologia.

Aprovado em: ___/___/___.

Prof. Ms. João Caetano Linhares (Orientador)

2º EXAMINADOR

3º EXAMINADOR

A todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos de mim, fazendo esta vida valer cada vez mais a pena.

AGRADECIMENTO

Primeiramente a Deus que permitiu que isso acontecesse, ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como universitário, mas que em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

À Universidade Federal do Maranhão, Campus Bacabal, pelo ambiente criativo, pela oportunidade de fazer o curso, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

Ao meu orientador, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Ao meu pai, José Ribamar Neves Vieira (In memoriam) e à minha mãe, Maria Marcilene Abreu de Souza, que foram minha base, minha inspiração e minha referência ao longo do período acadêmico e da minha vida.

À minha esposa Elisangela Carvalho de Castro Vieira e aos nossos filhos, que sempre me deram apoio, mesmo nas horas mais difíceis da nossa vida familiar, profissional e acadêmica.

Aos meus irmãos e amigos que sempre estiveram presentes em todas as etapas da minha jornada acadêmica.

Aos meus colegas de trabalho que sempre me incentivaram a permanecer no curso, possibilitando a flexibilização entre o exercício da profissão e as atividades da academia.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

“Tudo é mais fácil na vida virtual, mas perdemos a arte das relações sociais e da amizade”.

Zygmunt Bauman

RESUMO

O século XXI é considerado a era da tecnologia e esta constatação não vem do nada. Desde a Revolução Industrial, lá no longínquo século XVIII na Inglaterra, o homem passou a inventar novos meios e a modificar seu modo de viver a partir disso. Passaram-se mais de duzentos anos e a evolução tecnológica permaneceu e se acentuou. A internet atingiu seu ápice e junto com ela veio o sucesso das redes sociais. Neste âmbito a monografia apresenta o tema: “Análise das Interações Sociais na Contemporaneidade: A Interatividade nas Redes Sociais”. Deste modo o problema do estudo indaga: Como se processa as Interações Sociais na Sociedade Contemporânea Mediada pelas Redes Sociais? Nisto, o objetivo geral do estudo consiste em analisar o processo das interações sociais realizada pelas Redes Sociais e como objetivos específicos, contextualizar interação social; conceituar as redes sociais; identificar os processos de interações sociais realizadas nestas redes. A metodologia aplicada ao estudo fez uso da pesquisa de revisão bibliográfica, apresentando abordagem qualitativa, contextualizando o problema e analisando as possibilidades presentes na literatura consultada para concepção do referencial teórico da pesquisa, com base em autores como Piza (2012), Santella(2008), Oliveira (2001) Tomae Alcará; Dichiara (2005), Vargas (2009). Compreendendo que o significado de uma rede social, dentro de sua dinâmica, inteligibilidade, racionalidade, características e princípios, resignificando modificando a própria base psíquica de comportamento. Então, as tecnologias atuais de comunicação representam não só um conjunto de ferramentas e métodos de funcionamento, mas uma composição simbólica que atua no desejo e na subjetividade de interagir.

Palavras-chave: Cultura Digital. Redes Sociais. Relações Interpessoais.

ABSTRACT

The 21st century is considered the age of technology and this realization comes from nothing. Since the Industrial Revolution, in the eighteenth century in England, man has come to invent new means and to change his way of living from it. More than two hundred years passed and technological evolution remained and became more pronounced. The internet has reached its peak and along with it came the success of social networks. In this context the monograph presents the theme: "Analysis of Social Interactions in Contemporaneity: Interactivity in Social Networks". In this way the problem of the study asks: How is Social Interactions in Contemporary Society Mediated by Social Networks? In this, the general objective of the study is to analyze the process of social interactions carried out by Social Networks and as specific objectives, to contextualize social interaction; Conceptualize social networks; Identify the processes of social interactions carried out in these networks. The methodology applied to the study made use of the bibliographic review research, presenting a qualitative approach, contextualizing the problem and analyzing the possibilities present in the literature consulted to conceptualize the theoretical reference of the research, based on authors such as Piza (2012), Santella (2008) , Oliveira (2001) Tomael; Alcará; Dichiara (2005), Vargas (2009). Understanding the meaning of a social network, within its dynamics, intelligibility, rationality, characteristics and principles, resorting and modifying its own psychic basis of behavior. So today's communication technologies represent not only a set of tools and methods of functioning, but a symbolic composition that acts on the desire and subjectivity of interacting.

Keywords: Digital Culture. Social networks. Interpersonal Relationships.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA ERA ATUAL.....	13
1.1 Contexto Histórico.....	14
2 A CULTURA DIGITAL – AS POSSIBILIDADES COMUNICATIVAS.....	18
2.1 As Redes Sociais – Os Novos Ambientes da Interatividade Social.....	19
2.1.1 You Tube.....	21
2.1.2 Qzone.....	23
2.1.3 WhatsApp.....	23
2.1.4 Google+.....	24
2.1.5 Facebook.....	25
2.1.6 Twitter.....	27
2.1.7 Instagram.....	27
3 A INTERATIVIDADE NAS REDES SOCIAIS – OS PROCESSOS INTERPESSOAIS.....	28
CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS.....	36

INTRODUÇÃO

As formas de interações sociais presente na contemporaneidade configuram-se mediadas digitalmente pela inclusão digital, a cibercultura, ciberespaço e alfabetização digital que são expressões que objetiva analisar as transformações envolvendo sujeito, informação, cultura e tecnologia.

A sociedade sempre passou por um processo de aprendizagem e evolução e este fenômeno é sempre contínuo, desde a revolução industrial que se buscam processos de gestão que consigam alinhar os processos produtivos para ofertar os melhores produtos no mercado.

Contudo, não foram apenas os processos produtivos que mudaram, mas a forma como se trabalha, como se realizam os meios de compras e os relacionamentos, fatores estes que ocasionados pela inserção da tecnologias ao nosso modo de viver o interagir.

Observa-se as camadas de pessoas mais jovens que correspondem a uma nova geração altamente informada, capaz de comunicar-se de forma precisa e atuante do que em anos atrás não se era possível. Neste aspecto de interação a internet é uma das grandes responsáveis por essa mudança contribuindo nesse sentido ao poder de comunicação instantâneo, sob essa ótica Freema e Soete (2008) afirmam que as tecnologias da informação e comunicações possibilitam, quase por definição, a crescente comercialização das atividades de serviços, particularmente daquelas que tem sido mais limitadas pela proximidade geográfica, ou cronológica da produção e do consumo.

Por apresentar uma dimensão de armazenamento espacial ou temporal, a tecnologia da informação se torna possível por separar a produção e o consumo em menor número dessas atividades, aumentando assim sua possível comercialização.

Reflete-se, sobre os efeitos do desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação sobre o processo social, o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação que se consolidam através da imagem digital e da irradiação por rede conduz para alterações profundas nas relações de dominação porque elas estabelecem novas relações ancoradas na interatividade.

Neste âmbito a monografia apresenta o tema: “Análise das Interações Sociais na Contemporaneidade: A Interatividade nas Redes Sociais”. Deste modo o

problema do estudo indaga: Como se processa as Interações Sociais na Sociedade Contemporânea Mediada pelas Redes Sociais?

Logo, o impacto causado pelas transformações sociais, comunicacionais propicia um ambiente diversificado tanto no contexto social, quanto no cultural resultante do momento digital, ou seja, do ciberespaço tido como espaço de interatividade envolvendo a comunicação, a sociabilidade, a organização uma nova forma de informação e de promoção do conhecimento.

Nisto, o objetivo geral do estudo consiste em analisar o processo das interações sociais realizada pelas Redes Sociais e como objetivos específicos, contextualizar interação social; conceituar as redes sociais; identificar os processos de interações sociais realizadas nestas redes.

