

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/333429711>

Jóvenes hipermediales: hipermediatización del Yo y las juventudes hiperconectadas

Chapter · May 2019

CITATIONS

0

READS

507

1 author:



Jorge Alberto Hidalgo Toledo

Anáhuac University

131 PUBLICATIONS 59 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Comunicación estratégica en las organizaciones y Relaciones públicas [View project](#)



Nuevos medios y ciudadanía digital [View project](#)

(Editores)

Daniel Barredo Ibáñez

Márgda Rodrigues da Cunha

Jorge Hidalgo Toledo

Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 156



Universidad del
Rosario



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Cuadernos Artesanos de Comunicación

Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - jpablos@ull.edu.es

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Milena Trenta

- Ramón **Zallo** (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria **Almiron** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Francisco **Campos Freire** (Universidad de Santiago de Compostela)
- José **Cisneros** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo **Díaz Nosty** (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos **Elías** (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Paulina B. **Emanuelli** (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- José Luis **González Esteban** (Universitas Miguel Hernández de Elche, UMH)
- Marisa **Humanes** (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José **Igartua** (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé **López** (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela **López-Ornelas** (Universidad Autónoma de Baja California, UABC)
- Octavio **Islas** (Universidad de los Hemisferios, Ecuador)
- Javier **Marzal** (Universidad Jaume I, UJI)
- José Antonio **Meyer** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón **Reig** (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel **Rodrigo Alsina** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé **Soengas** (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Luis **Terrón** (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel **Túñez** (Universidad de Santiago, USC)
- Victoria **Tur** (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel **Vicente** (Universidad de Valladolid, UVA)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.



Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (**en su caso**), así como las imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Daniel Barredo Ibáñez, Mágda Rodrigues da Cunha,
Jorge Hidalgo Toledo (Editores)

Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina

Daniel Barredo Ibáñez/Mágda Rodrigues da Cunha/Jorge Hidalgo
Toledo/Jorge Alberto Hidalgo Toledo/Antonio García-
Jiménez/Beatriz Catalina-García/Manuel Montes-
Vozmediano/Daniel Javier de la Garza Montemayor/Úrsula Freundt-
Thurne/Tiago Luís Rigo/Enrique Iturralde Chaparro/Sergio Rivera
Magos/Bruno Carriço Reis/Malvina Eugenia Rodríguez

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 156



Universidad del
Rosario



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Os jovens brasileiros e a movimentação entre tribos digitais

Tiago Luís Rigo

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Brasil)

Tiago.luis.rigo@gmail.com

Mágda Rodrigues da Cunha

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Brasil)

mrcunha@pucrs.br

PARA CITAR: Rigo, T. L. & Rodrigues da Cunha, M. (2019). “O jovem e a movimentação entre as tribos digitais”. En Barredo Ibáñez, D.; Cunha, M. R. & Hidalgo Toledo, J. (Eds.) (2019). Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina <pp. 85-101>. La Laguna, España: Cuadernos Artesanos de Comunicación. DOI: 10.4185/cac156

Resumo

O contexto de ubiquidade, no qual o jovem está presente, sua relação com a mídia, fazendo parte dela e constituindo grupos a partir dos recursos tecnológicos, indica um ecossistema de múltiplos e intensos acessos às redes sociais, mas instável, na mesma medida. Neste texto, buscamos observar o cenário em que estas conexões se desenrolam e identificar as motivações de uma migração do *Facebook* para outras plataformas. Inicialmente, recorreremos a estudos quantitativos, realizados por diferentes institutos e, em um segundo momento, realizamos investigação qualitativa, na busca de explicar as transformações. As teorias desenvolvidas por Michel Maffesoli contribuem para essa análise, especialmente os conceitos presentes em sua obra *O tempo das tribos*, assim como entrevistas recentes, em que o sociólogo revisita seus estudos mais antigos.

Palavras-Chave

Comunicação, Jovem, Tecnologia, Tribos, Redes sociais.

