

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO – PPGE
MESTRADO EM EDUCAÇÃO

JEISON DA SILVA MORAES

**O CANTO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS E OS PROFESSORES
UNIVERSITÁRIOS: ONDE MORA O PERIGO?**

GOIÂNIA

2020



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese

2. Nome completo do autor

JEISON DA SILVA MORAES

3. Título do trabalho

O CANTO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS E OS PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS: ONDE MORA O PERIGO?

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
 - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **JEISON DA SILVA MORAES, Discente**, em 12/01/2021, às 16:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

Documento assinado eletronicamente por **Juliana De Castro Chaves, Professora do Magistério Superior**, em 20/01/2021, às 16:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

informando o código verificador **1800624** e o código CRC **829E8342**.

JEISON DA SILVA MORAES

**O CANTO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS E OS PROFESSORES
UNIVERSITÁRIOS: ONDE MORA O PERIGO?**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação, do curso de Mestrado em Educação, da Faculdade de Educação, da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de Mestre em Educação.

Linha de pesquisa: Fundamentos dos Processos Educativos.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves.

GOIÂNIA

2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

MORAES, Jeison da Silva

O canto das redes sociais digitais e os professores universitários: onde mora o perigo? [manuscrito] / Jeison da Silva MORAES. - 2020. CXXXIV, 134 f.

Orientador: Profa. Dra. Juliana de Castro CHAVES.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós-Graduação em Educação, Goiânia, 2020.

Bibliografia. Anexos. Apêndice.
Inclui gráfico.

1. Socialização; 2. Indústria Cultural; 3. Redes Sociais Digitais; 4. Professores. I. CHAVES, Juliana de Castro, orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata Nº 42 da sessão de Defesa de Dissertação de **JEISON DA SILVA MORAES** que confere o título de **Mestre em Educação** pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás-PPGE/FE/UFG.

Aos **vinte e sete dias do mês de novembro de dois mil e vinte (27/11/2020)**, a partir da(s) **09:00**, em plataforma virtual no link público de <https://meet.google.com/hqp-bzrk-igh>, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada **“O CANTO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS E OS PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS: ONDE MORA O PERIGO?”**. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora Prof.ª. Dr.ª. **Juliana de Castro Chaves**, doutora em **Psicologia (Psicologia Social)** pela PUC/SP; com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Prof. Dr. **José Maria Gonçalves da Silva Ribeiro (ID+ Portugal)**, doutor em **Ciências Sociais - Antropologia** pela UAB - membro titular externo e Prof.ª. Dr.ª. **Anita Cristina Azevedo Resende**, doutora em **Ciências Sociais** pela PUC/SP - membro titular interno. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus membros. Proclamados os resultados pela Prof.ª. Dr.ª. **Juliana de Castro Chaves**, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e sete dias do mês de novembro do ano de dois mil e vinte.

Banca Examinadora:

Prof.ª. Dr.ª. Juliana de Castro Chaves

Prof. Dr. José Maria Gonçalves da Silva Ribeiro

Prof.ª. Dr.ª. Anita Cristina Azevedo Resende

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Juliana De Castro Chaves, Professora do Magistério Superior**, em 27/11/2020, às 21:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Anita Cristina Azevedo Resende, Usuário Externo**, em 28/11/2020, às 17:17, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jose Paulo Pietrafesa, Coordenador de Pós-graduação**, em 01/12/2020, às 15:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

18/01/2021

SEI/UFG • 1704467 • Ata de Defesa de Dissertação



https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1704467** e o código CRC **E2C79AE2**.

Referência: Processo nº 23070.050362/2020-75

SEI nº 1704467

Dedico esta obra à minha amada avó, Joana, mulher sábia que, mesmo com pouco estudo, sempre me incentivou ao conhecimento. Infelizmente, não está mais entre nós para compartilhar essa etapa da minha vida, mas sei que ficaria orgulhosa. Aos meus pais, Luzia e Antônio, pela vida e pelo amor. À minha esposa, Mariana, por compreender meus momentos de ausência.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Goiás, pela oportunidade de trilhar por aqui mais essa etapa da minha formação.

À coordenação e aos funcionários e professores do Programa de Pós-Graduação em Educação/PPGE, em especial às professoras Gina, Marília, Anita, Silvia e Juliana, pelas disciplinas cursadas que ampliaram meus conhecimentos. À Adenilde, por toda educação e disposição em atender minhas solicitações.

Aos professores e colegas do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Psicologia, Educação e Cultura (NEPPEC), com quem compartilhei estudos e pesquisas, em especial à Prof.^a Dr.^a Cynthia, pelas contribuições no grupo de estudo sobre teoria crítica, formação humana e barbárie, e ao Gabriel, pela companhia no café e nas conversas.

Agradeço especialmente à minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves, por toda essa travessia que fizemos juntos, por lapidar as palavras e polir os pensamentos, por ser firme e não me deixar esmorecer nos momentos em que remar contra a maré foi inevitável, pela confiança depositada em mim e por me ensinar o valor de resistir. O seu rigor amoroso, sua amizade e generosidade levarei comigo. Tem meu respeito e admiração... Muito obrigado.

Aos professores da banca de qualificação e defesa, Prof.^a Dr.^a Anita C. Azevedo Resende e Prof. Dr. José Maria Gonçalves da Silva Ribeiro, pela leitura e contribuições ao trabalho.

Ao Prof. Dr. Ricardo Antônio Gonçalves Teixeira, pela ajuda nos cruzamentos.

Às colegas do grupo de orientação coletiva, Giselle, Simone, Elen e Tatyane, em especial, pela companhia nas discussões.

À minha amiga Ana Caroline, a Carol, por estar presente nos melhores momentos e também nos mais difíceis, levarei para a vida.

Às direções, coordenações e aos professores dos cursos de Pedagogia e Jornalismo da Universidade Federal de Goiás, que viabilizaram a realização desta pesquisa.

À minha esposa, Mariana, toda minha consideração, respeito, estima, afeto e amor. Gratidão por ser sempre minha companheira de todas as horas, sobretudo das madrugadas e dos finais de semana, usados para a construção deste trabalho. Gratidão por toda a paciência e por compreender minhas ausências, mesmo estando presente. Gratidão por compartilhar os momentos de alegria, descontração e também de angústia e aflição.

À memória da minha avó, Joana, que tem todo o meu amor incondicional, que sempre me incentivou a buscar o conhecimento, a lutar para ser uma pessoa melhor para este mundo, e da qual sinto, a cada dia que se passa, mais e mais saudades.

À minha mãe, Luzia, por todo seu apoio e amor, que foram fundamentais para mim. Ao meu pai, Antônio, por ser exemplo de luta e trabalho.

Aos meus irmãos, Paulo Henrique e “Cida”, todo meu amor, carinho, respeito e gratidão por, juntos, terem me proporcionado uma infância esplendorosa, cujas lembranças carrego com carinho por onde vou.

Aos meus familiares, pela torcida, amor e compreensão.

Aos amigos companheiros que, de perto e de longe, emitiram suas positivas vibrações e compreenderam minhas ausências. Aos amigos colaboradores que, de alguma forma, contribuíram para a execução deste trabalho.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG), pela bolsa de estudo concedida.

PERFEIÇÃO

*Vamos celebrar a estupidez humana
A estupidez de todas as nações
O meu país e sua corja de assassinos
Covardes, estupradores e ladrões
Vamos celebrar a estupidez do povo
Nossa polícia e televisão
Vamos celebrar nosso governo
E nosso Estado, que não é nação
Celebrar a juventude sem escola*

*As crianças mortas
Celebrar nossa desunião
Vamos celebrar Eros e Thanatos
Persephone e Hades
Vamos celebrar nossa tristeza
Vamos celebrar nossa vaidade.*

*Vamos comemorar como idiotas
A cada fevereiro e feriado
Todos os mortos nas estradas
Os mortos por falta de hospitais
Vamos celebrar nossa justiça
A ganância e a difamação
Vamos celebrar os preconceitos
O voto dos analfabetos
Comemorar a água podre
E todos os impostos
Queimadas, mentiras e sequestros
Nosso castelo de cartas marcadas
O trabalho escravo
Nosso pequeno universo
Toda hipocrisia e toda afetação
Todo roubo e toda a indiferença
Vamos celebrar epidemias:
É a festa da torcida campeã.*

*Vamos celebrar a fome
Não ter a quem ouvir
Não se ter a quem amar
Vamos alimentar o que é maldade
Vamos machucar um coração
Vamos celebrar nossa bandeira
Nosso passado de absurdos gloriosos*

*Tudo o que é gratuito e feio
Tudo que é normal
Vamos cantar juntos o Hino Nacional
(A lágrima é verdadeira)
Vamos celebrar nossa saudade
E comemorar a nossa solidão.*

*Vamos festejar a inveja
A intolerância e a incompreensão
Vamos festejar a violência
E esquecer a nossa gente
Que trabalhou honestamente a vida inteira
E agora não tem mais direito a nada
Vamos celebrar a aberração
De toda a nossa falta de bom senso
Nosso descaso por educação
Vamos celebrar o horror
De tudo isso - com festa, velório e caixão
Está tudo morto e enterrado agora
Já que também podemos celebrar
A estupidez de quem cantou esta canção.*

*Venha, meu coração está com pressa
Quando a esperança está dispersa
Só a verdade me liberta
Chega de maldade e ilusão.*

*Venha, o amor tem sempre a porta aberta
E vem chegando a primavera –
Nosso futuro recomeça:
Venha, que o que vem é perfeição*

(BONFÁ; VILLA-LOBOS; RUSSO, 2020).

RESUMO

Esta pesquisa é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG), e está inserida na Linha de Pesquisa “Fundamentos dos Processos Educativos”, do Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade Federal de Goiás (PPGE/UFG). O objetivo deste trabalho é compreender como acontece a socialização de professores universitários nas redes sociais digitais. O referencial teórico deste trabalho é Karl Marx e a Teoria Crítica da Sociedade, mais especificadamente Adorno e Horkheimer. Para investigar a questão, escolhemos professores universitários da UFG do curso de Pedagogia, por estarem ligados à educação, e do curso de Jornalismo, pela proximidade com a comunicação. É uma pesquisa quanti-quali, que usou o questionário com perguntas fechadas e abertas. Na análise da pesquisa empírica, percebemos que os professores universitários acessam bastante a internet e as redes sociais digitais, sendo o WhatsApp a primeira mais acessada, todos os dias, por muitas horas, e predominantemente para realizar atividades relacionadas ao trabalho, ao mesmo tempo em que muitos pensam que as redes sociais digitais não determinam o modo de viver. Embora considerem que as redes sociais digitais são lugar de debate, comentam muito pouco e acreditam que podem promover conhecimento, por mais que acreditem que seja espaço de circulação de informações rápidas. Constatamos o protagonismo da socialização de professores universitários por meio das redes sociais digitais, que participam da Indústria Cultural. Essas redes se constituem como um canto de sereia que encanta, ocultando a racionalidade tecnológica baseada em algoritmos, que realiza uma espécie de expropriação do esquema e a manipulação das necessidades retroativas dos próprios professores, o que prejudica a formação do conhecimento e alimenta a ilusão de que o usuário é sujeito da indústria. O primado do tempo imediato e da constância da conexão nas redes também dificulta o exercício da memória, estimulando a naturalização e a expansão do tempo de trabalho. Vimos, então, que as redes sociais digitais são um canto de sereia que não só seduz, mas leva ao vício, e que, contraditoriamente, está muito mais relacionada ao trabalho do que imaginávamos, sendo menores, inclusive, as relações com outras pessoas/grupos. Assim, o canto leva à semiformação. Esperamos ter contribuído para o entendimento dos desenvolvimentos da sociabilidade humana na atualidade.

Palavras-chave: Socialização; Indústria Cultural; Redes sociais digitais; Professores.