Justifica-se a pesquisa por entender que a evolução da comunicação na atualidade proporciona meios cada vez mais eficientes de se transmitir a mensagem, porém, importante ressaltar essa trajetória no qual cita-se os primeiros registros do homem no processo evolutivo da comunicabilidade com os ícones e símbolos variados que registraram a cadeia comunicacional para reforçar as mensagens diretas no seu ambiente de sobrevivência.

Deste modo, a relevância de implementar estratégias comunicacionais nas redes sociais contribui para o relacionamento entre receptores e emissores, sendo necessário analisar e avaliar a influência desta comunicação, na qual requer entendimento quanto as potencialidades da sua eficiência. Pois, as redes sociais apresentam-se como instrumentos de comunicação e interação com a sociedade e mais particularmente com comunidades virtuais, portanto, de intercâmbio cultural com qualquer parte do mundo, como ferramenta midiática que permite um retorno imediato dos receptores, além de contribuir para a formação de uma rede de relacionamento.

A metodologia aplicada ao estudo fez uso da pesquisa de revisão bibliográfica, contextualizando problema e analisando as possibilidades presentes na literatura consultada para concepção do referencial teórico da pesquisa, fazendo uso de fontes científicas como artigos, teses, dissertações, e fontes de divulgação de ideias revistas, sites, vídeos etc.

A pesquisa apresenta abordagem qualitativa, por preocupar-se em responder a questões particulares preocupando-se com um nível de realidade não quantificado,

como coloca Menezes (2005) ao enfatizar que o pesquisador elemento imprescindível, e o ambiente a fonte direta dos dados, não requerendo o uso de técnicas e métodos estatísticos, apresentando caráter descritivo, o resultado não é o foco da abordagem, mas sim o processo e seu significado, ou seja, o principal objetivo é a interpretação do fenômeno objeto de estudo.

Tais aspectos metodológicos veio contribuir ao desenvolvimento da pesquisa, na qual estrutura a monografia em três capítulos apresentando no primeiro capítulo a tecnologia da informação e comunicação na era digital e o seu contexto histórico. No segundo a cultura digital: as possibilidades comunicativas, as redes sociais e os novos ambientes da interatividade como You Tube, Qzone, WhatsApp, Google+, Facebook, Twitter, Instagram no terceiro e ultimo capítulo, as interações sociais na contemporaneidade, a interatividade nas redes sociais.

1 A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA ERA ATUAL

Aos meados do Séc. XXI, a sociedade vislumbra o momento digital que envolve relações de trabalho e processos interpessoais, onde os benefícios deste momento proporcionam à sociedade comprometimento de enriquecimento cultural as pessoas.

As mudanças nas relações de trabalho passam por transformações ligadas ao desenvolvimento de novas tecnologias colocado por Cotrim (2002), pois ao tornarem-se independentes da vontade humana, as tecnologias são tidas como seres dominados como salienta Arruda (2001), sendo produto do homem, atendendo perfeitamente às características atuais da sociedade capitalista e ao aumento do individualismo.

Nisto, a nova divisão internacional do trabalho alterou-se e conseqüentemente um novo trabalhador fez-se surgir, adequando as mudanças e a necessidade da alfabetização digital (BAGGIO, 2000). Realidade do ponto de vista mundial.

Pois, a dinâmica da inovação promovida pela Tecnologia da Informação e comunicação, tornou-se relevante ao desenvolvimento da economia global. Ressaltando, que sobre o processo de industrialização e desenvolvimento tecnológico a inovação tecnológica não ocorre de forma isolada, refletindo o estágio do conhecimento.

A palavra tecnologia, oriunda da revolução industrial no final do século XVIII tem sido usada com um casual descuido pelo senso comum, sempre atrelada à ideia de “novidade”, descobertas científicas ou com fins mercadológicos. Essa concepção parte do princípio de que tecnologia se trata, quase que exclusivamente, de equipamentos ou dispositivos que facilitam a execução de atividades diversas.

Comumente, concebe-se tecnologia a partir da dualidade inovação x obsolescência facilmente observável, por exemplo, no campo da informática: marcada pela velocidade dos lançamentos e também da velocidade com que se tornam ultrapassados as lojas especializadas no ramo estão com seus mostruários repletos de aparelhos de diversas capacidades e modelos.

Conforme os estudos de Veraszto et al. (2008), o conceito de tecnologia está atrelado à evolução sociocultural do homem, iniciando-se com a história das técnicas, a partir do uso de objetos com fins específicos, evoluindo em complexidade

juntamente com o processo de construção das primeiras comunidades humanas. Segundo o autor, o potencial tecnológico do homem estava presente desde as sociedades pré-históricas, ao considerar que os indivíduos daquele período utilizavam objetos encontrados na natureza, um osso ou galho partido, como instrumentos que funcionassem como uma extensão de seus corpos.

A princípio, conforme destaca o autor acima citado, o conceito de tecnologia engloba uma diversidade de atividades humanas associadas a um sistema de símbolos, instrumentos e máquinas e tem como premissa principal, a construção de obras, confecção de produtos, segundo teorias, métodos e processos da ciência moderna.

Contudo, Oliveira (2001) destaca que “(...) a tecnologia não é propriedade neutra ligada à eficiência produtivista, e não determina a sociedade, da mesma forma que esta não escreve o curso da transformação tecnológica” (OLIVEIRA, 2001, p.101). Todavia, não se pode negar que exista algum tipo de condicionamento social oriundo dos avanços tecnológicos. Entretanto, essa “perda” de controle nada mais é do que uma prova de que seu desenvolvimento facilmente adapta-se ao sistema produtivo.

Uma vez que a Sociedade da Informação apoia-se na aceitação global na qual desenvolvimento tecnológico configura o modo de ser, agir e de relacionar-se propondo paradigmas de comunicação. Neste aspecto, o capítulo abordará, sobre o contexto histórico da tecnologia, uma compreensão dos seu processo no percurso de tempo.

1.1 Contexto Histórico

A tecnologia pode ser compreendida como o conhecimento que nos permite controlar e modificar o mundo. Atualmente a tecnologia está associada diretamente ao conhecimento científico, de forma que hoje tecnologia e ciência são termos indissociáveis. Isso tem levado a uma confusão comum que é reduzir a tecnologia à dimensão de ciência aplicada. A tecnologia consiste em um conjunto de atividades humanas, associadas a sistemas de símbolos, instrumentos e máquinas, visando à construção de obras e à fabricação de produtos por meio de conhecimento sistematizado (VARGAS, 1994).

Segundo Reis (2004), a tecnologia é o conjunto de conhecimentos científicos ou empíricos, sendo aplicáveis à produção ou melhoria de bens ou serviços, está associada a impactos socioeconômicos sobre uma comunidade (MANÃS, 2001). Para Manãs (2001), a tecnologia sob o ponto de vista histórico detalha sua função a partir de perspectivas metodológicas que tratam das indagações das ciências humanas.

Segundo Reis (2004), a tecnologia pode ser definida como um acervo de conhecimentos de uma sociedade, entretanto, relaciona esse acervo de conhecimentos com artes industriais. Manãs (2001) relata que a pressão de novas tecnologias sobre o indivíduo no seu local de trabalho não é, de maneira alguma, um fato novo. A história conta que os avanços técnicos sempre têm forçado mudanças no funcionamento das organizações e da sociedade, mas foi desde a Revolução Industrial, com organização de trabalho nas fábricas, que as organizações constituíram-se no foco destas mudanças sociais.

A tecnologia social começa pela construção de seus próprios instrumentos, suas próprias ferramentas de trabalho, em função do diálogo com a sociedade civil organizada, numa busca conjunta de práticas de intervenção social que possam contribuir para a melhoria das condições de vida da população (HORTA, 2007).

De acordo com Gilad (2004), a vigilância tecnológica é o setor no qual serão coletados dados, informações sobre pesquisa básica e aplicada; desenvolvimento de novos produtos/serviços/novos materiais. Por exemplo, dados ou informações sobre proteção e patentes, novos produtos, novos avanços em transferência de tecnologia dos laboratórios para o mercado.