Introdução

COSTUMAMOS atribuir ao jovem um perfil questionador, inquieto e transgressor, sendo a juventude percebida como a etapa de transição e formação para a vida adulta. Definir juventude, hoje, passa por localizar esse sujeito dentro de uma faixa etária específica, considerando o contexto. Para a Organização das Nações Unidas (ONU), juventude corresponde à fase entre os 15 e os 24 anos. Esse recorte contempla um intervalo de nove anos, categorizando da mesma forma o jovem que nasceu em 1994 e o nascido em 2003.

Essa amplitude precisa ser considerada, especialmente, na linha do imaginário tecnológico, por entender que a tecnologia se fez disponível de formas diferentes em cada período. As transformações decorrentes disso causam impactos, mudam a forma de se relacionar, de comunicar, de consumir e de produzir conteúdo por esses sujeitos.

O pesquisador americano Clay Shirky aborda aspectos geracionais e a importância de identificarmos o contexto nesse tipo de análise. Em *Cultura da participação* (2010), Shirky pontua que as gerações se diferenciam, contudo, menos porque as pessoas se diferenciam, e mais porque as oportunidades são diferentes:

Teorias de diferenças de gerações fazem sentido quando são formuladas como teorias de diferença ambiental, e não de diferença psicológica. As pessoas, e em especial os jovens, responderão a incentivos porque têm muito a ganhar e pouco a perder com a experimentação (Shirky, 2010, p. 112).

Outro autor que contribui para esse entendimento é Marc Deuze, ao investigar, entre outros temas, as relações entre o indivíduo e a sociedade. Nesta conexão Deuze conceitua que a vida é vivida na mídia e não com a mídia, sugerindo, que as pessoas não vivem essas oportunidades da mesma forma. Em *Media life* (2011), indica que a

mídia é a base e o contexto de expressões e experiências de vida, que permeia todos os aspectos do cotidiano e tende a gerar um desaparecimento da mídia da consciência coletiva. Sendo assim, compreende a mídia como ubíqua, estando em todos os lugares, permitindo que todos os sujeitos possam ser mídia. É justamente nesse ecossistema que localizamos o *jovem ubíquo*, que cresce em um ambiente de transformação, mas caracteriza-se de acordo com seu contexto e disponibilidade de tecnologia (Shirky, 2010), sendo um sujeito que vive a mídia (Deuze, 2011). A correlação e os impactos destes elementos na vida do jovem pode ser encontrada nos estudos de Danah Boyd, especialmente na obra, *It's complicated: The social lives of networked teens* (2014), um estudo que ouviu 166 jovens americanos entre 2005 e 2012.

Segundo Boyd (2014), ao contrário da primeira geração a tomar contato com as redes sociais, nos anos 1990, cuja intenção, em boa parte, era fugir do mundo real e do contexto em que viviam, os jovens participantes da pesquisa demonstram usar as redes sociais para entrar em contato com pessoas de sua comunidade, pessoas conhecidas, numa continuidade do que vivem na vida *off-line*. Boyd (2014) constata que “as interações mediadas dos adolescentes complementam ou suplantam, por vezes, os seus encontros face a face” (p.21). Mais do que isso, demonstram o quanto os adolescentes estão ali por motivações sociais, e não simplesmente pela tecnologia em si. A autora desmistifica ainda, o conceito de jovens viciados em telefones ou computadores pois, segundo ela, os jovens são viciados em seus grupos de amizade, mais do que na tecnologia em si.

“Os pais não sabem a importância que a mobilidade assumiu na vida dos jovens. Eles pensam apenas sobre a função comunicação e não sobre o sentido social”. A afirmação de uma jovem, conforme apresenta Stald (2008), no texto *Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media*, evidencia a lacuna na compreensão dos chamados imigrantes digitais em relação à apropriação das tecnologias de comunicação. Para a jovem, um telefone celular é um dispositivo, por intermédio do qual ocorre a comunicação e através do qual os indivíduos mantêm contato social.

As tribos e seu tempo

Para identificar as novas massas constituídas por pessoas que se relacionam a partir de seus interesses, e não mais por uma estrutura pré-estabelecida, Michel Maffesoli fala de uma volta às tribos. Tais comunidades, tratadas pelo autor como *tribos*, são observadas em diferentes segmentos da sociedade. Neste artigo, destacamos o jovem.