ABSTRACT

This research is financed by the Research Support Foundation of the State of Goiás (FAPEG), and is part of the Research Line “Fundamentals of Educational Processes”, of the Graduate Program in Education at the Federal University of Goiás (UFG). The objective of this work is to understand how the socialization of university professors happens on digital social networks. The theoretical framework of this work is Karl Marx and the Critical Theory of Society, more specifically Adorno and Horkheimer. To investigate the issue, we chose university professors from UFG from the Pedagogy courses, because they are linked to education, and from the Journalism course, due to their proximity to communication. It is a quanti-quali survey that used the questionnaire with closed and open questions. In the analysis of the empirical research, we noticed that university professors have a lot of access to the internet and digital social networks, with “WhatsApp” being the first most accessed, every day for many hours, and predominantly to carry out work-related activities at the same time. where many thinks that digital social networks do not determine the way of life. Although they consider that digital social networks are a place for debate, they comment very little and believe that they can promote knowledge, however much they believe it is a space for the circulation of fast information. We note the role of socialization of university professors through digital social networks, which participate in the cultural industry. These networks are like a siren song that enchants by hiding technological rationality based on algorithms, which expropriates the scheme and manipulates the teachers' retroactive needs, which undermines the formation of knowledge and feeds the illusion that the user is an industry subject. The primacy of immediate time and the constant connection in the networks, also hinders the exercise of memory, encourages naturalization and the expansion of working time. We saw then that digital social networks are a siren song that not only seduces, but leads to addiction, and that, contradictorily, it is much more related to work than we imagined, even less being the relationship with other people / groups. So, the song leads to semi-formation. We hope to have contributed to the understanding of developments in human sociability today.

Keywords: Socialization; Cultural Industry; Digital social networks; Teachers.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária	59
Gráfico 2 – Renda familiar	60
Gráfico 3 – Aparelho eletrônico mais usado para acessar a internet	61
Gráfico 4 – Frequência de acesso à internet	62
Gráfico 5 – Horas de acesso à internet	63
Gráfico 6 – Primeira rede social digital mais acessada	65
Gráfico 7 – Motivos para ser a primeira rede social digital mais acessada	66
Gráfico 8 – Frequência de acesso à primeira rede social mais acessada	67
Gráfico 9 – Horas de acesso à primeira rede social digital mais acessada	67
Gráfico 10 – Segunda rede social digital mais acessada	68
Gráfico 11 – Motivos para ser a segunda rede social digital mais acessada	69
Gráfico 12 – Frequência de acesso à segunda rede social digital mais acessada	70
Gráfico 13 – Horas de acesso à segunda rede social digital mais acessada	70
Gráfico 14 – Terceira rede social digital mais acessada	71
Gráfico 15 – Motivos para ser a terceira rede social digital mais acessada	72
Gráfico 16 – Frequência de acesso à terceira rede social digital mais acessada	73
Gráfico 17 – Horas de acesso à terceira rede social digital mais acessada	73
Gráfico 18 – O que mais fazem nas redes sociais digitais	75
Gráfico 19 – Local que mais acessa redes sociais digitais	76
Gráfico 20 – Se as redes sociais digitais permitem realizar atividades que antes não eram possíveis	77
Gráfico 21 – Se o uso das redes sociais digitais leva à perda de tempo	80
Gráfico 22 – Sobre as relações	85
Gráfico 23 – Sobre o nível de interação nas redes sociais digitais	88
Gráfico 24 – Se as redes sociais digitais exercem influência na opinião	89
Gráfico 25 – Se as redes sociais digitais podem promover conhecimento	93
Gráfico 26 – Se as redes sociais digitais determinam o modo de viver	97
Gráfico 27 – Frequência de interação com grupo social	100
Gráfico 28 – Grupo social que mais interage nas redes sociais digitais	101
Gráfico 29 – Vantagens do uso das redes sociais digitais	102
Gráfico 30 – Desvantagens do uso das redes sociais digitais	103

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	17
CAPÍTULO I – O SOCIAL NA CONSTITUIÇÃO DO SER: PARA ONDE VÃO AS RELAÇÕES SOCIAIS NA SOCIEDADE CAPITALISTA?.....	20
1.1 O SOCIAL COMO FUNDANTE DO SER HUMANO.....	20
1.2 O PROCESSO DE INDIVIDUALIZAÇÃO NA SOCIEDADE BURGUESA: O SOLITÁRIO NA MULTIDÃO.....	24
CAPÍTULO 2 – O ABRAÇO DO GIGANTE: RELAÇÕES NO INTERIORDA RACIONALIDADE TECNOLÓGICA.....	29
2.1 INDÚSTRIA CULTURAL: GÊNESE E DESENVOLVIMENTO.....	29
2.2 AS REDES SOCIAIS DIGITAIS: “EM QUE ESTÃO PENSANDO”?.....	37
2.3 PARA ONDE VÃO OS ESTUDOS SOBRE REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	51
CAPÍTULO 3 – PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS: A SOCIALIZAÇÃO EM DEBATE.....	58
3.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PROFESSORES.....	58
3.2 USO DA INTERNET.....	60
3.3 USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108
ANEXOS.....	114
APÊNDICE.....	125

INTRODUÇÃO

Os seres humanos se constituem em sociedade a partir das relações sociais, que são históricas. Mas, como afirma Marx (1978b), cada vez mais que se recua na história, os seres humanos são mais gregários e, quanto mais se avança, mais os indivíduos se veem como isolados e se constituem como individualizados, sem a consciência de que o outro é importante para sua constituição.

No processo de socialização contemporâneo, as relações sociais digitais tornam-se espaços importantes de processos educacionais. Elas emergem no início dos anos 2000, se configurando como sites, plataformas digitais e/ou aplicativos de mensagens instantâneas na internet, permitindo criar uma página pessoal que possibilita compartilhar, salvar e trocar informações, além de comentar, reagir ou curtir publicações, fotos ou vídeos, havendo exposição pública (FILHO; NASCIMENTO; SÁ, 2012).

As redes sociais digitais são permeadas por algoritmos e estão inseridas na Indústria Cultural, ou seja, são pautadas pelo processo de produção industrial do capital e se constituem como grandes corporações que obtém lucro e investem em tecnologia digital, possuindo hegemonia no mercado. Na aparência, são realçadas por facilitarem a comunicação, o conhecimento e as relações sociais, mas será que isso se realiza?

Costa (2010) afirma que, na internet e nas redes sociais digitais, há um grande fluxo de informações, mas aponta para a perda da verdade e do conhecimento. Ao mesmo tempo, afirma que a sociabilidade não tem as mesmas condições de produção que nos espaços escolares e universitários, já que a forma que é produzida incentiva a dispersão devido à enxurrada de notícias, informações e promoções que, a todo momento, disputam a atenção dos usuários (DIAS; COUTO, 2012).

Se novas competências são exigidas de professores para lidar com a tecnologia digital, é preciso discutir os processos de virtualização que têm transformado o cotidiano da sala de aula (BERALDO; MACIEL, 2016). Além disso, a presença das redes sociais digitais dentro e fora da sala de aula interfere na relação que o professor estabelece com o conhecimento e com os alunos (ZUIN, 2015).

É nesse contexto que é importante compreender como acontece a socialização de professores universitários nas redes sociais digitais, já que são responsáveis pela formação de professores e/ou profissionais, fazem pesquisa e elaboram conhecimentos científicos. Inseridos em uma sociedade digital, em que a internet ganha proporções inalcançáveis,

inclusive com diversidade de plataformas, qual será o protagonismo que as redes sociais digitais assumem nas relações sociais de professores universitários?

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as relações que os professores universitários estabelecem nas redes sociais digitais. Os objetivos específicos são: conhecer os motivos pelos quais professores universitários usam as redes sociais digitais, os modos de uso, qual a apreensão que fazem das redes sociais digitais e se estas estabelecem algum protagonismo no modo de pensar, viver e conhecer dos professores.

O referencial teórico da pesquisa é Karl Marx, que parte das condições concretas e históricas da produção do indivíduo, da sociedade, da internet e das relações estabelecidas nessas interfaces, e a Teoria Crítica da Sociedade, mais especificadamente Adorno e Horkheimer, que estudam a indústria da cultura, em que as redes sociais digitais estão inseridas.

Para investigar como se estabelece a relação entre professores universitários e redes sociais digitais, realizamos uma pesquisa com professores de Pedagogia, da Faculdade de Educação (FE), e professores de Jornalismo, da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG). Esses dois cursos foram escolhidos, um por ser responsável pela formação de professores, e o outro por estar intricadamente relacionado às mídias digitais, em que as redes sociais estão inseridas.

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG), da Universidade Federal de Goiás (UFG), sob o n.º 3.521.879 (Anexo 1), e foi cadastrada na Plataforma Brasil. Além desse trâmite, conseguimos a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) e apresentamos o Termo de Compromisso (Anexo 2), o Termo de Anuência da direção da Faculdade de Informação e Comunicação – FIC (Anexo 3), e o da direção da Faculdade de Educação (FE) (Anexo 4), e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo 5). Trata-se de um estudo exploratório, de característica qualitativa, que utilizou como instrumento de coleta de dados o questionário (Apêndice A).

Antes da aplicação definitiva, foi realizado um pré-teste do questionário em outros professores. A realização do pré-teste teve como objetivo identificar questões que não estivessem claras ou bem elaboradas, assim como buscar, no olhar de outros pesquisadores, sugestões que pudessem enriquecer o instrumento de pesquisa.

Para a realização da pesquisa, enviamos questionários *online* com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo 5) para todos os professores dos dois cursos. A aplicação foi feita de duas formas: por questionário impresso, tendo o participante o tempo

que desejasse para responder, e *online*, devido à pandemia de COVID-19, por meio da plataforma Google Forms da Google, durante o tempo de cerca de quatro meses. Ao todo, são 63 professores do curso de Pedagogia e 19 do curso de Jornalismo, mas responderam, ao todo, 40 professores, sendo 29 do curso de Pedagogia e 11 do curso de Jornalismo.

Desenvolvemos este trabalho em três capítulos. No primeiro capítulo, discutimos a constituição do indivíduo na sociedade moderna. Inicialmente, entendemos que a socialização é o que dá possibilidade à constituição do ser humano. Entender esse dinamismo exigiu debatermos a relação entre indivíduo, sociedade e cultura, mas, ao mesmo tempo, compreender como os processos sociais da produção burguesa constituem a forma indivíduo na particularidade histórica do capitalismo que, mesmo que se constitua no social, na aparência, se mostra apartada desse social.

No segundo capítulo, buscamos compreender a racionalidade concreta do padrão da Indústria Cultural estadunidense, que é hegemônico na produção cultural para as massas. Tentamos entender também a origem dessa indústria, como também o desenvolvimento das redes sociais digitais e como elas têm determinado as formas de vida e a sociabilidade humana.

No último capítulo, realizamos a análise dos dados coletados, respeitando as categorias advindas das respostas dos professores (as) participantes, de forma a responder ao problema de pesquisa, estabelecendo diálogo com a teoria.

Entendemos que a socialização é uma questão ontogenética para o ser humano, ou seja, o ser humano não se constitui sem socialização, sem o social, por isso, o indivíduo precisa estabelecer relações com outro, que é o social, para se humanizar. Nesse sentido, a vida humana sempre engendrou relações em redes sociais; o que é novo nas redes sociais digitais é o uso de tecnologia avançada produzida na sociedade capitalista, que não só produz as redes sociais, mas um sujeito para as redes sociais.

Enfim, a presente pesquisa visa contribuir para a compreensão dos processos de socialização de professores universitários nas redes sociais digitais, bem como aprofundar estudos sobre relações sociais na atualidade.

CAPÍTULO I – O SOCIAL NA CONSTITUIÇÃO DO SER: PARA ONDE VÃO AS RELAÇÕES SOCIAIS NA SOCIEDADE CAPITALISTA?

As redes sociais digitais se constituem como lugar privilegiado de socialização na atualidade, mas nem sempre foi assim. Sabemos que a constituição do ser humano se dá no processo de relações sociais que acontece de diversas formas e em diversas instâncias sociais ao longo da história. Este capítulo foi desenvolvido com a intenção de entender a dinâmica da essencialidade do social na constituição do ser humano, e como as relações sociais determinadas pela produção capitalista determinam a forma indivíduo que, inclusive, nega o social em si.

A constituição do indivíduo burguês carrega uma contradição. Ao mesmo tempo em que há o reconhecimento da capacidade de ser pensante, detentor de sonhos e realizador de sua trajetória de vida, que não depende do destino, de uma lei divina, também há o primado do não reconhecimento do social, do outro em si, um indivíduo individualizado.