A tecnologia e a técnica são domínios cognitivos mais próximos da ação, ambas tem relação como o saber fazer. Entretanto, pode-se definir a técnica como saber fazer tácito e a tecnologia como saber fazer explícito (REIS, 2004). Segundo Santos e Mortimer (2002) a tecnologia é reduzida apenas ao seu aspecto técnico. A identificação dos aspectos organizacionais e culturais da tecnologia permite compreender como ela é dependente dos sistemas sócio-políticos e dos valores e das ideologias da cultura em que se insere. É com esse entendimento que o cidadão passa a perceber as interferências que a tecnologia tem em sua vida e como ele pode interferir nessa atividade.

O conceito de tecnologia de informação surge enquanto conjunto de conhecimentos refletidos na sua criação e utilização a nível pessoal e empresarial. Uma das suas características fundamentais, que reflete bem a sua importância atual, consiste no facto de um único meio electrónico de comunicação suportar todo o tipo de informação possível de digitalizar, o que inclui desde os tradicionais documentos de texto, a análises matemáticas e financeiras, passando por imagens, áudio e vídeo.

Tecnologia de Informação pode ser entendida também como o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para geração e uso da informação. Por sua vez, tecnologia é tudo aquilo que leva alguma pessoa a evoluir, a melhorar, a simplificar e a criar trabalhos de forma rápida e menos cansativa. Pode ser usado para descrever o nível de conhecimento científico, matemático e técnico de uma determinada cultura.

Comunicação é o processo de transmissão e recepção de ideias, informação e mensagens. TIC's são termos que se empregam atualmente para fazer referência a ampla diversidade de serviços, aplicações e tecnologias que empregam diversos tipos de equipamentos e de programas informáticos, e que às vezes são transmitidos por meio de redes de telecomunicações.

Encontram-se presentes e imprescindíveis no quotidiano de um profissional de informação e não só, na medida em que melhora o desempenho das suas atividades através das facilidades que estas proporcionam no acesso, gestão e tratamento da informação, na comunicação e difusão do conhecimento, na recuperação, conservação, indexação e catalogação da informação através de softwares padronizados.

A sua evolução verifica-se nos últimos 45 anos com o surgimento do circuito integrado em 1965, e é a partir daí que começa a fabricação e computadores da 3ª geração. Esses com melhor acesso que os das gerações anteriores, isto é, 1ª e 2ª geração.

E mais tarde implanta-se a ARPANET em 1969, esta constituiu como precursora da internet. As TIC's dividem-se nas seguintes áreas de aplicação: Computador- que é o conjunto de dispositivos electrónicos capazes de aceitar dados e instruções, executa-las para processar os dados e apresentar os resultados, este surge com fins militares; Comunicação- efeito de comunicar, partilhar e participar.

Existem dois meios de comunicação através das tecnologias, as telecomunicações (comunicação à distância, via televisão, rádio, satélite, etc.) e telemática (comunicação mais informática-vídeo conferências); Controle Automação-transformação de um processo manual em automático. Este processo é usado na robótica, por exemplo, as linhas de montagem de carros, e na CAD-CAM (desenho e fabricação e peças controladas por computadores).

Das várias ferramentas, métodos e técnicas que coexistem na empresa, no domínio das tecnologias de informação, o computador destaca-se, na medida em que é o elemento em relação ao qual existe uma interação com a componente humana das organizações.

A evolução das TDIC, impulsionada pelo avanço da rede mundial de computadores, propiciou o desenvolvimento de uma sociedade permeada pelas tecnologias digitais que se transformaram, na definição de Kerckhove (2009), em “eletrotecnologias”. Em sua perspectiva, haveria uma alteração importante, posta por essa nova realidade eletrônica. Se, em um primeiro momento, a causa de simultaneidades, como apontado por McLuhan (1995), se dava por conta do advento da eletricidade, agora elas seriam consequência do uso das TDIC, percebidas não mais como extensão dos corpos, mas das mentes humanas.

Observa-se que tais tecnologias proporcionam simulação, virtualidade, acessibilidade, abundância e diversidade de informações que são constantemente atualizadas. Para Lévy (1999, p. 16), a atualização aparece como a resolução de um problema ou uma solução. A atualização seria a possibilidade de ocorrência de algo cuja significância se manifestaria pela enunciação de uma informação. Atualizar seria, dessa forma, a solução encontrada pelo sujeito a partir da relação de significância estabelecida com a informação, no contexto da “cibercultura”.

Cultura digital, cibercultura, “eletrotecnologias” são expressões mesmas do nosso tempo, que afetam, atravessam e ensejam outras e novas maneiras de pensar, relacionar e (re)criar nossos cotidianos.

2 A CULTURA DIGITAL: AS POSSIBILIDADES COMUNICATIVAS

É sabido que as redes sociais digitais possibilitam o encaminhamento a novos espaços de relações, através do acesso a outros “perfis”, por meio de links, algo denominado por Recuero (2009, p. 36) como capacidade de migração 9. Para Santos e Santos (2013, p. 20), as redes sociais digitais alteram as escalas, “desfazem” fronteiras e são extremamente usadas, nesse meio técnico – científico - informacional, como mecanismo de poder e lutas por melhorias. É nesse sentido que talvez Castells (1999), afirme que a revolução da tecnologia da informação, juntamente com a reestruturação do capitalismo tenham introduzido uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede.

Essa configuração pode ser melhor exemplificada quando observa-se as camadas populacionais ou de pessoas da sociedade com a faixa etária mais nova. Tal camada populacional, essa camada mais jovem de pessoas, é protagonista de uma nova geração altamente imbuída em redes sociais digitais, tornando-se informada, “mais escritora” e “mais leitora” de conteúdos veiculados nessas ferramentas comunicacionais do atual período, sendo capaz, portanto de se comunicar de forma impressionante e de maneira que em alguns anos atrás não era possível e sequer imaginada.

Diante disso é possível falarmos em um poder de comunicação instantâneo, que evidencia que o mundo agora se organiza desse ponto de vista, em redes de comunicação e informação antes não possíveis e que essa sociedade virtual parece ter se desenvolvido junto com a população.

Para Warschauer (2006) e Castells (1999) estes entendem que as formas de organização em uma sociedade em rede, se apresenta como elemento fundamental as relações sociais permeadas pela instantaneidade da comunicação, possibilitada pela informática e que, a partir do enfoque dado sobre a obra de Warschauer (2006), apesar da exclusão digital que ainda existe, é preciso que se criem mecanismos de inclusão social.

Compreendemos, para tanto, que não basta a presença de novas tecnologias de informação e comunicação é preciso que as pessoas saibam utilizá-las em suas relações interpessoais, na produção de informações, na construção de novos conhecimentos e no processo de aprendizagem.

2.1 As Redes Sociais e os Novos Ambientes da Interatividade Social

A sociedade atual além de tecnologicamente definida apresenta uma desterritorialização das relações sociais. São as novas tecnologias que estabelecem a forma como os homens se relacionam entre si e que imprimem as caracterizações de nossa sociedade. As noções de distância e velocidade não possuem os mesmos significados que tinham na modernidade e esse novo mundo, virtual e tecnológico, é configurado pelos novos canais de transmissão de informação (MOREIRA; PON, 2003, p. 1- 4).

Caracterizar cultura digital significa apreender fluxos em constantes movimentos, alegorias, imaginação e outra constituição imergindo em transformações cotidianas profundas. Com a sensação de que nossas relações estariam ainda implicadas num determinado modo de organizar a vida, essas transformações, muitas vezes, parecem naturais e pouco efetivas, isso em razão dos hibridismos que revestem, como nos ensina Thompson (2008), as práticas culturais na contemporaneidade.

Nisto, o significado de cultura digital, para Santaella (2008), exige repensar a “estética” à luz das tecnologias onde se remete a algumas de suas possíveis características: o sincrônico que leva a mutações e hibridismos; a remixabilidade; as redes; os ambientes simulados; e o wireless: tecnologias nômades em razão dos equipamentos crescentemente móveis. Mais que traduzir, evidenciar ou definir o que seria “cultura digital”, é importante perceber que os elementos e características até o momento postos, adquirem materialidade quando pensados conjuntamente por serem interdependentes, implicando-se mutuamente, por isso a ideia de fluxo que se movimenta a depender da maneira pela qual o conjunto se forma.