A expressão *tribalismo*, do modo como é utilizada por Maffesoli, significa o processo de identificação entre os sujeitos “que possibilita o devotamento graças ao qual se reforça aquilo que é comum a todos” (2010, p. 123). O sociólogo parte da perspectiva de que existe uma multiplicação de *aldeias* nos dias atuais, como resposta a um espírito do tempo no qual o território tornou-se um espaço para diversas manifestações.

Compreendemos a internet, no ambiente das redes sociais, como uma analogia aos territórios identificados por Maffesoli. A partir das comunidades e grupos de interesse, são criadas microtribos identificadas por características comuns, encontrando nesses espaços formas de expressar suas identidades. Nesta aproximação, entendemos, neste artigo, as redes sociais, tais como *Facebook* e *Instagram*, como tribos pós-modernas.

Em entrevista reproduzida no site *Fronteiras do Pensamento*, Maffesoli (2015) caracteriza o momento atual como *tempo das tribos*, relacionando o desenvolvimento tecnológico com uma maneira diferente de viver os laços sociais. Segundo o autor, as tribos pós-modernas surgem devido à expansão da internet e da tecnologia:

Assim como o desencantamento do mundo conduziu à solidão, o *Facebook*, o *Second Life* etc., para o melhor e para o pior, recuperaram o *ideal comunitário*. [...] Isto é, chegamos a uma sociedade que enfatiza a relação com o outro. E isso nos obriga a mudar nossa maneira de analisar a sociedade. Não é mais o caso de ser otimista ou de ser pessimista, mas de observar o mundo tal qual ele é (Maffesoli, 2015).

O jovem contemporâneo, objeto de estudo deste artigo, em sua relação com outro observada por Maffesoli e Boyd, encontra nas redes sociais seu espaço de expressão e identidade. Em entrevista ao *Jornal Estado de São Paulo* (2014), Maffesoli cita Hegel, quando este diz que o jornal é a oração matinal do homem moderno e para Maffesoli, as redes sociais serão a oração do homem pós-moderno.

Presença nas redes sociais

Traçado este panorama, sobre como identificamos e contextualizamos esse sujeito jovem, buscamos compreender seus comportamentos na internet, sua participação em redes sociais e, à luz dos estudos de Maffesoli, relacionamos seus movimentos de transição entre as diferentes plataformas digitais. O objeto é analisado de forma quantitativa, a partir de estudos já realizados, e qualitativa, tendo em vista as características de uma pesquisa na internet:

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento) (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011, p. 55).

A pesquisa explicativa aqui realizada é definida por conta da complexidade do objeto. Para somar uma perspectiva quantitativa a este estudo, recorreremos a institutos de pesquisas que publicaram relatórios em 2018. O primeiro deles, o *Pew Research Center*, buscou identificar o comportamento de jovens entre 13 e 17 anos, relativo aos usos de tecnologias e redes sociais. A pesquisa *Teens, Social Media & Technology* (2018), aponta que o *YouTube*, o *Instagram* e o *Snapchat* são as plataformas mais populares entre jovens desta faixa etária.

Essa mesma pesquisa foi realizada em 2015, tornando possível comparações entre os dados obtidos em períodos diferentes. De acordo com o *Pew Research Center*, 85% dos jovens dizem usar o *YouTube* (plataforma não mapeada no estudo de 2015); o *Instagram* aparece com

72% (52% diziam usar em 2015); o *Snapchat* com 69% (41% diziam utilizar em 2015) e o *Twitter* com 32% (31% diziam utilizar em 2015).

A rede social líder da preferência entre jovens americanos, na pesquisa realizada em 2015, era o *Facebook*, com 71%. Os dados de 2018 indicam uma redução de 20 pontos percentuais, alcançando 51% e, com esse indicador, fica atrás do *YouTube*, do *Instagram* e do *Snapchat*. Essa foi a maior variação apontada pelo relatório, que aponta uma perda de popularidade desta rede social em relação a este público. Para a realização da pesquisa, o instituto entrevistou 1058 pais americanos com filhos entre 13 e 17 anos, além de 743 jovens desta faixa etária, entre 7 de março e 10 de abril de 2018.