Nesse sentido, para a compreensão dos desenvolvimentos históricos que constituem o indivíduo enquanto conceito e realidade, buscamos entender a constituição humana em relação ao social, considerando as contradições entre objetividade e subjetividade, universal e particular, no sentido de desvelar como ocorre o processo de individualização do indivíduo.

Entender tais dimensões na constituição do indivíduo é importante para compreender as mediações que as redes sociais digitais têm estabelecido na vida humana e, para isso, é imprescindível revelar os mecanismos de constituição do indivíduo que faz uso desse produto midiático para saber por qual motivo a adesão em massa ocorre e, além disso, entender que as próprias redes sociais também propagam, em sua produção, esse padrão de ser.

1.1 O SOCIAL COMO FUNDANTE DO SER HUMANO

O que somos? Como nos constituímos? Quais determinações estão presentes nesse processo? Tentaremos responder essas questões debatendo com a teoria de modo a esclarecer como ocorre e quais nexos e contradições estão presentes no processo de constituição humana em sociedade.

A natureza é a base para o ser humano se constituir. Mas a natureza humana só se constitui em relação objetiva e subjetiva com o social. O ser humano, em sua universalidade, é um ser de apetências, ou seja, um ser de necessidades que vão ser atendidas pelo outro, pelo

social, pelos objetos e produtos, resultados do trabalho¹ humano. O ser humano é imediatamente natural quando possui forças naturais e vitais que se expressam como possibilidades e capacidades, e porque é sensível, passível de sofrimentos, dependente e limitado, mas esse natural tem uma determinação social, é mediado e histórico, por isso, é natureza humana.

Como ser de forças, o ser humano dependente, por isso mediado, precisa do que está externo para a sua efetivação. Assim, cada ser vem ao mundo como ser biológico individual, no entanto, a natureza biológica não pode representar efetivamente o ser, pois, para se constituir como humano, é necessário o social e é necessário o reconhecimento mediado socialmente (MARX, 1978a).

O ser humano só constitui sua humanidade na relação com o outro, e esse modo de se humanizar não é dado naturalmente, é estabelecido no fazer histórico, pois “o olho fez-se um olho humano, assim como seu objeto se tornou objeto social, humano, vindo do homem para o homem” (MARX, 1978a, p. 11). Ou seja, o ser humano só pode se relacionar com o objeto se o mesmo se relaciona humanamente com ele, portanto, o ser humano é sua própria natureza humanizada.

Os seres humanos se diferenciam dos outros animais de diferentes formas. Entretanto, essa diferenciação não ocorre simplesmente pela consciência ou religião, ela se inicia a partir do momento em que os seres humanos produzem seus próprios meios de vida. Enquanto os outros animais utilizam a natureza apenas para satisfazer suas necessidades vitais, como comer e beber, o ser humano a transforma ao produzir seus meios de vida e, “[...] indiretamente, sua própria vida material” (ENGELS; MARX, 2007, p. 87).

A individualidade humana não é dada como parte de uma natureza pronta e acabada. Pelo contrário, a natureza humana é histórica, não como *a priori*, mas como um vir-a-ser. Ela se constitui a partir de relações sociais, ou seja, das relações que a humanidade estabelece em cada época histórica com a natureza e dos seres humanos uns com os outros. Nesse processo, existem determinações que se alteram e outras que permanecem mais ou menos constantes por um período histórico.

Ao produzir sua própria vida material, transformando a natureza por meio do trabalho, o ser humano renova diariamente sua própria vida e a do outro. É o trabalho que torna o ser

¹Aqui, compreende-se trabalho como uma atividade humana geral que se expressa na forma pela qual os seres humanos atuam na realidade objetiva, transformando-a, criando-a na externalização de suas dimensões subjetivas a serem incorporadas na objetividade social. Enfim, o trabalho enquanto objetivação humana no sentido geral.

humano em ser histórico, visto que gerações diferentes recebem condições de vida que são modificadas e transmitidas às gerações futuras (ENGELS; MARX, 2007).

É o trabalho que media a relação do ser humano com a natureza, seja a interna ou externa, portanto, é fundamento da constituição humana. Ao se apropriar da natureza, o ser humano a transforma e também é transformado. O trabalho é objetivação humana mediada socialmente e constitui o humano como ser individual e coletivo. É no trabalho que o ser humano objetiva sua subjetividade e converte tanto o objeto, como a si mesmo em objetos de conhecimento, em realidades humanas. Nesse sentido, o trabalho produz cultura, ou seja, cultura é trabalho (RESENDE, 2007).

É no trabalho que o ser humano se manifesta como ser genérico e expressa a sua universalidade, quando se relaciona com objetos e com os outros e tem consciência da essencialidade deles para a sua constituição, pois, ao atuar, confirma o seu ser e todos os outros, produz relações sociais (MARX, 2010). No trabalho, o ser humano suplanta a atividade dos animais e produz a sua existência para além do imediato, quando tem consciência de que é um ser social.

Se o humano só se constitui em reciprocidade com o outro, ele é gregário por natureza, pois a produção humana, independente da época, está posta em relação de interdependência com as relações sociais. Até o isolamento só se faz em sociedade. O ser humano não é um *a priori* antes da sociedade, isolado, atomístico, como uma mônada, pois essa condição é uma “robinsonada”, que oculta as relações sociais que os constituem (MARX, 1978b, p. 103). Ao nascer, o ser humano se insere no social, adquirindo hábitos e valores, e no processo de relações sociais, é capaz ou não de negá-los. Mas o processo de socialização não é uma abstração, pois se dá de forma concreta na história. É possível perceber como afirma Marx (1978b) que:

Quanto mais se recua na História, mais dependente aparece o indivíduo, e portanto, também o indivíduo produtor, e mais amplo é o conjunto a que pertence. De início, este aparece de um modo ainda muito natural, numa família e numa tribo, que é família ampliada; mais tarde, nas diversas formas de comunidade resultantes do antagonismo e da fusão das tribos (p. 104).

Quanto mais se recua na história, mais o ser humano se reconhece como social. Nesse sentido, o caçador e o pescador, como seres isolados e independentes de seus laços sociais, são “robinsonadas” (MARX, 1978b, p. 103). Mas é possível dizer que só o ser social é capaz de se isolar. A possibilidade subjetiva de não reconhecer o social em cada um é uma produção da sociedade, está inserida na objetividade (MARX, 1978b). Se as relações sociais são

históricas, novas formas de relações são criadas advindas de novas necessidades, também originadas nas relações sociais concretas.

A produção capitalista dificulta o reconhecimento do ser social, da vida genérica, do processo, do produto e do social, e tem como base o indivíduo. Isso acontece porque o trabalho é pautado na produção de mercadorias que ocultam as relações humanas concretas.

De acordo com Marx (2017), no capítulo “A mercadoria”, o processo de produção de mercadorias é determinado e dominado pelo dono dos meios de produção, que detém a força de trabalho do trabalhador e o produto produzido. Na produção da mercadoria, o valor de troca, estabelecido em uma relação quantitativa de troca de mercadorias diferentes, predomina sobre o valor de uso, que é a utilidade material, propriedade para satisfazer as necessidades (MARX, 2017). Nesse processo da troca, se ocultam os trabalhos concretos e a mercadoria ganha um trabalho abstrato. Tal abstração mascara a exploração das relações de produção.

Quanto mais o trabalhador produz mercadorias, tanto menos pode delas desfrutar e mais elas se apropriam de quem as produz. A produção não leva à realização do ser, mas à sua não efetivação. Nesse processo, a vida do trabalhador é ocultada e depositada na mercadoria, ou seja, ela, que é fruto do trabalho humano, passa a apresentar mais vida que a própria vida humana. Nesse sentido, se ocultam as relações sociais, sedimentando o fetiche da mercadoria, que foge ao controle tanto daqueles que a produziram, quanto dos que a consomem (MARX, 2017). As mercadorias têm vida diante da vida humana, havendo uma inversão, em que as relações sociais são relações entre coisas.

O processo de produção da mercadoria fetichiza a mercadoria e se alastra aos indivíduos. O indivíduo não se vê como social e nem enxerga o social e a cultura como sua produção. O fetichismo representa a vida real e falsa como a única possibilidade da vida humana. A sociedade capitalista oculta as relações sociais entre os humanos no sentido de atribuir-lhes a aparência das coisas como naturais, ou seja, a realidade não é mais constituída de relações sociais entre pessoas, as próprias coisas ganham vida e se relacionam entre si, conversam entre si. Dessa forma, o que resta aos humanos é tratar essa aparência, que inverte a realidade, como a realidade mesma, como algo natural (RESENDE, 2009).

A reificação² é o acirramento do fetiche e também está presente na totalidade da sociedade dominada pela mercadoria, se estendendo para a vida psíquica (GOLDMANN,

²Reificação ou coisificação, como conceito, foi desenvolvido por Georg Lukács, na obra “História e Consciência de Classe”, de 1923. Tal conceito assenta-se no desenvolvimento lógico e histórico do fenômeno da alienação e do fetichismo da mercadoria, e designa uma forma particular de alienação, característica do modo de produção capitalista. Dessa forma, implica a coisificação das relações sociais, de modo que a sua natureza é expressa através de relações entre objetos de troca.

1979). A reificação se relaciona com a negação da universalidade pelo fato de as objetivações historicamente sociais não serem mais reconhecimento. À medida que se nega a universalidade, nega-se também a singularidade e a particularidade, e predomina a pura individualização. A subjetividade, separada da universalidade e reduzida à individualidade, é redirecionada para um lugar que torna impossível sua realização, ou seja, fora da história e em si mesma. Desconectada da história, a subjetividade rejeita suas possibilidades de realização (RESENDE, 2009).

A subjetividade reificada se caracteriza por uma dinâmica na qual a objetividade anula os próprios seres humanos e constitui uma subjetividade esvaziada, cuja realidade aparece como um mundo exterior. O ser humano desconhece o mundo, a sua própria atividade, as condições pelas quais se produzem a sua própria existência e percebe o mundo não como um produto de seu próprio trabalho.

A aparência da objetividade converte-se em verdade e vive-se subjetivamente essa realidade aparente como verdadeira e racional. Nesse processo, a consciência torna-se passiva, o que possibilita a manipulação e o controle. O ser humano tem sua consciência convertida em uma forma ilusória, necessária ao processo de produção e reprodução da sociedade capitalista. O pensamento reificado é funcional aos ditames do capital, pois, ao impedir o reconhecimento da verdadeira universalidade humana, produz uma subjetividade baseada na causa e efeito (RESENDE, 2001).

A reificação se justifica pela ideia de um grande número de pessoas pensar de uma determinada forma, por isso, é considerada normal e natural. Tal negação é o que possibilita a integração dos seres humanos ao todo, não como individuação, mas como particular anulado do universal (RESENDE, 2001).

Percebemos o quanto é complexo o social como fundante do ser humano, um processo carregado de contradições e aparências que tem que ser entendido na história. Em seguida, discutimos como ocorre o processo de individualização na sociedade do capital.

1.2 O PROCESSO DE INDIVIDUALIZAÇÃO NA SOCIEDADE BURGUESA: O SOLITÁRIO NA MULTIDÃO

Relacionamos o título do tópico a um conto escrito por Edgar Allan Poe (1999), “O Homem da multidão”, por ser o homem moderno assim como um homem que anda pelas ruas, seguindo outro, sem bem saber por que e que não descobre absolutamente nada

extraordinário, a não ser que sobrevive. O homem que não se vê como universal é um homem que tem sua vida esquecida. Mas como essas relações são produzidas?

A sociedade burguesa não produz somente coisa materiais, mas relações sociais (MARX, 1978b) e o ser humano na forma de indivíduo. O surgimento do indivíduo como tal e de sua concepção e conceito ganham forças com o pensamento filosófico do século XVIII, sobretudo do Iluminismo, cuja crença era estender o pleno exercício da razão com teor revolucionário e de enfrentamento dos medos e mitos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Consolidados na particularidade histórica do surgimento da burguesia, o indivíduo e a sociedade, como realidades e como conceitos, carregam conflitos que, por meio de relações sociais, produzem uma determinada realidade social. As contradições entre indivíduo e sociedade têm origem essencialmente social e permanecem sociais. Dessa forma, seus desenvolvimentos e manifestações devem ser esclarecidos socialmente (ADORNO, 2015).