Daí a complexidade de compreensão do vivido, de como são atravessadas as experiências humanas mediadas tecnologicamente, característica fundamental da “cultura digital”. Mediante exposto, as transformações antes mencionadas, faz-se necessário significá-las no contexto do uso intensificado das denominadas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), são elas que possibilitam potencializar em realidade virtual uma perspectiva mais ampla e densa como exposta por Kerckhove (2009).

Para além de extensões do corpo, a ideia de extensões da psicologia humana as TDIC, por sua plasticidade, ao proporcionarem interação e interatividade, conformariam não só outras e novas expressões de nós mesmos, mas “cunhas” profundas nos modos pelos quais as culturas são organizadas atualmente.

Com a compreensão de que as TDIC consistem em recursos informáticos integrados aos de telecomunicações que vêm se desenvolvendo desde o fim da Segunda Guerra Mundial, tem-se a perspectiva de que estas tecnologias fundem/acoplam os potenciais inerentes a cada um desses meios eletrônicos, recursos informáticos e telecomunicação, para ampliar as probabilidades de serem expandidas pelo uso que fazemos delas.

Frente ao período técnico-científico-informacional, a internet, através das tecnologias da informação e comunicação (computador, celulares, smartphones, tablets), enquanto possibilidade de comunicação e informação está modificando a maneira como as pessoas se relacionam, aprendem, comunicam-se.

Nesse sentido, uma “convergência dos momentos” (SANTOS, 2009, p. 196) se configura no substrato espacial em que se conjugam, num mesmo direcionamento, mídia e tecnologias de informação e comunicação configurando, em grande medida, o aumento das redes sociais digitais que se tornam cada dia mais latentes na cultura e sociedade contemporâneas.

Salienta-se, que as redes sociais digitais como um meio de possibilidades, estabelecido a partir dos elementos virtuais e das relações entre os indivíduos usuários. Estão inseridas no ciberespaço (LÉVY, 2010), cujo crescimento é agenciado pela conexão entre computadores e celulares. Por assim dizer, “as redes consistem não apenas em pessoas e grupos sociais, mas também em artefatos, dispositivos e entidades” (SANTAELLA; LEMOS 2010, p. 40), ou seja, consistem na inter-relação entre sistemas de objetos dos quais citamos, e, pessoas, pois “uma rede social é sempre um conjunto de atores e suas relações” (RECUERO, 2009, p. 69).

Caracterizando-se como “[...] sites na internet que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas” (TORRES, 2009, p. 113), onde os consumidores dos conteúdos aí veiculados (criação e compartilhamento coletivo de textos, imagens, sons e vídeos) são, ao

mesmo tempo, produtores e consumidores dos mesmos através da informação.

Ademais:

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. O estudo das redes sociais na internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informação e trocas sociais que impactam suas estruturas (RECUERO, 2009, p. 24).

Passando por processos de evolução, a sociedade esteve sempre a se metamorfosear. Nesse ínterim, da revolução industrial ocorrida nos séculos XVIII e XIX até o tempo presente, os homens sempre buscaram novos processos, evoluindo-se no seu processo existencial, ao ponto de nos dias atuais termos diferentes formas de trabalhar, produzir, comprar, relacionar, graças a essas (re)evoluções no nosso modo de existir.

Para esta finalidade é que também foram criados diversos sites de relacionamentos (redes sociais digitais) que precisam ser tomados como reflexão diante das dinâmicas sociais e educacionais nesse período técnico-científico informacional, usadas por grande parte das pessoas que se conectam à internet. Dentre aqueles mais importantes por serem mais conhecidos e acessados, destacamos o You Tube, Qzone, WhatsApp, Google+, Tumblr

2.1.1 You Tube

“O YouTube é um site de compartilhamento de vídeo on-line que permite que os usuários enviem e compartilhem vídeos na Internet através de sites, dispositivos móveis, blogs e e-mail” (SAFKO; BRAKE, 2010, p. 350). As opções de vídeos são das mais variadas, desde o nível amador ao profissional: clipes de programas de televisão e de música, noticiários e muitos filmes caseiros.

Os usuários podem comentar sobre os vídeos, participar de comunidades, usar códigos de copiar e colar nos e-mails e ao postar em um site. Em 23 de abril de 2005 foi carregado o primeiro vídeo do YouTube. Com 19 segundos de duração, “Me at the Zoo” foi filmado por Ykov Lapitsky, e mostra Jawed Karim, um dos fundadores do site, no Zoológico de San Diego (EUA). No entanto, a data oficial da fundação da empresa é fevereiro de 2005. Sete meses depois, em novembro, o site recebeu

investimentos e seu lançamento oficial foi em dezembro de 2005. Um ano depois, era vendido ao Google por 1,65 bilhão de dólares. O próprio CEO da empresa, Eric Schmidt, admitiu em 2009 que o valor foi muito além do que a empresa realmente valia. (IDG NOW, 2010).

Nos dias atuais, o YouTube é a comunidade de vídeo on-line mais popular do mundo. O que começou como um serviço pessoal de compartilhamento de vídeos, tornou-se uma respeitável mídia on-line. Em todo o planeta, 2 bilhões de vídeos são assistidos por dia, e a cada minuto, 24 horas de filmagens são enviadas ao site (YOUTUBE, 2010).

O perfil dos usuários é bastante variável, baseando-se dos 18 aos 55 anos, divididos igualmente entre homens e mulheres de todas as regiões. Deste universo, 52% das pessoas com 18 a 34 anos compartilham vídeos com frequência. Outros 51% acessam o site pelo menos uma vez por semana.

Desta forma, segundo Safko, Brake (2010, p.344), “alguns especialistas e especuladores” têm argumentado que as emissoras de televisão abertas e a cabo enfrentarão “desafios significativos provenientes do fato de os serviços da Web 2.0 serem capazes de fornecer conteúdos de vídeo sob demanda – não apenas qualquer conteúdo de vídeo, mas aquele que é compartilhado e promovido pelas redes sociais”. Mas, de fato, pesquisa da comScore comprova que os internautas preferem os vídeos do Google Sites (que inclui o YouTube) aos das próprias emissoras de TV, com 3,4 bilhões de vídeos vistos.

Keen (2009, p. 10-11) não poupa críticas ao YouTube. Para ele, tal site eclipsa até os blogs na “vacuidade e absurdo de seu conteúdo”. O autor define o YouTube como “uma galeria infinita de filmes amadores mostrando pobres idiotas dançando, cantando, comendo, lavando-se, comprando, dirigindo, [...] dormindo ou simplesmente olhando para seus computadores”, com altíssima audiência: alguns vídeos são vistos mais de 3 milhões de vezes. Ele lembra que o slogan do YouTube é “Transmita-se a si mesmo”. Para o Keen, a transmissão torna desavergonhada do Narciso mítico. À medida que a mídia convencional tradicional é substituída por uma imprensa personalizada, a Internet torna-se um espelho nosso usada para buscar notícias, informação ou cultura, e a utiliza-se para sermos a notícia, a informação e a cultura (KEEN, 2009).

2.1.2 Qzone

Em chinês (QQ空间), é uma rede social que foi criado por Tencent em 2005, permitindo que seus usuários escrevam blogs, mantenham diários, enviem fotos e ouçam músicas. Os usuários podem configurar o fundo do seu perfil *Qzone* e selecionar acessórios com base em suas preferências de modo que cada *Qzone* fique personalizado ao gosto do membro do site. No entanto, a maioria dos serviços do *Qzone* não são gratuitos, só depois de comprar o "Diamond Canary" é que os usuários podem acessar todos os serviços sem pagar conteúdo extra. A versão móvel também está disponível a um custo extra.