Contribui com essa análise do público americano a pesquisa *Social Media, Social Life: Teens Reveal Their Experiences*, realizada pela *Common Sense*, organização sem fins lucrativos, que promove tecnologia segura para crianças, que ouviu 1141 jovens entre 13 e 17 anos nos Estados Unidos. Divulgada pela *BBC News Brasil (2018)*, o relatório indica que, em 2012, quando a pesquisa foi realizada pela primeira vez, o *Facebook* era apontado como a principal rede social por 68% dos jovens, enquanto em 2018, apenas 15% respondem da mesma forma.

Sobre a realidade brasileira, este artigo relaciona dados do consumo geral de internet e redes sociais no país, tendo como base o estudo *Digital in 2018: world's internet users pass the 4 billion mark*, realizado pela agência *We Are Social*. De acordo com o relatório, o número de brasileiros com acesso à internet é de 139,1 milhões. Estes, dedicam, em média, 9h14min em diferentes dispositivos. Em redes sociais, o tempo de consumo diário do brasileiro é de 3h39min. Nesse cenário de disponibilidade de acessos, o *YouTube* é a plataforma com maior número de usuários (60%), sendo o *Facebook* o segundo (59%). A pesquisa revela ainda os aplicativos mais baixados pelos usuários brasileiros. Dos cinco mais adquiridos, quatro são de interação social: *WhatsApp*, *Facebook*, *Facebook Messenger* e *Instagram*.

Os três relatórios quantitativos apresentados, *We Are Social (2018)*, *Common Sense (2018)* e *Pew Research Center (2018)*, indicam a crescente utilização de redes sociais e, ao mesmo tempo, uma redução da

preferência pelo *Facebook*, aparecendo na liderança o *YouTube* como plataforma mais acessada.

Em busca de novas tribos

A partir da constatação de um movimento dos jovens entre redes sociais, buscamos encontrar elementos qualitativos para a compreensão deste fenômeno de saída do *Facebook*. Fragoso, Recuero e Amaral indicam as características deste tipo de pesquisa, que encontra na Internet seu campo de análise:

A pesquisa qualitativa visa uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece seu caráter dinâmico, notadamente na pesquisa social. Nesse contexto, o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para o problema de pesquisa, de modo que os elementos da amostra passam a ser selecionados deliberadamente, conforme apresentem as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011, p. 67).

Para este artigo, utilizamos, como categoria de análise, uma *amostra intencional*, categoria elencada por Fragoso, Recuero e Amaral (2011), que descreve uma amostra qualitativa “cujos elementos são selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise” (p.78). Sendo assim, utilizamos o *YouTube* como fonte de pesquisa e os vídeos, localizados nesta plataforma, como elementos desta análise.

A escolha do *YouTube* é justificada pelas pesquisas quantitativas que indicam a preferência do público jovem por essa plataforma. Para coleta de dados, realizamos um levantamento digitando no campo de busca do site a expressão que decorre do nosso problema de pesquisa: *Por que eu saí do Facebook?* A pergunta, em primeira pessoa, foi intencionalmente construída desta forma pois, como resultado,

buscamos vídeos testemunhais, protagonizados por jovens que descrevem motivos que os levaram a deixar determinada rede social.

A configuração de busca, da forma descrita acima, foi realizada em 18 de novembro de 2018 e resultou em 52 itens. Excluímos da amostra vídeos com conteúdo tutorial, com a finalidade de explicar como excluir perfis do *Facebook* e, ainda, usuários que indicaram ter saído definitivamente de todas as redes sociais. Vale ressaltar que a pesquisa qualitativa, aqui apresentada, de amostragem intencional, não tem como finalidade oferecer uma generalização a partir de casos particulares, o que não seria possível. Objetivamos apresentar alguns elementos que contribuem para a reflexão proposta pelo artigo, trazendo aspectos da obra de Maffesoli como elemento teórico agregador para a análise.