Apesar de toda reciprocidade constitutiva entre indivíduo e sociedade, no pensamento contemporâneo, ainda perdura a perspectiva que considera “[...] tanto o indivíduo como a sociedade como realidades distintas” (RESENDE, 2007, p. 30). Contudo, não existe dicotomia, anulação ou separação, mas sim contradições e tensões de uma relação constitutiva que não se resolve. É certo que, desde o seu aparecimento, o indivíduo, enquanto conceito e realidade, quis sempre designar algo concreto que detinha características de diferenciação.

No entanto, segundo Resende (2007), desde o seu aparecimento, até a sua consolidação “o que prevaleceu foi a sua caracterização individual e não a compreensão da relação desse indivíduo com outros indivíduos em condições históricas e sociais determinadas” (p. 30). Assim sendo, como ele é portador de determinações sociais, sua constituição só pode ser entendida socialmente (ADORNO, 2015).

Podemos afirmar que, no âmbito da totalidade, a sociabilidade humana se faz na sociedade, embora tenha outras formas de socialização mais micro. Essa “relação entre indivíduo e sociedade não é tranquila, nem linear; é composta por elementos de tensão, conflitos e antagonismos entre o que constitui a vida subjetiva e objetiva, individual e coletiva, que se inter-relacionam e se debatem” (RESENDE, 2007, p. 29). Por isso, é importante ser compreendida para além da aparência. Essa relação pode gerar um movimento constante de criação e recriação, tanto da vida individual, quanto da coletiva.

Sendo assim, os processos de socialização acontecem em interdependência em sociedade, em diversas instâncias sociais, nas relações entre as pessoas que, ao se relacionarem, se constituem, vivem e buscam o atendimento das necessidades materiais, sociais e espirituais. Nesse processo, microgrupos, como família, escola, trabalho, partido

político e mídias, estabelecem relações dinâmicas que se entrecruzam (HORKHEIMER; ADORNO, 1973). Mas podemos dizer que, com a ampliação da racionalidade capitalista, todas as instâncias sociais estão permeadas pela mesma racionalidade: a do trabalho capitalista.

A sociedade totalitária capitalista, que se estabelece por uma “coordenação técnico-econômica”, não necessariamente terrorista, atua por um sistema de produção e distribuição que impede a emergência das forças potenciais de oposição ao todo e administra a sociedade de acordo com seus interesses (MARCUSE, 1973, p. 24).

Na sociedade totalitária, a lógica da indústria é determinante e é perpetuada em todas as instâncias, pois o capital domina o Estado, os meios de comunicação, a educação e as instituições sociais, havendo a hegemonia do capital (MARCUSE, 1973). O totalitarismo não conhece limites, não dá tréguas, não permite pausa para fôlego. Seu objetivo é conquistar por meio da dominação e exterminar decisivamente o inimigo, o sujeito pensante, e, no âmbito de classe, a classe trabalhadora como revolucionária.

Consolidado na particularidade histórica burguesa como conceito e realidade, o indivíduo se estabelece em relação com a produção industrial, que exigiu que eles se aglomerassem em centros urbanos com relações sociais que se diferenciavam, pois era nítida a divisão entre proprietários e não-proprietários, entre os que possuíam os meios materiais disponíveis para a produção e os que apenas possuíam a própria força de trabalho.

De acordo com Marx (1978b), a época que produziu o indivíduo isolado é, simultaneamente, a mesma época em que as relações sociais se encontravam mais desenvolvidas. Assim, percebemos que quanto mais próximo da atualidade, mesmo que se tenha vencido obstáculos espaciais e desenvolvido recursos tecnológicos, mais o indivíduo isola-se em sociedade, mais são individualistas.

Nesse contexto, a sociedade é considerada simplesmente um meio para satisfazer as necessidades do indivíduo, que são determinadas pela produção capitalista, necessidades produzidas para serem realizadas em objetos consentidos.

A fase de socialização total da humanidade é, ao mesmo tempo, a fase em que o indivíduo pode isolar-se em sociedade. Mas não é o indivíduo que se individualiza por ele mesmo, que não se percebe como ser social, é a produção capitalista que oculta as relações sociais concretas, o trabalho do outro (RESENDE, 2001). Fragmentado da relação objetiva com a realidade social, o indivíduo não tem referência da totalidade.

Se o indivíduo não se reconhece enquanto parte constituída e constituinte da sociedade, é mais fácil ser adaptado e aderir às formas sociais predominantes da vida social.

Esse não reconhecimento do outro é funcional para a manutenção da sociedade capitalista. Se são as mercadorias que têm vida, então, a vida só se realiza por meios do consumo delas.

Dessa forma, “mesmo que os indivíduos não se constituam fora da sociedade, e que ela não exista sem indivíduos, como mediação de processos educacionais de indivíduos, a sociedade desenvolve cada vez mais a consciência, como se fosse uma mônada” (CHAVES; BITTAR; GEBRIM, 2015, p. 11).

Ora, se a forma do indivíduo se constitui na forma da sociedade, mediante trocas mercantis entre sujeitos econômicos, transvestidos de sujeitos de direito, que se vinculam para realizar tais trocas que asseguram a produção, circulação, consumo e lucro, podemos dizer que quanto mais o indivíduo é reforçado no sistema de trocas mercantis, mais cresce a força da sociedade capitalista (HORKHEIMER; ADORNO, 1973).

É necessário que o indivíduo se sinta “livre” e independente para se oferecer no mercado como força de trabalho e desenvolver a sociedade mercantil. Isso se deve porque, na sociedade do capital, a forma do indivíduo é a forma de uma sociedade que sobrevive baseada “na mediação do mercado livre” (HORKHEIMER; ADORNO, 1973, p. 53). Mas só é possível pensar um indivíduo autônomo e livre em uma sociedade justa e humana, cuja sociedade burguesa se distancia cada vez mais.

De acordo com Adorno (1996), no texto “Teoria da semicultura”, a cultura, como processo de apreensão subjetiva de relações objetivas no desenvolvimento histórico da sociedade capitalista, foi cristalizada e reduzida a instrumento de dominação e acomodação. Quando a cultura se realiza como acomodação à vida real ou algo ideal, realça a integração. Sob a lógica do capital, a cultura é subsumida pela civilização, oculta à produção humana, passando a ser reduzida ao que existe e produzida nos parâmetros da indústria (HORKHEIMER; ADORNO, 1973). Convertida em um valor, em mercadoria, em um bem, a cultura perde sua razão de ser, torna-se fetiche e é reificada (ADORNO, 1994). Tomada por essa lógica, a cultura se transforma em algo funcionalmente útil ao mecanismo de controle e manutenção da racionalidade tecnológica. Essa racionalidade tecnológica se caracteriza como uma “forma de organizar e perpetuar (ou modificar) as relações sociais, uma manifestação do pensamento e os padrões de comportamento dominantes, um instrumento de controle e dominação” (MARCUSE, 1999, p. 73).

Nesse contexto, os indivíduos integram a tecnologia “[...] não apenas como indivíduos que inventam ou mantêm a maquinaria, mas também como grupos sociais que direcionam sua aplicação e utilização” (MARCUSE, 1999, p. 73). A racionalidade tecnológica se distingue das anteriores pela submissão ao que exige. A subjetividade dos indivíduos é constantemente

moldada para contribuir com o funcionamento do aparato, e as relações humanas passaram a ser mediadas pelo processo da máquina (MARCUSE, 1999).

Essa racionalidade dificulta a experiência. O indivíduo centra no presente e perde a referência com o passado. O tempo presente prescinde da memória, das diferentes formas de comunicabilidade, e remete ao indivíduo solitário (BENJAMIN, 1994).

A vontade de aparar o choque cresce na mesma proporção que o consciente se protege contra os estímulos externos. Quanto mais resistentes ao choque, menores serão as possibilidades de os indivíduos serem tomados pelo susto. Assim, vivem uma sequência de acontecimentos que constituem uma vivência de imediatez do momento, e não uma experiência que articula passado, presente e futuro. A experiência agrega uma memória involuntária, e não acontecimentos que são guardados na consciência, como um acúmulo de informações (BENJAMIN, 1994).

A experiência tem um caráter histórico que se integra à vida de uma pessoa com o passar do tempo e com a acumulação de outros aprendizados, sendo capaz de deixar marcas por onde passou. A vivência já é efêmera. Nesse caso, não tem a capacidade de perdurar ao longo da vida de alguém (BENJAMIN, 1994).

Se não há experiência, a narração fica empobrecida, dificulta-se o entendimento, a transmissão do passado e a renovação do passado no presente (BENJAMIN, 1994). Narrar histórias também constitui a experiência.

Sabemos, então, que o processo de individualização na sociedade capitalista possui uma racionalidade tecnológica que determina e assola a consciência dos indivíduos. Debateremos no próximo capítulo quais elementos estão presentes nesse processo de anulação e controle.

CAPÍTULO 2 – O ABRAÇO DO GIGANTE: RELAÇÕES NO INTERIOR DA RACIONALIDADE TECNOLÓGICA

A Indústria Cultural, em sua produção, carrega uma racionalidade tecnológica concreta em seus produtos culturais que determina formas de consumir e um determinado consumidor. As redes sociais digitais se inserem na Indústria Cultural e se estabelecem como lugar de socialização, de processos educacionais (CALAZANS; LIMA, 2013), imprimindo maneiras de pensar, ser e viver.

As redes sociais aparecem como democráticas e ampliadoras da comunicação. Todavia, é possível inseri-las no interior da racionalidade tecnológica da produção para a massa. Neste capítulo, discutimos a relação entre Indústria Cultural, internet, redes sociais digitais e os processos que permeiam essa relação. Nesse caminho de entendimento, buscamos, também, revelar a origem e os desdobramentos dos produtos culturais – mercadorias – e a relação com a racionalidade da indústria, mesmo que estejam no âmbito do tempo livre, do ócio e do entretenimento.

2.1 INDÚSTRIA CULTURAL: GÊNESE E DESENVOLVIMENTO

Em nosso caminho para entender o que está presente, mas que é ocultado na sociedade do capital, vimos a cultura apartada do indivíduo e produzida em escala industrial. Vamos debater como a Indústria Cultural se constitui e como age seus tentáculos.

Com a demanda da existência de trabalhadores em indústrias nas grandes cidades, há também a necessidade de a produção capitalista oferecer para os assalariados um entretenimento. Uma necessidade de entreter os trabalhadores com o objetivo de lhes deixar em melhores condições para enfrentar a árdua jornada de trabalho no dia seguinte. Porém, trata-se de uma produção não vinculada aos meios tradicionais populares, tais como quermesses e feiras, mas algo que se exerça como distração e passatempo das massas trabalhadoras nas cidades em pleno processo de industrialização (DUARTE, 2010).

Essa realidade se efetivou a partir dos avanços tecnológicos resultados do trabalho, ocorridos no final da década de 1880 e início de 1890, que possibilitaram o surgimento do cinema, das gravações sonoras e das transmissões de rádio, resultando na ascensão de Hollywood como principal produtor de filmes em bases industriais, que produz cultura nos moldes capitalistas (DUARTE, 2010). Nesse contexto, a cultura é produzida no ritmo industrial, baseada na racionalidade do trabalho.

O declínio da religião como princípio que regia o pensamento, elemento anterior predominante que estruturava a sociedade, não conduziu a um caos cultural, como receavam alguns teóricos, pois, no lugar do caos, ocorreu o surgimento de um sistema ideológico de cooptação e sedução que envolvia cinema, rádio, revistas ilustradas e internet, que reproduz a lógica dominante em que “até mesmo as manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo do aço” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 99).

Adorno e Horkheimer (1985) inicialmente nominam a cultura que segue a égide do capital, produzida em larga escala para a massa de forma empobrecida e padronizada, de cultura de massa, mas logo modificam esse nome para Indústria Cultural, para não parecer que estavam criticando a cultura produzida espontaneamente pelas massas, que remetia à tradição.

Ao elaborarem o conceito de Indústria Cultural, Adorno e Horkheimer (1985) encontravam-se em exílio nos Estados Unidos, em meados de 1940. Dessa forma, criticam as mercadorias culturais do padrão estadunidense³, que levam ao conformismo, produzindo, também, consumidores e formas de relações sociais.