A partir de 31 de janeiro de 2009, *Qzone* conquistou mais de 200 milhões de usuários, de acordo com um relatório publicado pela *Tencent*, possivelmente superando outros sites de redes sociais como *Facebook* e *MySpace*. *Qzone* está crescendo rapidamente: em março de 2011, tinha mais de 480 milhões de usuários e 150 milhões de usuários do *Qzone* atualizam suas contas pelo menos uma vez por mês. Isso faz com que *Qzone* seja uma das comunidades mais ativas em toda a indústria do entretenimento.

2.1.3 WhatsApp

O Whatsapp é um aplicativo multimídia de comunicação instantânea e sua principal função é a troca de mensagens de texto, vídeos e imagens entre usuários, sendo compatível com dispositivos móveis como Tablet, Smartphones e Ipad, porém mais utilizados em Smartphones e Ipad com acesso a internet via Wi-Fi ou 3G. Tem como concorrentes o Viber, Telegram, Line e WeChat. O uso do Whatsapp envolve a preocupação em atingir o público cada vez mais jovem da geração Z composto por pessoas nascidas a partir dos anos 1990. (SANTAELLA, 2010).

Em julho de 2013 o Whatsapp atingiu 250 milhões de usuários e em 2015 a marca de 700 milhões de usuários mensais tornando-se uma febre mundial e um problema de distração nas salas de aulas das escolas públicas e privadas do Brasil.

A história do aplicativo WhatsApp revela uma experiência de superação do ucraniano Jan Koum. De origem pobre, Jan Koum foi faxineiro e passou por sérias dificuldades na adolescência. Ao tentar se estabelecer no Yahoo, entre 2000 e 2007,

conheceu Brian Acton, com quem criou o aplicativo. Em 2014, com a venda do WhatsApp para o Facebook por 19 bilhões de dólares, o ucraniano passou a fazer parte do pequeno clube de bilionários do Vale do Silício (BURMANN, 2013).

Segundo o site oficial do aplicativo, WhatsApp é “um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS.”. Mazzoco (2015) destaca que o aplicativo trouxe de novo “a agilidade na troca de mensagens pelo celular pode ajudar a levar discussões para fora da sala e para esclarecer dúvidas pontuais dos alunos.” O termo WhatsApp deriva da expressão casual em inglês “what's up?” que em tradução livre significa “qual a novidade?” ou “o que se passa?”. Trata-se de um aplicativo para smartphones que permite aos usuários a troca de mensagens de texto e de mídias por meio da Internet. O primeiro passo para utilizar o programa e fazer o download do aplicativo disponível em websites como o iTunes, Google Play e *App Store*. O WhatsApp não veicula comercial, permitindo a troca de mensagens de uma forma livre de anúncios indesejados.

Por outro lado, os usuários obrigam-se a pagar uma taxa anual pelo uso do aplicativo. Para utilizar o aplicativo é necessário criar uma conta do WhatsApp que fica associada ao número telefônico do usuário. Essa conta possibilita a sincronização dos contatos telefônicos registrados no aparelho com as respectivas contas de WhatsApp. (BRUNNER, 2015).

A partir daí, o usuário pode trocar mensagens individuais com seus contatos ou criar grupos para a troca coletiva de mensagens. O usuário também dispõe de vários recursos em sua conta de WhatsApp que lhe permite interagir com os demais usuários, por exemplo, alterando o seu status corrente para ocupado, disponível etc.

Além disso, o aplicativo permite visualizar o horário de entrega e de leitura das mensagens. Em março de 2015, em complemento aos recursos disponíveis, o aplicativo foi atualizado com a chamada de voz entre os usuários.

2.1.4 Google+

O Google também disponibiliza redes sociais, sendo a mais atual delas o Google+. Rede construída para agregar serviços sociais do Google, como *Google Profiles*, *Google Buzz* e *Picasa Web*, também introduzem muitas características

novas, incluindo Círculos (grupos de amigos), *Sparks* (sugestões de conteúdo), *Hangouts* (chat por vídeo) e *Huddles* (chat em grupo).

A segunda rede é o Orkut, onde os usuários podiam listar suas informações pessoais e profissionais, criar relacionamentos entre amigos e participar de comunidades de interesse mútuo. Tendo como enfoque as fotografias foram criados o Panoramio e o Picasa. O primeiro é um serviço de armazenamento e compartilhamento de fotografias através da internet que anexa às fotos a mapas e localização dos lugares onde foram tiradas.

2.1.5 Facebook

O Facebook, outra rede social digital é considerada pelos entrevistados e pelo público usuário dessas ferramentas de comunicação e informação a mais usada nos dias atuais, constituindo-se no maior site de relacionamento do mundo. É uma rede social digital semelhante ao Orkut, no entanto, com alguns aplicativos e ferramentas diferentes. Foi criado por Mark Zuckerberg, um estudante de Harvard e lançado em 4 de fevereiro de 2004 (TORRES, 2009, p. 140).

Ainda conforme esse autor, “no início, o Facebook era restrito aos estudantes de Harvard, e aos poucos foi se expandindo para outras universidades. O Facebook se tornou aberto a todos somente dois anos depois, quando passou a aceitar estudantes, pessoas e empresas.” (TORRES, 2009, p. 140).

Em termos de privacidade, o Facebook se apresenta mais consistente do que o Orkut, uma vez que tem mais restrições e controles, pois segundo Torres (2009), só se pode ver o perfil completo de alguém se for ou se pertencer ao mesmo grupo dessa pessoa.

Nesse sentido, que a rede social digital Facebook [...] é mais privado que outros sites de redes sociais [digitais], pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros” (RECUERO, 2009, 172), sendo fundamental ser tomada como elemento de reflexão na sociedade e na Educação.

A história do Facebook não envolve apenas tecnologia ou entretenimento. O site ilustra muito bem a dinâmica da Economia Digital, pois com pouco dinheiro se constrói grandes negócios. E ainda, quando envolve um serviço que une pessoas com interesses semelhantes, também pode representar a transformação cultural por

que passa o século 21 impulsionado principalmente, pelos avanços tecnológicos do setor da comunicação.

Empreendimento de penetração mundial chegou a proporções que até então nenhuma outra mídia social havia alcançado. Nos Estados Unidos, Reino Unido e Dinamarca quase metade da população desses países possuem perfis no website (TEIXEIRA JR, 2010, p. 40). Em julho de 2010, o número de usuários alcançou 500 milhões e seu valor de mercado passou, em novembro do mesmo ano, para US\$ 41 bilhões, estimado em negociações privadas de suas ações (TEIXEIRA JR; 2010 p.37).

Nos Estados Unidos, de acordo com a consultoria *Experian Hitwise*, pela primeira vez a audiência do Facebook superou a audiência do Google, Arima; Moraes (2011, p.24), site de busca, considerado a principal ferramenta de início de navegação na internet. Entre janeiro e novembro de 2010, 7,19% dos americanos visitaram a página inicial do site de busca e 8,93% acessaram o site social.

O site de redes sociais dispõe a seus membros perfis personalizados que incluem informações pessoais como formação acadêmica, local de trabalho e principais interesses (ZYWICA; DANOWSKI, 2008, p.2). Com a criação de um perfil o usuário reúne seus “amigos”, posta mensagens, pode visualizar outros perfis e participa de grupos virtuais, cujos interesses são semelhantes (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007).

Em dezembro de 2010, 250 milhões de pessoas se conectavam diariamente ao Facebook trocando 1 bilhão de informações, cerca de 42 milhões por hora (TEIXEIRA JR, 2010 p.35). Para Flores Vivar (2009, p.75) trata-se de uma rede com enfoque generalista, cujo “principal objetivo é colocar as pessoas em contato e torná-las visíveis”.