Reunimos sete vídeos na amostra final que, juntos, contabilizam 46 minutos de conteúdo que responde à pergunta: *Por que eu saí do Facebook?* O questionamento inserido no campo de buscas da plataforma de compartilhamento de vídeos resultou em diferentes títulos. Os selecionados para essa análise são os seguintes: *Porque eu não tenho mais Facebook (Ana Karine, 2018)*; *Porque eu odeio o Facebook (Blog Quase Gêmeas, 2016)*; *Porque eu parei de usar facebook (Bruno JVP, 2015)*; *Diário em vídeo #1: Por que excluí meu face (Erica Castelo Branco, 2018)*; *Porque excluí meu facebook (Jess Maria, 2017)*; *Porque saí do facebook? (Marusa Bárbara, 2017)*; *Eu não tenho mais paciência! (Monika Hegler, 2017)*¹⁰.

Como ponto de partida, decupamos o conteúdo dos vídeos selecionados e categorizamos temas recorrentes que motivaram a saída dos jovens do *Facebook*. A justificativa que aparece com maior recorrência está relacionada ao conteúdo encontrado na rede social. Bruno JVP (2015) relata que sua *timeline* é “uma coisa insuportável”, referindo-se às discussões, principalmente sobre política, entre pessoas que ele conhece. “Ninguém usa *Facebook* para desestressar, ficam mais estressados”. As percepções de Jess Maria (2017) também fazem referência ao mesmo tópico. “O Facebook só te traz notícia ruim, fofoca desnecessária de pessoas que você conhece. Virou um *Orkut*. O

¹⁰ Tanto os títulos dos vídeos, quanto suas transcrições levaram em consideração a grafia original utilizada pelos criadores dos conteúdos.

excesso de conteúdo sobre política e as *fakenews* também aparecem como motivos:

Tá muito chato. Não pode mais postar nada. Posta uma brincadeira e polemiza. E tem mais, as vezes faz um post e meu deus como a galera comenta absurdos. Perde o controle, não é mais o teu post, é o da galera. As linguagens são tão agressivas, as pessoas te agridem na hora de comentar. O mais engraçado é que essas pessoas que estão comentando, são teus amigos. Você espera gentileza, outras ideias que venham para somar, dos amigos. Não tá dando não! (Monika Hegler, 2017).

Os elementos ilustrados pelos jovens relacionam-se com o pensamento de Maffesoli, quando o autor indica aspectos relacionados com o emocional e ao afeto como fatores de pertencimento às tribos pós-modernas. Na inexistência desses elementos, uma busca por novos espaços de expressão, ou outras redes sociais, neste caso, justifica-se:

À semelhança das tribos tradicionais, as tribos pós-modernas se encontram ao redor de seus totens e se comunicam através deles. Enquanto a razão privilegiava o que é íntimo, o retorno da imagem nos leva a compartilhar o emocional. Não sei se é o caso de pensar em um avanço ou em uma regressão. Hoje, ao contrário, essa mesma técnica promove o retorno dos afetos (Maffesoli, 2015).

Ainda nesta entrevista, Maffesoli atribui à internet e, também, às redes sociais, a possibilidade de acessarmos “não mais *um outro mundo*, mas sim *um mundo outro*”:

[...] |Existe hoje, em particular entre as jovens gerações, uma inegável vitalidade, que se exprime em novas formas de solidariedade e de generosidade. A web favorece antigas formas de hospitalidade, que foram a marca das sociedades pré-modernas. Desse ponto de vista, sim, sou um otimista (Maffesoli, 2015).

Em oposição a estes elementos refletidos por Maffesoli, tais como solidariedade e generosidade, a jovem Ana Karine (2018) relata falta de identificação com o conteúdo e a faixa etária dos usuários presentes no *Facebook*. Em seu vídeo, ela aponta, entre outras justificativas, a presença de pessoas “idosas que postam mensagens coloridas” e mensagens recorrentes de “bom dia” ou “boa noite”. Tais características são decorrentes dos recursos disponibilizados pelo *Facebook* para customização de imagens e textos, que ampliam as possibilidades de representação.