Como a sociedade capitalista passa por reestruturações, a forma que o capital se apropria da cultura também estabelece suas particularidades. A vigência da crítica à Indústria Cultural na “mundialização do capitalismo internacional” é atual, pois o capitalismo flexível traz a produção para nichos específicos que consolidam ainda mais o padrão da cultura estadunidense, havendo uma expansão dos meios de comunicação digitais como monopólio (DUARTE, 2008).

Isso permite que as corporações adquiram não somente os antigos estúdios de Hollywood, que, ao longo do século XX, se estabeleceram e consolidaram como mega produtores do cinema, mas também companhias telefônicas e de televisão. O processo de incorporação de empresas faz com que diferentes segmentos pertençam à mesma corporação, facilitando a diversidade de produtos em uma difusão sem limites, que segue uma lógica padronizada.

Dentro dessa lógica, qualquer produto que cause estranhamento é eliminado. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo em que a Indústria Cultural já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado, porque é um risco (ADORNO;

³ Os autores não só criticam a cultura, mas também percebem resistência na produção cinema, na literatura, na televisão e na música. Em meados de 1960, após retornar à Europa, Adorno entra em contato com o cineasta Alexander Kluge e ressalta possibilidades de resistência nos filmes, e, portanto, no cinema (LOUREIRO, 2010). Chaplin, Alexander Kluge e o Novo Cinema Alemão, que criticam o cinema industrial norte-americano por meio do manifesto de Oberhausen, são algumas dessas manifestações.

HORKHEIMER, 1985). Nessa produção, o que diferencia um produto cultural de outro se limita apenas a detalhes. A ênfase no detalhe mascara a pobreza do conteúdo e promove a ideia de que algo novo está sendo oferecido, porém, é mais do mesmo, pois possui a mesma racionalidade.

Acompanhando essa expansão, há a introdução e a consolidação dos meios digitais em detrimento dos analógicos. A digitalização dos meios de comunicação torna os custos de transmissão mais baixos e “ampliada possibilidade de oferta direta via satélite de programas pelos próprios produtores” (DUARTE, 2008, p. 100). Essa expansão cria a possibilidade de os consumidores inserirem produtos culturais digitais dentro de uma determinada racionalidade no interior das plataformas.

A Indústria Cultural continua estendendo seus tentáculos ao tempo livre, ao entretenimento e ao ócio, ampliando a racionalidade da produção capitalista. Diferentemente do sentido inicial de ócio, que expressava algo mais contemplativo, voltado para a formação, o tempo livre encontra-se totalmente atrelado às determinações do tempo de trabalho, refletindo uma falsa condição de liberdade. Nesse sentido, “o tempo livre é acorrentado ao seu oposto” (ADORNO, 1995, p.70), mesmo que as pessoas não tenham consciência.

Muitas vezes, o que se faz no tempo livre deixa o trabalhador em melhores condições para voltar ao trabalho (ADORNO, 1995), expressando uma funcionalidade requerida e/ou nem saem da racionalidade do trabalho, como vai ser desenvolvido. A Indústria Cultural produz necessidades simultâneas e efêmeras por meio de seus produtos, justificando que os produtos foram feitos para cada um, mas, na verdade, essa produção faz parte da produção flexível do capitalismo da terceira revolução industrial. O que se percebe é que a massa é seu objeto, e não o contrário, pois “as massas não são a medida mais a ideologia da indústria cultural” (ADORNO, 1971, p. 288).

Essa produção altamente difundida é capaz de realizar a reificação em massa. A racionalidade do capital é totalizadora, tanto na objetividade, como na subjetividade. “A cultura converteu-se totalmente em mercadoria, difundida como uma informação, sem penetrar nos indivíduos dela informados” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.162).

Como os produtos são produzidos como mercadoria, dificultam a formação humana, a capacidade de reflexão e crítica, a análise das mediações da realidade e, conseqüentemente, da experiência formativa, base da autonomia (MAAR, 1995). O entendimento é dificultado, pois, na produção, realizam a “expropriação do esquematismo kantiano”, que não exige do indivíduo a formulação de esquemas fundamentais para se chegar ao conhecimento. O esquematismo kantiano,

[...] imprime na coisa como qualidade objetiva a inteligibilidade que o juízo subjetivo nela encontra, antes mesmo que ela penetre no ego. Sem esse esquematismo, em suma, sem a intelectualidade da percepção, nenhuma impressão se ajustaria ao conceito, nenhuma categoria ao exemplar, e muito menos o pensamento teria qualquer unidade, para não falar da unidade do sistema, para a qual porém tudo está dirigido (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.72).

Trata-se de um recurso psíquico importante para a percepção e, posteriormente, para a formação de conceitos (DUARTE, 2008). A Indústria Cultural dirige a percepção, fornece as chaves de interpretação e expropria a capacidade que estava originalmente no sujeito. Ela antecipa os esquemas, dificultando o esclarecimento (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Os produtos culturais:

São feitos de tal forma que sua apreensão adequada exige, é verdade, presteza, dom de observação, conhecimentos específicos, mas também de tal sorte que proíbem a atividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente de seus olhos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 104-105).

Dessa forma, o que se instiga é a preguiça intelectual, visto que o próprio produto prescreve toda reação. “Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. Os desenvolvimentos devem resultar tanto quanto possível da situação imediatamente anterior, e não a Ideia do todo” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.113). Usurpados de formar esquemas de percepção, dificulta-se a capacidade de conhecimento, que é fundamental para o professor universitário. Se é empobrecida a capacidade de contato com o objeto, não se realiza a diferenciação entre eles e se abre espaço para a propagação de estereótipos e, conseqüentemente, preconceitos e difusão de clichês para todas as situações “e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.103). Nessa caminhada, imprimem uma única forma de leitura do mundo, que é superficial, aparente e providencial no ocultamento da realidade desigual.

Um indivíduo incapaz de articular temporalidades torna-se submisso ao tempo presente e incapaz diante de tantas informações e estímulos, e de ter experiências (MAAR, 2014). Nesse contexto, a Indústria Cultural oferece experiências substitutivas.

Se nas formas tradicionais a ideologia estava predominantemente vinculada às ideias que interpretavam a realidade, na Indústria Cultural, ela ganhou também forma da própria realidade. A aparência da realidade é propagada tal como é, ocultando as determinações, dando um aspecto de naturalização. O hiper-realismo, inclusive em três dimensões, repete em cores vivas, de forma instantânea, a realidade, passando a ideia de que ali está a prova do

existente. A lógica é de integração de todos a partir de cima, ou seja, todos são consumidores, ocultando a desigualdade de classes sociais.

Outro componente que está dentro da lógica da Indústria Cultural é a manipulação retroativa das necessidades. Essa manipulação dá a certeza do consumo do que é produzido. A Indústria Cultural atende às demandas das massas que são previamente determinadas pelas condições objetivas da indústria na produção, sondadas por pesquisas e, depois de produzidas, consumidas. Desse modo, as necessidades e sua possibilidade ficam restritas aos produtos produzidos aceitáveis (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

A produção dos produtos culturais tem o primado da forma, independente do conteúdo. O que diferencia um produto cultural de outro se limita apenas a detalhes. A ênfase no detalhe promove a ideia de que algo novo está sendo oferecido, no entanto, possui a mesma racionalidade, mascarando a pobreza de conteúdo e eliminando a tensão entre todo e parte. O todo e a parte acabam exibindo os mesmos traços, “[...] os extremos que se tocam passaram a uma turva identidade, o universal pode substituir o particular e vice-versa” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.107).

Muitas vezes, as diferenças são realizadas para a subsunção às categorias A ou B, as quais já estão previamente estabelecidas, pois “para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são atenuadas e difundidas” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 101). Nesse sentido, cada produto cultural da indústria da cultura apresenta-se como único, individual. Tal individualidade é combustível para o fortalecimento da ideologia.

A ideologia esconde a diferença de classes, pois “a felicidade não deve chegara todos, mas para quem tira a sorte, ou melhor, para quem é designado por uma potência superior” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.120). Ao planejar o acaso, a Indústria Cultural faz com que o mesmo coincida com um destino profetizado. Em uma sociedade totalmente administrada, é preciso fazer crer que a rede de monopólios ainda mantém espaço para o acaso. O acaso é planejado e torna todos os indivíduos semelhantes e reféns do mesmo destino controlado pelos monopólios (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Esse processo é permeado pela ilusão da contingência. A todo momento, são solicitados novos talentos, novas formas de realizar algum tipo de trabalho e toda a enorme rede de loterias, sorteios e premiações garantem a possibilidade de qualquer um tirar a sorte grande. Já que o número de premiados é insignificante em relação aos que permanecem sem ganhar nada, a própria possibilidade de qualquer um ser o “premiado” já é tomada pelos indivíduos como prêmio, como uma realização fantasmagórica do desejo (DUARTE, 2003).

A ideologia da Indústria Cultural apresenta-se como uma mentira manifesta, e os indivíduos adaptam-se a ela, ao mesmo tempo em que enxergam através dela.

Hoje, o homem adapta-se às condições dadas em nome do realismo. Os indivíduos sentem-se, desde o começo, peças de um jogo e ficam tranquilos. Mas, como a ideologia já não garante coisa alguma, salvo que as coisas são o que são, até a sua inverdade específica se reduz ao pobre axioma de que não poderiam ser diferentes do que são. Os homens adaptam-se a essa mentira, mas, ao mesmo tempo, enxergam através do seu manto. [...] a ideologia e a realidade correm uma para a outra; porque a realidade dada, a falta de outra ideologia mais convincente, converte-se em ideologia de si mesma, bastaria ao espírito um pequeno esforço para se livrar do manto dessa aparência onipotente, quase sem sacrifício algum. Mas esse esforço parece ser o mais custoso de todos (HORKHEIMER; ADORNO, 1973, p. 203).

A “mentira manifesta” leva os indivíduos a acreditarem em algo que sabem que não deveriam. Segundo Adorno (2015), a compreensão do medo que surge diante da possibilidade de diferenciação em um mundo indiferenciado, de ser destruído, ou de não pertencer à unidade social, explica muito do conformismo.

Nessa lógica, o indivíduo consumidor não é soberano como a Indústria Cultural postula, ele é seu objeto (ADORNO, 1971). Por isso, é importante ter cautela na defesa do “democrático” com relação à Indústria Cultural. Sabemos que os dispositivos tecnológicos dão possibilidade de comunicação em massa, de acesso e de mais interatividade, mas o que é oferecido está submetido ao controle da produção (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

A Indústria Cultural deixa oculta a repressão da sociedade. A repressão ocorre no princípio da realidade e é fundamental para a constituição subjetiva. No entanto, a sociedade industrial converte o princípio da realidade em princípio do desempenho e oferece objetos que se destinam à satisfação permitida. Dessa forma, a sociedade totalitária realiza uma repressão exagerada, uma “mais repressão”.

Para Marcuse⁴(1975, p. 86), “a cultura exige sublimação contínua”. Sublimar é dessexualizar, é o desejo sexual desviado para outro objeto possível, pelo princípio da realidade. Nesse contexto, a indústria da cultura promove a dessublimação repressiva ao ocultar o que foi reprimido inicialmente com promessas de satisfação em objetos não reprimidos, que ocultam a repressão anterior já exercida pela sociedade capitalista, objetos

⁴Marcuse é inserido por trazer uma contribuição específica, que é desenvolvida na discussão. É importante destacar que Marcuse apresenta diferenças em relação a Adorno, no entanto, o foco não são as diferenças, mas a contribuição que ajuda, auxilia e aprofunda o debate da Indústria Cultural enquanto dessublimação repressiva, no sentido de trazer a adaptação e o conformismo. Claro que todos necessitam adaptar-se, entretanto, a adaptação a que Marcuse e Adorno se referem é uma adaptação ao modo de produção da sociedade capitalista, que ofusca as contradições da realidade.

que são produzidos pela indústria, que utilizam a própria gratificação como forma de legitimação.

A Indústria Cultural produz imagens que não se reconciliam com o princípio da realidade, pois não discutem as contradições, as mediações, os limites e a relação com a totalidade. Essas imagens naturalizam a violência e a desigualdade, e se tornam, até mesmo, edificantes, funcionais e “[...] sua liberação para os negócios e a distração é, sob certo aspecto, dessublimação” (MARCUSE, 1973, p. 82).