Estas características do Facebook, disponibilidade de informações sobre consumidores potenciais, possibilidade de reunir pessoas com interesses em certas marcas e produtos, mídia espontânea gerada pelos usuários e oportunidade de interação a baixo custo motivam cada vez mais organizações privadas a criarem seu perfil corporativo, ou *fan page*, no software social. “Redes online, como *MySpace*, *Facebook*, *Bebo* e *LinkedIn* representam algumas das manifestações mais dinâmicas e promissoras da mídia social atual” (IAB, 2008, p.6).

2.1.6 Twitter

O Twitter utilizado por muitos, incluindo celebridades, intelectuais e políticos, é uma ferramenta que impressiona pelos números, desde sua criação no ano de 2006 (SANTAELLA; LEMOS 2010). Atualmente, por exemplo, conta com mais de 200 milhões de usuários, espalhados ao redor do mundo, conforme sítio eletrônico do Jornal O Globo (2013).

Sua funcionalidade específica é a de permitir que os usuários divulguem informações pessoais em tempo real, em textos de 140 caracteres (tweets), bastando para isso criar uma conta gratuita, seguir outras pessoas e ser seguido. Para este último aspecto a popularidade do usuário vai estabelecer o número de seguidores; outros, porém adotam a lógica “sigo quem me seguir”.

Os tweets variam conforme o usuário e suas especificidades, no entanto, percebemos que em muito dos casos os conteúdos é do tipo contextual, ou seja, os usuários prezam pelos acontecimentos ocorridos no momento do acesso, aqueles que estão em alta na mídia. Em outro momento, os usuários costumam divulgar o seu cotidiano, ações corriqueiras.

Como uma arena de conversações e espaço colaborativo (SANTAELLA; LEMOS, 2010) possui na sua plataforma várias ferramentas que possibilitam a interação entre os usuários, é o caso do RT (*Retweet*), Responder, Curtir, *Retweetar* e da *Hashtag* (#), além do mais, se pode adicionar foto e localização. No caso do *Retweet* “o uso das letras RT no início de um tweet significa que esse tweet é proveniente de outro usuário e exige a menção do autor logo após essas letras” (SANTAELLA; LEMOS 2010, p. 107). As *hashtags* “*...+ são indexadores de temas, tópicos e/ou palavras-chave que agregam todos os tweets que as contêm em um mesmo fluxo *...+” (O GLOBO, 2013, p. 108).

2.1.7 Instagram

O Instagram, por sua vez, é uma rede social criada em 2010 por *Kevin Systrom* e pelo brasileiro *Mike Krieger* (PIZA, 2012), para o compartilhamento de fotos e vídeos. No entanto, percebemos durante seu uso que a opção fotos é a mais utilizada pelos usuários como forma de compartilhar os momentos do cotidiano. Seja

em casa, no trabalho ou no lazer as pessoas se sentem à vontade para demonstrar a sua vida para os amigos, familiares e até mesmo desconhecidos.

Suas funções são simples e rápidas. Basta um clique e a escolha de um filtro para que as fotos e/ou vídeos se tornem visualizados pelos usuários do Instagram e de demais redes sociais (Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare e Flickr). Assim como as outras redes sociais digitais mencionadas é “gratuito”, porém, para ser utilizado é necessário o uso de um smartphone ou tablete com o aplicativo instalado disponibilizado para sistema Android ou Ios.

Com o Instagram é possível ainda o contato com novas pessoas, através das ferramentas: Explorar e Seguir, Curtir e Comentar posts e da visualização de conteúdos mais populares por meio das hashtags (#). Como se pode evidenciar, mediante essa rápida exposição sobre as principais redes sociais digitais em uso na sociedade brasileira, o perfil dos membros usuários dessas ferramentas de comunicação e informação é a grande questão de se colocar em reflexão.

Em primeiro lugar, o indivíduo que se propõe fazer parte de uma dessas redes é convidado a preencher um cadastro completo que pode ir de informações básicas da pessoa usuária, até informações profissionais, preferências, gostos esportivos, evidenciando quem é aquele usuário, facilitando ao usuário ser encontrado por outros, bem como facilitando, também, a ação dos grupos econômicos que buscam obter lucro com a difusão de seus produtos nesses ambientes de comunicação e informação. Em segundo lugar, nessas redes é possível as empresas aumentarem o seu potencial de venda.

3 A INTERATIVIDADE NAS REDES SOCIAIS: OS PROCESSOS INTERPESSOAIS

Desde os primórdios da humanidade os indivíduos se dividiam em grupos, e se relacionavam através de interesses em comum, formando assim grupos sociais ou comunidades. Vieira (2003, p.155) define comunidade como uma “rede de relações sociais marcada por vínculos emocionais e reciprocidade”.

Com o passar dos anos e o advento da tecnologia as pessoas passaram a utilizar estas inovações tecnológicas para se relacionar. Um exemplo desta mudança é o uso da internet, que vem diminuindo distâncias e as barreiras tornando o processo de comunicação cada vez mais rápido e prático Castells, confirma esta mudança ao afirmar que:

Em fins da década de 1990, o poder de comunicação da internet, juntamente com os novos processos em telecomunicações e computação provocaram mais uma grande mudança tecnológica, dos microcomputadores e dos mainframes descentralizados e autônomos à computação universal por meio de interconexão de dispositivos de processamento de dados existentes em diversos formatos (CASTELLS, 2006, p.89).

A partir desta mudança começou a surgir um novo tipo de comunidade, semelhante às existentes, sendo que o que as diferencia, é o meio de propagação das relações. Assim surgem as comunidades virtuais que utilizam o meio virtual para fazer esta troca de interesses comuns.

Para Vieira (2003, p.153) comunidade virtual “é uma comunidade especializada, baseada na admiração de marcas ou na defesa de interesses comuns aos grupos de participantes, cuja integração se dá por meio da internet”. As comunidades virtuais nada mais são do que um grupo de indivíduos que se relacionam baseado em interesses em comum sendo que esta relação acontece no meio virtual. Tomaél, Alcará e Di Chiarra (2005, p.95) comprovam essa ampliação da rede a partir do uso da internet:

[...] O uso desses recursos gera uma rede em que os membros convidam seus amigos, conhecidos, sócios, clientes fornecedores e outras pessoas de seus contatos para participar de sua rede, desenvolvendo uma rede de contatos profissional e pessoal, que certamente terá pontos de contatos com outras redes. Enfim, são ambientes que possibilitam a formação de grupos de interesses que interagem por meio de relacionamentos comuns.

A tendência mais acentuada da evolução da comunicação que podemos perceber, entre o final do século XX e início do século XXI, é a incansável busca pela interatividade. E o que podemos perceber é que a internet vem se consolidando como guia da interatividade, uma vez que as pessoas não faziam tal investimento pessoal para se comunicarem como o fazem pela internet ao mandar um email, buscar informações, trocar arquivos, entre outras atividades.

Nisto, a “interatividade é compreendida como o processo que permite que agentes manipulem tanto os discursos que pretendem comunicar quanto as condições nas quais estes são produzidos, apreendidos e transmitidos” (CINTRA, 2003. p. 39).

Através da Web 2.0, como discutido, a internet evoluiu ao ponto de permitir uma maior interatividade entre os usuários e os sites visitados. Segundo Vaz (2008), “A internet é um fenômeno social e deve ser vista como tal”. Com isso percebemos que, um dos impactos do novo modo de comunicar e relacionar gerado pela internet, segundo Limeira (2003) com o surgimento das chamadas comunidades virtuais.

Pensar de forma interativa significa ligar os pontos – utilizar-se dos melhores meios para levar a mensagem até o consumidor, não necessariamente os mais lucrativos meios, mas os mais eficientes, de acordo com a nova economia e o novo comportamento do consumidor (VAZ, 2008, p. 38).

Outro tipo de relação que também se estabelece através de interesses semelhantes e que envolve a internet são as redes sociais, que para Recuero e Zago (2009) são locais na web onde seus usuários criam perfis públicos, interagem com sua rede de contatos tornando sempre esta conexão pública. Mourão et al (2009, p.33) define que “as redes sociais na internet são agrupamentos sociais mantidos no ciberespaço com suporte da tecnologia dos sites”. As redes sociais foram se incorporando no meio virtual à medida que as tecnologias se desenvolviam e seus usuários sentiram a necessidade de estreitar ainda mais suas relações com outros usuários.