Outra justificativa identificada nos vídeos da amostra tem relação com a dependência gerada pela rede social e o tempo dedicado para ela. “Eu estava mexendo tanto no *Facebook* que eu não estava conseguindo fazer as minhas coisas. Eu queria ver o tempo todo o que tinha no *Facebook*, ficava atualizando ele o tempo inteiro”, relata Jess Maria (2017). A exposição, também é considerada demasiada por outra jovem:

O *Facebook* não é mais para mim. O principal motivo foi a exposição da minha vida. Facebook hoje não é tanto para interação, virou uma vitrine da sua vida, posta o que quer mostrar pra todo mundo. Será que eu preciso da aprovação das pessoas? (Marusa Barbara, 2017)

As protagonistas do canal *Blog Quase Gêmeas* são irmãs e, juntas, descrevem os motivos que as levaram a abandonar o *Facebook*. Os esforços dedicados à plataforma *versus* a visibilidade alcançada é considerado, por elas, o principal motivo.

A gente odeia o Facebook. Temos mais de 10 mil seguidores, mas o problema é que eu faço uma postagem e ele mostra só para 50 pessoas. Que raiva! É uma coisa desesperadora. Eu tenho certeza que era para ter um monte de *likes*, mas o Facebook não mostra. [...] é muito triste, você se maquia, tira foto, pensa o que vai escrever e *Facebook* mostra pra poucas pessoas. Isso é um absurdo! (Blog Quase Gêmeas, 2016).

Dentre os vídeos selecionados na amostra, dois trazem em seu conteúdo relatos de ódio pelo *Facebook* e narram estar mais felizes sem

utilizar a rede social. “A rede social não é ruim, o que estraga são as pessoas que estão dentro dela. Eu tenho outras redes sociais, *Tumblr*, *Snap*, *Instagram*. Estou até melhor sem”, conta Jess Maria (2017).

Tal motivação, para a mudança de rede social, em busca de um bem-estar e visibilidade, encontra em Maffesoli uma reflexão. O autor entende que as tribos são unidas por um laço afetivo, emocional, mais que por contratos sociais. Quando um destes elementos se perde, o sujeito busca outra tribo:

A metáfora da tribo, por sua vez, permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação, da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela. Claro está que, como as massas em permanente agitação, as tribos, que nelas cristalizam, também são pouco estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para a outra (Maffesoli, 2010, p.31).

Complementando esse conceito, o autor pontua que a constituição em rede, dos microgrupos contemporâneos, é “a expressão mais acabada da criatividade das massas” (Maffesoli, 2010, p.165). O autor remete à antiga noção de comunidade e destaca o aspecto orgânico, de agregação social.

O movimento de saída dos jovens do *Facebook* para outras redes sociais acompanha uma característica deste público por busca de reconhecimento e espaços em que possa divulgar seu sucesso e felicidade:

De fato, as mídias sociais (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, etc.) tendem a dar uma figuração feliz de nós mesmos. Certamente não estamos sempre felizes. Mas há aí um movimento de pudor: nós tendemos a dar à tribo, ou às diversas tribos às quais pertencemos, imagens reconfortantes de nós mesmos (MAFFESOLI, M. Jornal Estado de São Paulo, 2014).

O sociólogo identifica essa possibilidade de o indivíduo fazer parte de diferentes tribos, ao mesmo tempo, como parte de uma identidade

social multifacetada e construída a partir de diferentes ordens de interesse:

Na modernidade, o que caracterizava o indivíduo era a sua função social, fosse na sociedade como um todo, fosse nos partidos, associações ou grupos estáveis. Na pós-modernidade, “a persona representa papéis, tanto no interior de sua atividade profissional como no seio das diversas tribos das quais participa (Maffesoli, 2010, p.98).

Partimos do pressuposto de que as relações sociais produzidas nas redes sociais acentuam o sentimento de *estar-junto*, identificado por Maffesoli. A ligação pessoal aos demais integrantes da tribo, geralmente está associada com o compartilhamento de um gosto, seja ele sexual, musical, religioso, esportivo, etc:

Nessa perspectiva, as mídias sociais são ao mesmo tempo um meio e uma mensagem, que confortam a vida em sociedade. Se a modernidade se firmou a partir de um princípio individualista, a tecnologia pós-moderna abriga um relacionismo galopante – uma relação, como frisei, entre nós e os outros (Maffesoli, 2014).