A dessublimação é praticada vigorosamente pela indústria, que se capacitou a “conceder mais do que antes”, e em objetos permitidos, buscando o contentamento, pois “[...] os impulsos e objetivos sublimados contêm mais desvio, mais liberdade e mais recusa em observar os tabus sociais” (MARCUSE, 1973, p. 82).

Oferecendo produtos culturais que façam rir, mas que dificultem a reconciliação do indivíduo com os seus pares, com a limitação da humanidade, se incentiva a gargalhada. A gargalhada não reconhece a humanidade, mas a ridiculariza. Nesse contexto, o riso torna-se um meio de disfarçar a realidade cruel.

A manutenção de uma atmosfera de companheirismo e camaradagem, tanto no trabalho, quanto fora dele, tenta apaziguar as contradições. Nesse contexto, os conflitos e as contradições são resolvidos a partir de uma postura conciliatória. Mas a insistência na caridade, na bondade e na filantropia só faz revelar todo o sofrimento que é causado (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Nesse contexto, o trágico, que para Adorno e Horkheimer (1985) é tido como uma possibilidade de o indivíduo se defrontar com as forças da realidade, inscritas desde os primórdios na história desigual dos homens, é camuflado pela noção de companheirismo dos serviços de assistência social e filantropia. Assim, ele acaba se convertendo em dádiva. A realidade cruel, que a ideologia tem por fim reduplicar, é vista como distinta e etérea à medida que é cada vez mais impregnada com o martírio necessário. O trágico assume o aspecto de destino (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

A liquidação do trágico vem acompanhada pela banalização do sofrimento, ocultação das determinações, resolução, pelo personalismo e atitudes voluntárias (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). O desamparado é acolhido pela autoridade, que a força a engolir impiedosamente sua obstinação. Deposita-se na grande massa uma ideia de que os problemas de ordem social devem ser resolvidos no âmbito individual, sem relação com a sociedade.

A ideia de heroificação do indivíduo mediano expõe a pobreza da formação. Para Marcuse (1973), os heróis representam “não mais imagens de outro estilo de vida, mas

aberrações ou tipos da mesma vida, servindo mais como afirmação do que como negação da ordem estabelecida” (p.71). O indivíduo aparece, ao mesmo tempo, como representante de batalhas pela verdade e como homem comum, cheio de estereótipos e alheio à crueldade da vida.

É essa cultura produzida nos moldes industriais que realiza a semiformação⁵. Para Adorno (1996), a semiformação expressa uma crise na formação que indica, também, crise na cultura, que se transforma em mercadoria. Dissociada das coisas humanas, a cultura reveste-se de um valor, torna-se absoluta e converte-se em semiformação. Pode-se dizer que, dessa forma, a cultura é conformação à vida real (ADORNO, 1996, p. 390).

Conformado às condições inexoráveis de vida, o indivíduo busca conservar a si mesmo sem si mesmo, pois quanto menos as relações sociais cumprem a promessa de o sujeito formar-se, mais as condições de pensar em uma verdadeira formação são obstaculizadas. Assim como a sociedade capitalista, a semiformação é totalitária, pois se realiza em várias instâncias de relações sociais. Nesse sentido, não se quer dizer que falte cultura, mas que se perde nela toda humanidade (DUARTE, 2003).

A semiformação, portanto, mais que a simples ingenuidade, é o corolário de uma exploração consciente do estado de ignorância, de vacuidade do espírito – reduzido a mero meio -, surgida com a perda de tradição pelo desencantamento do mundo, e é totalmente incompatível com a cultura no sentido estrito (DUARTE, 2003, p. 445).

A semiformação, ao dominar o processo de socialização, reitera a consciência alienada, pois converte as qualidades humanas em lubrificante para as engrenagens do maquinário da sociedade, adapta as massas aos estereótipos e oblitera o diálogo, pois os indivíduos se encontram cada vez mais individualizados, o que dá vazio a um pensamento maniqueísta ou dualista, que se limita a dividir todas as coisas em apenas dois opostos: “o bem e o mal”, “o certo e o errado”, “a causa e o efeito”, “isso ou aquilo” e etc., dicotomizando e banalizando as contradições (ADORNO, 1996).

A Indústria Cultural dá base para a semiformação, pois é o subjetivo do social como cópia, como objetivação coisificada, ou seja, é a forma social subjetiva determinada nos termos do capital que padroniza os produtos culturais e reproduz estereótipos e clichês (FREITAS, 2005). A semiformação que a Indústria Cultural realiza não consiste

⁵ A palavra *Halbbildung*, do alemão, é traduzida ora como semiformação, ora como pseudoformação. *Halb*, na tradução literal, é meio, metade, e *Bildung* significa cultura, formação cultural, formação da personalidade ou educação num sentido amplo. Adotamos a palavra semiformação, mas esclarecendo que esse termo não se refere à meia formação, mas a uma formação inteira.

simplesmente no oferecimento de produtos culturais, mas na produção de indivíduos que aderem ao processo de reprodução da sociedade capitalista (CHAVES, 2015).

Os indivíduos defendem a semiformação e se valem dela como meio de socialização. Conversas sobre filmes, programas de TV ou sobre o que se postou nas redes são usadas para vencer o silêncio das relações sociais ou para se inserir em grupos. A identificação do semiformado com as mercadorias culturais chega a fazer, inclusive, com que ele se irrite e se torne agressivo diante de qualquer esboço de crítica (DUARTE, 2008).

Percebemos, então, que a Indústria Cultural atua anulando cada vez mais as possibilidades humanas de se libertar de seu abraço gigantesco. Na sociedade em que a tecnologia digital ocupa todos os espaços da vida humana, vamos tentar entender melhor a particularidade das redes sociais digitais no próximo tópico.

2.2 AS REDES SOCIAIS DIGITAIS: “EM QUE ESTÃO PENSANDO”?⁶

Sabendo que a constituição do ser humano se dá pelas relações sociais que dependem das condições históricas concretas, que a forma indivíduo determinada pela produção capitalista não reconhece a importância do outro em si e que a produção hegemônica da cultura, instância que poderia se contrapor a isso, oferece mais elementos de ampliação da semiformação em escala industrial, vamos debater, neste tópico, a particularidade das redes sociais digitais, campo em que as relações sociais desta pesquisa são analisadas.

A internet possibilitou a transformação não somente dos meios de comunicação com a tecnologia digital, mas dos processos de socialização dos indivíduos. Considera-se que a tecnologia digital é, atualmente, para o capitalismo flexível, o que a eletricidade foi para o capitalismo industrial, pois potencializa a distribuição de informação (DUARTE, 2008).

De acordo com Duarte (2008), a internet tem origem com a Arpanet, que é uma rede de computadores formada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos (Pentágono), em meados dos anos 60, no auge da Guerra Fria. Ela foi criada para fins militares e estratégicos no sentido de articular recursos de pesquisa do mundo universitário para alcançar superioridade tecnológica militar sobre a União Soviética, que havia lançado o primeiro satélite artificial da Terra em 1957. A princípio, era uma rede composta por poucos computadores.

⁶A expressão faz referência à frase presente nas *timelines* da rede social digital Facebook.

A montagem da Arpanet se justificou como uma possibilidade de permitir que vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência pudessem compartilhar *online* as informações, ou seja, imediatamente. Estabelecida como uma rede de computadores, a Arpanet buscou expandir suas conexões com outras redes de computadores, começando pelas redes de comunicação de rádio e televisão da própria agência de defesa administrativa. Dessa forma, instalou-se uma “rede de redes” (CASTELLS, 2003). Atualmente, é nítida essa fusão de grandes corporações que se convertem em um extenso monopólio que, nesse caso, envolve a comunicação.

Em meados de 1980, o Departamento de Defesa, com receio de possíveis ameaças de segurança, criou a *MILNET*, rede exclusiva para uso militar específico, o que permitiu que a Arpanet fosse destinada à pesquisa e desenvolvimento científico. Foi assim que as universidades e organizações de pesquisa conectaram suas redes. Inicialmente, o uso era restrito aos EUA, mas se expandiu para outros países, como Holanda, Dinamarca e Suécia. Desde então, começou a ser utilizado o nome “internet”. As pesquisas em desenvolvimento eram financiadas exclusivamente pelo governo. Sendo assim, o tráfego nas redes tinha de obedecer a certas políticas de uso aceitáveis. Isso significava que as organizações podiam utilizar a internet para a promoção de pesquisa e educação, mas não para a promoção de comércio, pois eram proibidos anúncios ou promoção de produtos comerciais (CASTELLS, 2003).

A Arpanet se expandiu tanto que, no início dos anos 1990, sua tecnologia já era considerada obsoleta, sendo retirada de operação. Liberada do ambiente militar, a internet passou a ser administrada pela rede de computadores da Fundação Nacional de Ciência dos EUA, a FNC. Entretanto, a FNC não se manteve no controle da internet por muito tempo, pois, nessa época, diversos provedores de serviços da internet montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais. A introdução da tecnologia de redes de computadores no domínio público e o desequilíbrio das telecomunicações fizeram com que a FNC agilizasse a privatização da internet (CASTELLS, 2003).

A partir de então, a internet cresceu rapidamente, como uma rede global de redes de computadores. Esse fenômeno ocorreu devido ao desenvolvimento da *World Wide Web* - WWW, a rede mundial, a Web. Trata-se de um *software* de compartilhamento de informação que permite obter e acrescentar informação de/para qualquer computador conectado através da internet. Esse *software* foi desenvolvido por um programador inglês, Tim Berners-Lee, que trabalhava no Laboratório Europeu para a Física de Partículas - CERN, com sede em Genebra

(CASTELLS, 2003). Pode-se dizer, então, que esse fato sela a união da internet à Indústria Cultural, pois, a partir do momento em que as redes passaram a se articular e desenvolver sua tecnologia sob bases comerciais, tudo passa a ser controlado pelo capital.

Em meados de 1995, já eram muitos aqueles que possuíam um computador com capacidade de conectar-se à rede, o que deu base para a difusão da interconexão de redes de computadores (CASTELLS, 2003). A internet passa a compor uma rede de computadores dispersos por todo o planeta, que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum, unindo usuários particulares, entidades de pesquisa, órgãos culturais, institutos militares, bibliotecas e empresas. Assim, as redes de computadores que se organizavam a partir de uma estrutura midiática hierárquica com a produção centralizada emitida para as massas, por meio de uma estrutura de comunicação unidirecional e em níveis, ou seja, verticalizada na sua produção, abrem espaço para a participação pública na divulgação e compartilhamento de informações, dando possibilidade de acesso a todos. Isso possibilitou o surgimento das redes sociais digitais.

Com o surgimento das redes sociais digitais, a internet deixa de ser espaço exclusivo para comunicação e troca de informações científicas, ligadas às universidades e instituições de pesquisa, e se converte também em mais um elemento da lógica do capital no entretenimento. Foi o surgimento da Web 2.0⁷, segunda geração de serviços e aplicativos da rede de computadores com recursos, tecnologias e conceitos, que permitiu um maior grau de interatividade e colaboração na utilização da internet, tornando possível as redes sociais digitais (O'REILLY, 2005).

Eram muitas as novidades relacionadas ao mundo virtualizado. Os internautas criavam suas primeiras contas de e-mails e as empresas desbravavam a internet com as primeiras versões de suas páginas nas redes. Porém, essa realidade durou até o estouro da bolha das empresas de tecnologia digital, as empresas pontocom ou empresas tecnológicas, em meados dos anos 2000. As empresas pontocom vinham recebendo cada vez mais investimento, com promessas de crescimento ilimitado, o que provocou um superaquecimento do mercado financeiro. O entusiasmo no setor tecnológico fez com que empresas fossem criadas sem planejamento, objetivando somente receber investimento. A bolha estourou devido à

⁷O conceito de Web 2.0 foi estabelecido somente em 2004 pela empresa americana durante uma “conferência de ideias” entre a O'Reilly Media e a Media Live International, ambas empresas produtoras de eventos, conferências e conteúdos relacionados principalmente às tecnologias da informação. Os objetivos principais desse evento eram analisar as recentes características da rede, reconhecer tendências e prever as possíveis inovações que iriam prevalecer no mundo virtual nos próximos anos. A partir de então, a expressão se tornou popular, nomeou uma série de conferências sobre o tema e chamou a atenção de jornalistas, programadores, empresas de *softwares*, usuários, entre outros, no mundo inteiro (O'REILLY, 2005).

valorização das ações de companhias tecnológicas, que cresciam sem justificativa, o que provocou pânico nos investidores e desencadeou um grande volume de vendas e a falência de muitas empresas do setor (O'REILLY, 2005).