Recuero e Zago, afirma que para entender o funcionamento de uma rede social é necessário:

ir além dos atributos individuais e considerar as relações entre os atores sociais, a análise das redes sociais busca focar-se em novas “ unidades de análise”, tais como relação (caracterizada por conteúdo, direção e força), laços sociais (que conectam pares de atores através de uma mesma relação), multiplexidade (quanto mais relações um laço social possui, maior a sua multiplexidade) e composição do lado social (derivada dos atributos individuais dos atores envolvidos) (RECUERO e ZAGO, 2004, p.3).

Além desta interação é notório também que as redes sociais são interdependentes, ou seja, elas dependem umas das outras para existir, assim sendo quando um usuário brasileiro tem uma relação com outro usuário japonês é

feita uma quebra da barreira e da distância entre esses usuários, proporcionando novas relações, tornando assim umas dependentes das outra

As Redes Sociais, são criações pré-tecnológicas analisadas há décadas pelos sociólogos Kleinberg (2006) e segundo Marteleto (2001), representam um conjunto de participantes autônomos, com ideias em conjunto e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Para Boyd (2006) se apresenta como um sistema que permite a criação de perfis individuais ou em grupo, para que hajam trocas sociais mediadas pelo computador e finalmente de acordo com Schuler; Day (2006) destacam a importância da Internet para difusão de ações que podem ser distribuídas pelo mundo todo, assim é criado um novo papel da sociedade civil na Internet. Se a Internet for usada para divulgar ações que deram certo, temos a certeza que do outro lado do mundo pode-se ver detalhes do projeto que poderão ser distribuídas a outras comunidades.

As pessoas estão inseridas na sociedade por meio das relações que desenvolvem durante toda sua vida, primeiro no âmbito familiar, em seguida na escola e universidade, na comunidade em que vivem e no trabalho; enfim, as relações que as pessoas desenvolvem e mantêm são as que fortalecem o círculo social.

Rede Social tornou-se uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos ou profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos, e quando o real e o imaginário parecem convergir, torna-se mais complexa a informação em uma sociedade on-line (SHAVIRO, 2005).

Dentre as transformações que transcendem a constante evolução do homem, a internet e as redes sociais surgem como extensão do homem e dos seus relacionamentos. Mas antes de tudo, é necessário saber que a disseminação das redes sociais só foi possível graças ao desenvolvimento do uso da internet.

Mais do que uma tecnologia, as mídias são uma das marcas da sociedade contemporânea, que visa à instantaneidade junto à qualidade e à interatividade. Nesta linha, as mídias e redes têm a função de atuar no aprimoramento das relações e na eficiência das mesmas e da comunicação.

Assim, Chamusca; Carvalhal (2010) enfatizam:

Dizem por aí que o negócio é twitter, é facebook, é linkedin, e tantos outros. Isso é tão fugaz quanto às certezas absolutas. O que de fato cabe em nossas preocupações é mesmo o relacionamento humano e a utilização de tantas tecnologias na melhoria, na qualificação, na valorização do entre-um-e-outro. Organizações desejam e precisam disso. Nós, pessoas, ainda mais (CHAMUSCA; CARVALHAL, 2010, p. 332-333).

Sobre o relacionamento entre grupos da sociedade, é possível afirmar que, muitas vezes, devido ao mundo globalizado, a comunicação face a face tem se tornado menos efetiva e frequente. Sobre esse viés, Santos; Cabestré; Moraes expressam que o fato das pessoas interagirem com cenários diferentes e desenvolverem atividades diversas no seu cotidiano, impossibilitando a realização e/ou efetivação de compromissos por intermédio da comunicação face a face, fez da Internet um canal bastante utilizado, otimizando os relacionamentos, sejam de caráter profissional ou pessoal (SANTOS; CABESTRÉ; MORAES, 2011).

Numa perspectiva mais profunda, e baseada na ótica das Relações Públicas, é possível categorizar esses relacionamentos nas redes, principalmente no facebook, que é a bola da vez, que nada mais é do que um aplicativo ou ferramenta midiática que permite a interação simultânea. Nesse contexto, as informações podem ser compartilhadas e comentadas, podem se formar grupos específicos, ter momentos de lazer entre tantas outras funções, isso tudo com uma grande possibilidade de visualizações.

Assim, até parece que o mundo se tornou pequeno diante de tanta informação que encontramos disponibilizada na rede. Por isso, da mesma forma como no relacionamento “presencial”, o indivíduo pode escolher o nível de relacionamento que essa mídia lhe proporcionará.

À luz disso, Cunha (2011), defende que há uma segmentação em que os grupos podem ser divididos em primários, secundários e de referência. Da mesma forma, todo o conteúdo nas redes pode ser classificado em transacional, natureza das ligações e características estruturais.

Mais além, todas têm um potencial relativamente diferente na rede, que é julgada pela sua atuação. O ser humano tem a necessidade de se relacionar e tem como essência de vida a interação com a sociedade e os seus indivíduos buscando interagir de várias formas. Nas diversas maneiras de relacionamentos existentes, podemos citar a comunicação pessoal e a comunicação virtual.

A comunicação pessoal é o relacionamento primitivo, em que os envolvidos interagem face a face, ou seja, obtendo um contato físico. A sociedade precisa desse relacionamento. Portanto, é evidente constatarmos a verdadeira relevância de manter esse tipo de relacionamento - a sua essência é significativa para a interação dos indivíduos na sociedade. Nesta concepção, Marques (2010) ressalta:

A situação face a face baseia-se em um relacionamento interpessoal, a dois, no qual não somente a presença é característica, mas a forma de relação e interação, que no caso, pautam-se no compartilhamento mútuo de determinada atividade e emocionalidade e sua influência nas individualidades dos que a vivenciam. (MARQUES, 2010, p.44)

Segundo Brenan (apud LEMOS, 2002, p.112) “as expectativas das pessoas em relação à interação humano/computador são frequentemente inerentes ao que elas esperam da interação humano/humano”. Mesmo chocando com o real significado do Facilita a comunicação e diminui espaços, pois liga pessoas de diferentes regiões no mundo. Por outro lado, essa forma de relacionamento pode trazer diversos malefícios, pois o indivíduo foge da realidade, da sua real identidade, cria um perfil fake, manipula outras pessoas, se ilude e pode trazer prejuízos físicos e psíquicos.

O indivíduo utiliza-se dos perfis para criar uma rede de relacionamentos que, na maioria das vezes, nunca obteve contato pessoal. Entretanto, pessoas que sofrem de dificuldades de relacionamento pessoal, conseguem através da internet a facilidade de interação relacionamento face a face, o virtual proporciona interação de pessoas de diferentes grupos, ou seja, de diferentes níveis hierárquicos, classes sociais, etnias, religiões etc.

O convívio entre os homens permitiu que houvesse a integração entre os mais diferentes grupos de indivíduos. Ao longo da evolução da espécie humana, inúmeros meios de comunicação foram integrados e aprimorados para facilitar a interação, o que é inerente ao homem, tal fato pode ser observado ao comparar-se as outras espécies, principalmente sobre o destaque e domínio que essa exerce sobre as demais (MODESTO; SILVA, 2011).

As práticas sociais e os desafios comunicacionais contribuíram para a constituição de sistemas complexos de compreensão mútua, levando ao surgimento da conversação, como o próprio termo explana, é um meio de interagir e trocar informações entre indivíduos. Para Silva 2008 (apud Modesto e Silva, 2011, p.24) a

conversação é uma prática facilitadora, que desempenha papel fundamental no processo de socialização, tornando-se essencial ao homem, ainda define como “[...] conversação é um substantivo ligado ao verbo conversar, que procede do latim *conversare*, encontrar-se habitualmente num mesmo local. Esse termo é composto de *con* (junto) e *versare* (dar voltas). Remete-nos, pois, à ideia de conviver com outras pessoas”.