Trinta anos depois do lançamento de *O tempo das tribos*, Maffesoli confirma sua hipótese: “Parece-me que o *relacionamento*, o laço social, é elemento essencial da pós-modernidade. O desenvolvimento tecnológico, como evidenciado pelas redes sociais, tende a reforçar a importância de viver juntos, do vínculo” (Jornal Estado de São Paulo, 2014).

As pesquisas de Danah Boyd (2014) também indicam as motivações sociais dos jovens para o uso de tecnologias, especialmente as redes sociais. Segundo ela, o afeto entre os jovens aumenta e sua atuação em redes amplia seus contatos e relacionamentos, sem distinção de vida *online* ou *off-line*. Jenkins, Ito e Boyd (2016) indicam que a juventude é tida como tecnologicamente sofisticada, isso num subproduto de seu nascimento. Pouco se considera a diversidade pela qual estes nativos digitais experienciam a tecnologia. Esta linguagem, paralela à noção mais ampla das gerações, obscurece as nuances da participação dos

jovens. Os autores relembram que eles não são os únicos a usar as novas tecnologias digitais. Os aparelhos móveis e as redes sociais proporcionaram aos adolescentes conectarem-se uns aos outros em formatos sem precedentes. As diferenças entre como várias populações de jovens usam tecnologia são tão importantes quanto compreender as diferenças entre jovens e mais velhos.

Por que eu saí do Facebook?

Acompanhar e investigar as movimentações do público em um contexto complexo, determina que lancemos mão de estratégias combinadas. Neste texto, o objetivo foi descrever e explicar as transformações na conexão dos jovens com as redes sociais, dando centralidade à migração do Facebook para outros ambientes digitais. Autores aqui elencados evidenciam o cenário em que este jovem está presente, o modo e os motivos pelos quais estabelece suas relações sociais online. Pesquisas quantitativas comprovam o movimento aqui descrito. Numa perspectiva qualitativa, tentamos compreender e explicar os porquês. Além dos autores que descrevem o contexto, o pensamento de Maffesoli, ao refletir sobre as tribos, tema central em sua obra, foi a base para a análise aqui proposta.

As narrações apresentadas pelos jovens, nos vídeos do *YouTube*, vão ao encontro da descrição de tribos pós-modernas desenvolvida por Maffesoli, definidas como comunidades empáticas, organizadas em torno do compartilhamento de gostos e cujos vínculos perduram enquanto for mantido o interesse pela atividade. Compreendemos as construções e o movimento de transição dessas redes como maneira de pensar e de se relacionar desse público. Entre as características do jovem está a autonomia e o protagonismo: eles procuram suas redes, escolhem, apropriam-se e definem padrões e regras.

Destacamos que, ao utilizarmos o termo *jovem* caracterizamos sujeitos que possuem entre 15 e 24 anos, numa perspectiva de juventude como período de transição e experimentação. Ao mesmo tempo, o conjunto de características que identificam o jovem são projetadas por outros grupos, numa espécie de juventude prolongada. “O falar jovem, o vestir-se jovem, os cuidados com o corpo, as histerias sociais são,

amplamente, partilhadas. Cada um, quaisquer que sejam sua idade, sua classe, seu status, é, mais ou menos, contaminado pela figura da criança eterna” (Maffesoli, 2010, p. 9).

Conforme indicamos, a disponibilidade de tecnologia trouxe impactos e possibilidades, mas sem caracterizar uma generalização. No entendimento de Deuze, vive-se a mídia, mas Shirky sinaliza que as oportunidades diferentes de acesso indicam, mesmo ao jovem que busca experimentação, uma necessidade de aprofundar a análise contextual e não generalista.

Sendo assim, buscamos localizar e compreender o movimento de mudança de redes sociais, sob o ponto de vista do próprio jovem, lançando referenciais para seus próprios espaços de interação, como o *Facebook* e o *YouTube*. Os recortes de pesquisa e falas descritas neste artigo não objetivam conclusões que possam ser atribuídas a todos os jovens, mas sim, em forma de exercício, foi possível relacionar comportamentos e características deste público no contexto das suas tribos pós-modernas.