Para O'Reilly (2005), é o estouro da bolha das empresas tecnológicas que marca a virada de Web para Web 2.0 e o surgimento das redes sociais digitais. Esse estouro provocou o desaparecimento de muitas empresas dessa primeira geração de negócios no mundo virtual, mas a forma de colmeias das relações interempresariais torna quase imperceptível esse desaparecimento. As companhias que sobreviveram a esse momento pertenciam a grandes corporações.

O colapso econômico, fruto da alta acelerada das ações de companhias da tecnologia digital, desencadeou um processo de fusão de muitas empresas virtuais, que se tornaram monopólios de serviços *online* e *softwares*, como a Amazon e a Google. Para maior lucro, houve a criação de novos serviços e aplicativos da rede que objetivavam maior interatividade, participação e relações horizontalizadas mais soltas, sem tanto destaque para a hierarquia na internet (VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015). Usuários comuns, que não possuíam conhecimento formal ou técnico, comprando a internet, poderiam publicar conteúdo, participar e organizar as informações, assim como comentar e avaliar, possibilitando o trânsito do usuário *online*, que passa de mero espectador para criador de informação. Nesse caminho, as redes sociais digitais permitiram uma rápida produção e distribuição de conteúdo (CALAZANS; LIMA, 2013).

Com isso, as grandes corporações da tecnologia digital investiram em inovações tecnológicas, estabelecendo novas formas de relações sociais, em que a forma indivíduo é protagonizada. Assim, fizeram da internet e, conseqüentemente, das redes sociais digitais, a espinha dorsal da vida humana (CASTELLS, 2003).

Mas o que são as redes sociais? De acordo com Filho, Nascimento e Sá (2012), as redes sociais digitais são sites⁸, plataformas digitais⁹ e aplicativos de mensagens instantâneas¹⁰ na internet que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas, nas quais o consumidor é, ao mesmo tempo, produtor e consumidor da informação. São sistemas que possibilitam criar uma página

⁸É um endereço eletrônico, ou sítio, ou "saite"; é um conjunto de páginas web, isto é, de hipertextos acessíveis, geralmente pelo protocolo HTTP ou pelo HTTPS na internet. O conjunto de todos os sítios públicos existentes compõe a World Wide Web, a rede mundial.

⁹As plataformas digitais são um modelo de negócio que permite conexão entre produtores e consumidores para que eles se conectem a esse ambiente e interajam entre si, buscando criar algum valor de troca.

¹⁰São *softwares* desenvolvidos para serem instalados em um dispositivo eletrônico móvel, como um telefone celular, smartphone, tablet, notebook.

pessoal, onde é possível visualizar, postar, compartilhar, armazenar e salvar informações, conteúdos e notícias, e interagir por meio de comentários, reações e curtidas, havendo exposição pública.

A exposição pública ocorre por dados particulares, fotos e vídeos, que são postados pelos próprios usuários. Os dados inseridos nas redes sociais tornam-se públicos e, além disso, são registrados pelas grandes corporações que, apoiadas nos algoritmos, conseguem ter acesso a todas as páginas que o usuário visita e, a partir disso, reproduzir propagandas nas páginas visitadas nas redes sociais digitais do próprio usuário. É como se a rede “ouvisse” ou “enxergasse” a todo o momento tudo o que seus usuários estão fazendo. Pode-se dizer, nesse contexto, que os indivíduos têm sua privacidade hackeada (SILVEIRA, 2018).

O ato de especular a vida de estranhos, quase sempre em busca de interesses em comum, acompanhar fotos, comentários e curtidas de desconhecidos, é típico da atualidade, em que se identifica um culto a personalidades famosas ou anônimas. Isso se acirra com as redes sociais digitais, que permitem a ampla divulgação de opiniões e informações com pouquíssimos crivos a qualquer indivíduo (FILHO; NASCIMENTO; SÁ, 2012).

O primeiro site que recebeu o título de “rede social digital” foi lançado ao público no ano de 2002, o Friendster, que era um site de redes sociais digitais focado na construção e manutenção de amizades no ambiente virtual, em que usuários podiam criar um perfil pessoal e estabelecer vínculos com outras pessoas, conhecidas ou não. Esse site chegou à marca de três milhões de usuários em apenas três meses. Sobreviveu especialmente na Ásia. Em 2009, foi vendido por 26 milhões de dólares para um conglomerado daquela região e, dois anos depois, mudou totalmente pra virar um site de jogos, já sem o conteúdo de rede social. Esse veterano foi descontinuado definitivamente em junho de 2015 (CALAZANS; LIMA, 2013).

No ano seguinte, 2003, foi lançado o MySpace, similar ao Friendster, se diferenciando apenas por ser menos rígido quanto a quem podia aderir. Não havia necessidade de receber um convite de um usuário ativo, além de ser possível usar o nome verdadeiro ou não. O MySpace permite interação entre os usuários por meio da construção de perfis, blogs e grupos, e da publicação de fotos, músicas e vídeos, enviados por usuários (CALAZANS; LIMA, 2013). Essa rede social digital possui um sistema próprio de e-mail, fóruns e grupos, e já foi considerada a mais popular mundialmente, perdendo lugar apenas para o Facebook.

Em meados de 2005, a *News Corporation* (dona da FOX, DirecTV, etc.), um dos maiores grupos midiáticos do mundo, comprou a *Intermix Media*, então proprietária do MySpace. Tempos depois, em 2011, o MySpace foi vendido para a *Specific Media*, empresa norte-americana de mídia interativa, e passou por uma reformulação total, sendo relançada no

final do ano de 2012 como um espaço para cantores e bandas divulgarem seu trabalho. Artistas independentes viram a rede como um espaço para divulgar suas canções e até alcançar a fama (RECUERO, 2009).

O MySpace possui características como os boletins, que são recados postados que qualquer amigo do usuário da rede pode ver. Esses recados são apagados depois de dez dias. Permite que um grupo de usuários compartilhe uma mesma página e quadro de mensagens. Os grupos podem ser criados por qualquer um, e o moderador do grupo pode escolher se qualquer um pode ser aprovado diretamente ou ser aprovado mediante requisitos. Cada perfil contém duas seções comuns: "Sobre mim" e "Quem eu gostaria de encontrar", além de uma seção de "Interesses" e outra de "Detalhes", que só serão mostradas se o usuário as preencher. Os perfis para cantores são diferentes de perfis normais, pois os artistas são "convidados" a transferir dez músicas de MP3. Músicos que ainda não se inscreveram podem usar o MySpace para postar e vender suas músicas, que geralmente são bastante populares entre os usuários do MySpace. Não importa se o artista já possui fama ou ainda aspira o sucesso, todos podem carregar suas canções para o MySpace e ter acesso a milhões de pessoas em um dia (MYSPACE, 2020).

Fundado ainda em 2002, e lançado somente em 2003, o LinkedIn permite que pessoas e empresas possam anunciar vagas, procurar empregos, alimentar a sua rede de contatos (*networking*), fazer parcerias, dentre outras atividades relacionadas, dando credibilidade ao conteúdo. Atualmente, pertence à Microsoft Corporation, que é uma empresa transnacional estadunidense que desenvolve, produz, licencia, apoia e vende *softwares* de computador, produtos eletrônicos, computadores e serviços pessoais. O atual diretor da LinkedIn é Jeff Weiner, enquanto o seu antigo diretor, e também fundador da empresa, Reid Hoffman, que já foi vice-presidente Executivo da PayPal¹¹, permanece como presidente de produto e presidente do conselho (LINKEDIN, 2020). Revela-se, aí, mais uma fusão de empresas.

O ano de 2004 consolidou a grande produção de conteúdo pessoal nas redes sociais digitais, pois surgiram as redes sociais digitais Orkut, Flickr, Digg e Facebook. O Orkut foi uma rede social filiada à Google, criada em 24 de janeiro de 2004, e os perfis eram ligados a outros serviços da Google, como o *webmail*, endereço de e-mail. Seu nome tem origem no nome do projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco da Google. Essa rede

¹¹PayPal é uma empresa de pagamentos *online* estadunidense que opera internacionalmente e é uma das maiores do ramo por ser capaz de realizar pagamentos rápidos e auxiliar em envios de dinheiro.

combinava diversas características de sites criados anteriormente, como a criação de perfis focados no interesse, na criação de comunidades, com outras novas, como o *scrapbook*, um livro para recados curtos, os *scraps*, além dos depoimentos, que funcionam como homenagens entre amigos, e os “Lembretes”, funcionalidade para alertar sobre aniversários e autorizações pendentes. No Orkut, era possível manter contato com amigos e conhecer pessoas com os mesmos interesses, escolher quem podia visualizar fotos e mensagens, ou participar das comunidades. Sendo assim, a publicidade variava de acordo com a vontade do usuário.

O Orkut era operado da sede da Google, que fica na Califórnia/EUA. Em meados de 2008, passou a ser operado no Brasil pela Google Brasil devido à grande quantidade de usuários brasileiros. Esse movimento revela o mecanismo de descentralização de serviços promovido pela lógica do capitalismo flexível. Em meados de 2011, o Orkut perdia popularidade e usuários, enquanto outras redes sociais digitais, como o Facebook e o Twitter, cresciam e aumentavam cada vez mais o número de usuários. Aos poucos, os usuários do Orkut foram deixando de acessar a rede social e, assim, ela foi perdendo seu espaço no mercado, sendo desativada em 30 de setembro de 2014.

O Flickr, outra rede social digital, possui um sistema que possibilita compartilhar imagens, fotografias, desenhos e ilustrações, além de permitir maneiras de organizar fotos e vídeos, criar álbuns e conectar-se com usuários de diferentes localidades. No início de 2005, foi adquirido pela Yahoo! Inc. Por seu alto nível de interatividade com os usuários, é um dos componentes mais exemplares da Web 2.0, pois adota o sistema de categorização de arquivos por meio de *tags* (etiquetas), e também é considerado um *flog*, pois contém publicação de fotos, sem textos, podendo conter legendas e comentários relatando os momentos das mesmas.

O Digg é um sistema de curadoria e compartilhamento de notícias, *podcasts* e vídeos, que são estabelecidos de acordo com o interesse do usuário (CALAZANS; LIMA, 2013). Os *podcasts* são ficheiros de multimídia (fotos, vídeos ou áudios) publicados na internet que permitem aos usuários acompanhar e fazer download das atualizações.

O Facebook foi outra rede social digital criada em 2004, fruto de um projeto de Mark Zuckerberg com um grupo de amigos (Chris Hughes, Dustin Moskovitz e Eduardo Saverin), que tinham o objetivo inicial de deixar *online* os perfis dos inscritos em Harvard. Essa novidade ganhou espaço e se difundiu entre as melhores universidades. O projeto de tornar *online* os perfis chamou a atenção do mercado e logo começaram a chover propostas de financiamentos (SPADARO, 2013).

Com os financiamentos, o Facebook estendeu-se para as organizações empresariais e se expandiu para páginas institucionais, grupos e aplicativos, e vem se adaptando às inovações tecnológicas, como a criação de uma ferramenta específica para empresas. Nele, é possível criar gratuitamente um perfil pessoal ou uma *fan page* com fotos e listas de interesses pessoais, interagir com outras pessoas conectadas através da troca de mensagens instantâneas ou compartilhamentos de conteúdo, curtir e comentar as postagens dos usuários, e participar de grupos (CALAZANS; LIMA, 2013).