A conversação é vista como o gênero precursor das relações humanas, afinal, o ato de conversar com seus semelhantes é uma prática realizada há muito tempo, tornando-se o meio pelo qual se estabelece as primeiras experiências em sociedade. Diariamente diálogos são trocados entre pessoas dos mais diversos contextos, dessa forma, a conversação pode ser apresentada de formas distintas (RECUERO, 2012).

Para o autor, a conversação é um termo comumente utilizado na literatura como elemento importante no processo comunicativo entre dois ou mais sujeitos. Trata-se de um procedimento negociado e organizado pelos atores que a compõe. Dessa forma a conversação é aquilo que conduz as interações sociais, pois é através dela que as relações interpessoais são submetidas, e os laços construídos.

A internet surgiu desse contexto, e ainda adicionou inúmeros recursos que antes nunca fora possível na conversação, revelando um conceito inovador para a comunicação e sociabilidade (MODESTO; SILVA, 2011). A popularização de ferramentas digitais tornou possível a troca de conversas entre pessoas a partir do uso de celulares, notebooks. Tal facilidade ocasionou na incorporação dessas novas práticas na vida dos sujeitos (RECUERO, 2012). A pesquisadora revela que as tecnologias geram mudanças na interação interpessoal:

[...] essas tecnologias passam a proporcionar espaços conversacionais, ou seja, espaços onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes aqueles da conversação, buscando estabelecer e/ou manter laços sociais. Passam a representar um espaço de lazer, lugares virtuais onde as práticas sociais começam a acontecer, seja por limitações do espaço físico, seja por limitações da vida moderna, seja pela comodidade da interação sem face. (RECUERO 2012, p. 16).

Com tantas possibilidades de comunicação dispostas na web, fica difícil resistir a tantas vantagens e possibilidades que a interação mediada pelo computador oferece. Essa conversação mediada, e em rede, se difere da tradicional conversa presencial em diversos pontos.

CONCLUSÃO

As redes sociais se destaca pela real dimensão no contexto da abrangência tecnológica atual, pois através destas torna-se possível identificar o avanço das tecnologias, e as tendências ao futuro, diante de uma visão mais nítida sobre o assunto. A tecnologia disponível em computadores, celulares atuais transformam o cotidiano em um cenário de muitas significâncias.

Deste modo, a pesquisa implementa um estudo sobre as interações sociais na contemporaneidade a interatividade nas redes sociais. Sendo uma pesquisa que discute as atuais interações frente as tecnologias, onde as redes sociais se apresenta como um recurso que promove a troca de conversação em tempo e espaço diferentes.

Cabe salientar, que dentre as redes sócias mais populares destaca-se o whatsaAp, e o facebook. Redes estas que promove uma interatividade em todo o meio social. Compreende-se o significado de uma rede social, dentro de sua dinâmica, inteligibilidade, racionalidade, características e princípios, ressinificando e modificando a própria base psíquica de comportamento. Então, as tecnologias atuais de comunicação representam não só um conjunto de ferramentas e métodos de funcionamento, mas uma composição simbólica que atua no desejo e na subjetividade de interagir.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

ARIMA, Kátia; MORAES, Maurício. **O futuro da web está no Facebook?** Info Exame, Abril, São Paulo, n. 300, Capa, fev, 2011.

ARRUDA, Eucídio. **Uma Análise Sobre as Novas Tecnologias e Trabalho: Ambivalências Atuais**.2001

BAGGIO, Rodrigo. **A Sociedade da Informação e a Infoexclusão**. Brasília, v. 29, n. 2, maio/ago. 2000.

BRUNNER, J.J. **Educação no encontro com as novas tecnologias**. In: TEDESCO, J.C. Educação e Novas Tecnologias: esperança ou incerteza? São Paulo: Cortez, 2004.

BURRMANN, N. J.; MOORE, J.W. Development of a Web-Based, Student-Centered Stereochemistry Tutorial. **Journal of Chemical Education**, v. 90, n. 12, p. 1622-1625, 2013

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra. v. 1, 1999.

COTRIM, Gilberto. **História Global: Brasil e Geral**. 6 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**, ano 12, n. 4, art. 1, jul/2007.

FLORES VIVAR, Jesús Miguel. **Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales**. Comunicar, v. 17, n 33, p. 73-81, 2009.
Disponível em:
<<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486009>>. Acesso em: 16 nov.2016.

IAB. **Plataform Status Report: UGC, Social Media and Advertising – An Overview**. Abr. 2008. Disponível:
em:<http://www.iab.net/media/file/2008_ugc_platform.pdf>. Acesso em: 29 out. 2016.

JORNAL O GLOBO. **O Twitter em números**. Disponível em:
<http://oglobo.globo.com/tecnologia/o-twitter-em-numeros-10704107>.
Acesso em 23 de novembro de 2016.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Tradução de Maria Luiza X. de A.Borges. Rio de Janeiro: J. Zahar Editor, 2009.

KERCKHOVE, D. **A Pele da Cultura**: Investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. “**Comunicação Organizacional na era digital**: Contextos, percursos e possibilidades”, Brasil, 2012.

LÉVY, P. **As tecnologias da Inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 10. ed. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1995.

MAÑAS, A. V., **Gestão de tecnologia e inovação**. São Paulo: Érica, 2001.

MARTELETO Regina Maria. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. Brasília, 2001

MOURÃO, Ana Paula et. Al. **Presença da Vivo na Internet Social**: Análise da operadora no Twitter. PUC-MG. Belo Horizonte, 2010.

NEWMAN, Jared. Apple apaga tópicos que discutem avaliação negativa do iPhone 4. IDGNow, 13 jul. 2010. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/Telecom/2010/07/13/appleapaga-topicos-que-discutem-avaliacao-negativa-do-iphone-4>>. Acessado em: 15 jul. 2010.

OLIVEIRA, M.R.N.S. **Do mito da tecnologia ao paradigma tecnológico**: a mediação tecnológica nas práticas didático-pedagógicas. Anais da 24ª ANPEd, Caxambu-MG, 2001.

PIZA, M. V. **O fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f. Monografia (Graduação em Sociologia). Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, (Coleção Cibercultura), 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. **Em Busca das “Redes que Importam” Redes Sociais e Capital Social no Twitter**. LÍBERO – São Paulo - v.12, n.24, 2009

REIS, D. R., **Gestão da inovação tecnológica**. São Paulo: Manole Ltda, 2004.

REZENDE, Denis A. ABREU, Aline F. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas Empresariais**. São Paulo: atlas, 2000.

SAFKO, Lon; BRAKE, David K. **A bíblia da mídia social**: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios. Tradução de James Gama. São Paulo: Editora E.Blücher, 2010.

SANTELLA, L. A estética das linguagens líquidas. In: SANTELLA, L.; ARANTES, P. (Orgs.) **Estéticas Tecnológicas – novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo:Paulus. (Coleção Comunicação), 2010.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. 5ª. reimpr. São Paulo: Edusp, 2009.

SOUZA, Sérgio. **Tecnologia de Informação**. FCA-EDITORA DE Informática. Lisboa. 1997. 3ª ed atualizada. Lisboa, 2005.

TEIXEIRA JR, Sérgio. Uma história de cinema. **Exame**. Abril, São Paulo, ed. 981, n.22, ano 44, 01 dez. 2010.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade** – Uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. 9ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

TOMAEL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DICHIARA, Ivone Guerreiro. **Das Redes sociais à inovação**, 2005.

TORRES, C. **A bíblia do marketing digital**. São Paulo: Editora Novatec, 2009.

VARGAS, M. **Para uma filosofia da tecnologia**. São Paulo: Alfa Omega, 1994.

VERASZTO, E. V. et al. **Tecnologia**: buscando uma definição para o conceito. Prisma.com nº 7, 2008.

VIEIRA, Anderson. Twitter: **influenciando pessoas e conquistando mercados**. Rio Janeiro: Alta Books:2009.