Categoria central, o conceito de tribo, em Maffesoli, define a relevância constante dos laços sociais. Este é o principal objetivo e ponto comum na análise de todas as investigações e pensamentos. Incentivadas, no entanto, pela própria expansão tecnológica, multiplicam-se as tribos e conseqüentemente as alternativas para filiar-se a comunidades devotas a algo comum. E este interesse pode variar de maneira dinâmica e com certa velocidade, como foi aqui identificado, conectando os sujeitos a uma ou mais microtribos. Estes ambientes ou territórios tornam-se espaço para manifestações e expressão de identidades.

Paradoxalmente, conforme os resultados da pesquisa, a partir da pergunta *Por que eu saí do Facebook?*, a mesma expansão da rede leva à saturação. A principal queixa dos jovens diz respeito ao excesso de tempo gasto em postagens, conteúdos polêmicos e especialmente voltados à política, pouca visibilidade para a dedicação e a faixa etária dos novos frequentadores deste ambiente. Já há algum tempo, dados apontam que os jovens começaram a deixar o Facebook no momento em que seus pais e avós passaram a integrar esta rede social. E, se como

define Maffesoli, na metáfora da tribo, há a valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela, para um jovem, com as características desta fase da vida, também é mais complexo gastar tempo e não obter a visibilidade procurada. Torna-se difícil expressar sua identidade no mesmo ambiente em que estão seus pais e avós, abordando pensamentos políticos, usando recursos gráficos do Facebook. Tudo isto indica que, sim, estas comunidades são instáveis e conseqüentemente migram para outros ambientes compatíveis com seus objetivos.

Referências

- Amaral, A; Frago, S.; Recuero, R. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The social lives of networked teens*. Londres: Yale University Press.
- Deuze, M. (2011). *Media life. Media, Culture & Society*. EUA: Polity.
- Jenkins, H.; Ito, M.; Boyd, D. (2016). *Participatory culture in a networked era. A conversation on Youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge: Polity Press.
- Maffesoli, M. (2010) *O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Shirky, C. (2010) *A cultura da participação, criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Stald, G. (2008) *Mobile Identity: youth, identity, and mobile communication media*. En Buckingham, David. (Org.) *Youth, identity, and digital media*. Cambridge: The MIT Press.

Conteúdos na Internet

- Pew Research Center. “*Teens, social media & technology*”. 2018.
Disponível em:
<<http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018>>. Acesso em: 18/11/2018.
- BBC News Brasil. “*Só uso Facebook para falar com meus avós: pesquisa mostra o que mudou na relação entre jovens e redes sociais nos EUA*”. 2018. Disponível em:

- <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-45470711>>. Acesso em: 18/11/2018.
- We Are Social. “*Digital in 2018: World’s internet users pass the 4 billion mark*”. 2018. Disponível em <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em 18/11/2018.
- Fronteiras do Pensamento. *Entrevista com Michel Maffesoli*. 2015. Disponível em <<https://www.fronteiras.com/entrevistas/michel-maffesoli-e-o-homo-eroticus-pos-moderno-voltamos-ao-que-o-racionalismo-moderno-eliminou>>. Acesso em 18/11/2018.
- Jornal Estado de São Paulo. *Entrevista com Michel Maffesoli*. 2014. Disponível em <<https://www.estadao.com.br/noticias/geral,retrato-de-uma-juventude,1167792>>. Acesso em 18/11/2018.

Vídeos do *YOUTUBE*

- Ana Karina. “Porque eu não tenho mais Facebook”. (6min33). 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Vl2nKOuSHQQ&t=36s>>. Acesso em 18/11/2018.
- Blog Quase Gêmeas. “Porque eu odeio o Facebook”. (5min55s). 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RmQ17ObmhUI>>. Acesso em: 18/11/2018.
- Bruno JVP. “Porque eu parei de usar facebook”. 2015. (6m41s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dhf2pgl9Bxw&t=130s>>. Acesso em: 18/11/2018.
- Erica Castelo Branco. “Diário em vídeo #1: Por que exclui meu face”. (4min45s). 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GGmpfMkALW8>>. Acesso em 18/11/2018.
- Jess Maria. “Porque exclui meu facebook”. 2017. (3min15s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q8WffdjpYYI&t=67s>>. Acesso em: 18/11/2018.