O Facebook tornou-se a rede social digital mais conhecida, por isso, está submetida a diversas legislações nacionais, sendo, por vezes, obrigada a remover conteúdos de seus usuários por determinação dos Estados. O próprio Facebook também pratica a remoção de conteúdo. A plataforma de relacionamento social possui regras próprias de remoção de postagens ou publicação de textos, fotos e vídeos, como ocorre atualmente com a retirada de postagens contendo notícias falsas, as *fakenews*, principalmente sobre o coronavírus (COVID-19). Raramente informa ao censurado o que motivou a retirada de conteúdo ou a suspensão do perfil ou página censurada, mas apresenta apenas um texto, imagem ou vídeo de que foi violada alguma regra da “Política de uso de dados” ou dos “Padrões da comunidade do Facebook”, documentos formulados pelos gestores da rede (SILVEIRA, 2015).

Se tornar usuário do Facebook é muito simples, basta inserir um endereço de e-mail e estabelecer uma senha de acesso. Feito isso, é só iniciar a procura das pessoas. Basta digitar o nome de quem se procura; se a pessoa também tiver um perfil, pode ser encontrada. Para iniciar uma “amizade” no Facebook, é necessário fazer o pedido, solicitar e, à medida que esses pedidos são aceitos, amplia-se o grupo com que o usuário se relaciona. A amizade iniciada no Facebook de um usuário com outro permite o acesso às informações dos perfis, que podem estar restritas, como dados particulares, fotos e vídeos (SPADARO, 2013).

O perfil é composto de foto, mas pode não ter, mesmo que seja contrassenso, pois o nome da rede social significa “livro de rostos”. Existe também um campo para informações como data de nascimento, atividades profissionais, grau de instrução, instituições de formação, estado civil, orientação sexual, religião e preferências de livros e filmes, além da possibilidade de se ter um álbum onde ficam as fotos publicadas e o “mural” (SPADARO, 2013).

No “mural”, o usuário posta, visualiza, comenta e compartilha em tempo real, ao mesmo tempo em que pode visualizar, comentar e compartilhar o que é postado por outras pessoas. O “mural” possui uma janela que faz a seguinte pergunta: “No que você está pensando?”. É através dessa janela que o usuário consegue postar e que outros usuários

podem comentar ou reagir ao que foi postado. Cada alteração no perfil pode ser comentada pelos “amigos”, ficando visíveis todos os comentários. Caso haja um comentário que não seja agradável, ele pode ser facilmente excluído (SPADARO, 2013).

Os “Books” possibilitam indicar livros (SPADARO, 2013). O “Messenger” propicia espaço para conversas particulares e/ou em grupos por mensagens de texto e chamada de vídeo. O “Marketplace” permite compra e venda entre usuários, ou seja, funciona como uma loja *online*. O “Watch” se dedica exclusivamente ao audiovisual, oferecendo recomendações personalizadas de vídeos para assistir e pacotes de conteúdo categorizados, dependendo de fatores como popularidade e páginas de interesse. O “story” permite uma postagem de vídeo, foto ou texto, que fica visível para todos os “amigos” por 24 horas.

Como é uma plataforma muito acessada, tornou-se importante para a divulgação de eventos científicos, artísticos e de mobilização popular, e deve ser por isso que foi criado o Facebook Business, que permite controlar as páginas, anúncios, aplicativos e perfis em um só espaço, sendo possível que um grupo de pessoas consiga trabalhar no espaço sem exatamente ter acesso ao *login* ou senha pessoal de quem administra. O usuário não perde a sua página pessoal, já que é formado um perfil separado. Com isso, não há necessidade de manter determinados contatos na lista pessoal, e é possível ter um canal de comunicação específico para assuntos profissionais.

Em 2012, o Facebook atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos, sendo considerado a maior rede social virtual em todo o mundo. No mesmo ano, a empresa Facebook comprou outra rede social digital lançada em 2010, o Instagram, e, em 2014, o WhatsApp (FACEBOOK, 2020).

O YouTube, criado em 2005, é um site, plataforma, *website*, considerado como uma rede social digital que permite o compartilhamento e a publicação de vídeos. Os usuários podem criar seus próprios canais, publicando ou simplesmente compartilhando vídeos, seguir e comentar em outros perfis/canais. Isso é permitido pela ferramenta de *broadcasting*¹², que dá acesso livre e facilita a distribuição do conteúdo audiovisual entre os usuários (MEILI, 2011).

Em 2006, o YouTube foi comprado pela Google, que, por sua vez, pertence à AlphabetInc¹³. Os vídeos enviados ao YouTube eram limitados a quinze minutos. Esse limite

¹²O *broadcasting* é uma ferramenta utilizada pelo YouTube que potencializa o compartilhamento de mídia em grande escala. Sem ele, o envio de vídeos demoraria mais no carregamento, tanto via e-mail, quanto em outras plataformas que já existiam, como os blogs.

¹³A AlphabetInc. foi anunciada em meados de 2015 para reestruturar a Google, movendo as subsidiárias da Google para a AlphabetInc. Uma forma de diminuir a área de atuação da Google, ou mesmo de não atribuir tudo

de duração foi introduzido pois a maioria dos vídeos excedendo esse limite tinham ligação com programas de televisão e vídeos não autorizados. Após a crescente popularidade da página e algumas atualizações, foi permitido enviar vídeos com uma duração maior do que o limite inicial (MEILI, 2011). Pode-se dizer que tal permissão deveu-se ao objetivo de alcançar todo tipo de mídia audiovisual postado na rede.

O crescimento em popularidade do YouTube foi grande. Atualmente, possui dois bilhões de usuários conectados, está presente em mais de 100 países e disponível em até 80 idiomas. Diariamente, são mais de um bilhão de visualizações e horas assistidas, sendo que mais de 70% do tempo de exibição vem de dispositivos móveis, como celulares e tablets (YOUTUBE, 2020).

Com relação à política de direitos autorais, foram pagos, nos últimos cinco anos, mais de 2 bilhões de dólares a parceiros que escolheram gerar receita por meio de reivindicações usando o Content ID¹⁴. São mais de 9 mil usuários considerados como parceiros. Entre os parceiros que usam o Content ID, estão grandes redes de transmissão, estúdios de cinema e gravadoras que reivindicaram direitos autorais em mais de 800 milhões de vídeos, possuindo, no banco de dados, mais de 75 milhões de arquivos de referência ativos (YOUTUBE, 2020).

O YouTube não permite usar logotipos ou elementos da marca para direcionar os usuários para sites fora do YouTube, assim como não é permitido modificar logotipos, ícones ou outros elementos da marca de qualquer forma, incluindo alterar as proporções ou o posicionamento, esticar, condensar, mudar a cor ou fonte, virar, girar ou adicionar efeitos (YOUTUBE, 2020).

Como é parte de uma grande corporação voltada para a tecnologia digital, o YouTube segue os trilhos da racionalidade do capitalismo flexível, que produz em nichos específicos. Nesse sentido, a plataforma busca se manter sempre atualizada às demandas sociais sob o pretexto de atender aos desejos dos usuários. Atualmente, o YouTube possui vários produtos, como o YouTube Go, o YouTube Kids, o YouTube Music, o YouTube Originals, o YouTube Premium e o YouTube Tv (YOUTUBE, 2020).

Os produtos YouTube Kids, que é focado no público infantil, e o YouTube Studio, que ajuda o usuário a criar seus próprios vídeos, têm acesso gratuito. Já o YouTube Music, música, e o YouTube Originals, que oferece séries e filmes originais para assinantes, exigem pagamento mensal. Se o usuário quiser ter acesso a todos os produtos YouTube, deverá pagar

ao nome "Google". Isso possibilitaria a ampliação no mercado e deixaria a Google mais livre, podendo focar em seus serviços.

¹⁴ Lançado em 2007, o Content ID é um sistema de impressão digital desenvolvido pela Google, utilizado para identificar e gerenciar facilmente o conteúdo protegido por direitos autorais no YouTube.

mensalmente o pacote chamado YouTube Premium, que tem todos os produtos. O YouTube Tv, que ainda é exclusivo aos Estados Unidos, fornece um serviço de televisão na internet que oferece TV ao vivo, vídeo sob demanda e DVR baseado em uma nuvem de mais de 70 redes de televisão (YOUTUBE, 2020).

Em meados de 2006, foi fundado o Twitter, por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, como um projeto da empresa Odeo (RECUERO, 2009). É um *website*, ao mesmo tempo em que é um servidor para *microblogging*¹⁵, que permite ao usuário enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos por meio do *website* do serviço, por SMS e por *softwares* específicos de gerenciamento (CALAZANS; LIMA, 2013). A palavra inglesa *tweet* significa “pio de passarinhos”, simbolizando os vários “pios” (pequenas mensagens). A partir dessa ideia, foi desenvolvido também o logotipo da rede social: um pássaro azul.

As atualizações são exibidas na página inicial do perfil (também chamado de *feed* ou *timeline*) do usuário em tempo real, e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. A ideia inicial era de que o Twitter fosse uma espécie de “SMS da internet”, com a limitação de caracteres de uma mensagem de celular de, no máximo, 140 caracteres. Em 2017, o limite de caracteres foi aumentado para 280.

De acordo com Recuero (2009), o usuário torna-se um *twitter*, podendo escolher quem deseja seguir e ser seguido por outros. Há, também, a possibilidade de enviar mensagens em modo privado para outros usuários. A janela particular ou *feed* contém todas as mensagens públicas emitidas. Mensagens direcionadas também são possíveis a partir do uso da “@” antes do nome do destinatário. No topo da página, há uma caixa com a pergunta “o que está acontecendo?”, por onde são feitas as postagens. Além das micromensagens, o Twitter atualmente disponibiliza a opção de compartilhar imagens e vídeos. Também existe a possibilidade de fazer uma enquete, bastando escolher a opção que desejar nos ícones abaixo da caixa de mensagem.

No Twitter, trocam-se desde mensagens simples, como “vou dormir”, “bom dia, pessoal”, “tomei um café delicioso”, etc., até notícias importantes, capazes de impactar cada usuário, ou até formas de compartilhamento bastante profundas e polêmicas, como manifestações religiosas e culturais. Também é possível constituir uma “*twibe*” (junção das

¹⁵ É uma forma de informação que permite aos usuários que façam atualizações breves de imagens e texto (geralmente com menos de 200 caracteres) e publicá-las, para que sejam vistas publicamente ou apenas por um grupo restrito escolhido por si.

palavras “Twitter” e “Tribe”, uma “tribo Twitter”), que é um grupo de *twitters* que se reúnem com base em interesses comuns (SPADARO, 2013).

Uma funcionalidade comum dessa plataforma é o *retweet* ou RT, que permite um usuário replicar uma mensagem de outro usuário para a sua lista de seguidores, dando crédito ao seu autor original. O *retweet* pode ser simples, quando a mensagem é compartilhada diretamente, ou pode ser com comentários. O usuário pode escrever um texto que aparecerá acima da mensagem que foi compartilhada. O Twitter possui também uma lista em tempo real das palavras mais postadas por seus usuários, seja em determinada região ou no mundo, são os *trendingtopics*. Esse mecanismo permite a identificação dos assuntos mais discutidos na rede em um determinado momento. Os *trendingtopics* são identificados pelas *hashtags*, mecanismo criado pelo Twitter para indexar palavras-chave. As *hashtags* são palavras escritas com o símbolo “#” na frente. Por meio da indexação realizada com as *hashtags*, pode-se identificar facilmente os perfis que estão discutindo os tópicos de interesse (SPADARO, 2013). Além disso, o Twitter permite o intercâmbio de informações com diversas redes sociais, entre elas o Facebook e o Instagram, permitindo que fotos, notícias e legendas sejam postadas ao mesmo tempo (CALAZANS; LIMA, 2013), multiplicando o alcance.

O WhatsApp¹⁶ surgiu no mercado em 2009, e é um aplicativo de mensagens alternativas ao sistema SMS. Possibilita o envio e recebimento de fotos, vídeos, documentos e localização, além de textos, chamadas de voz e vídeo. Está disponível para celulares, iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android e Nokia. O termo “WhatsApp” é um trocadilho com uma expressão em inglês *What's Up?*, que significa “E aí?”.

Seus criadores foram Jan Koun e Brian Acton, ambos trabalharam na Yahoo. Por meio de um site, a empresa coletava dados, servia páginas e vendia anúncios. Entretanto, foi engolida pela Google, que despontou com a produção de produtos mais lucrativos. Esse sistema de coleta de dados faz com que as empresas saibam tudo sobre seus usuários, quem são seus amigos, quais são seus interesses e desejos. Quando os fundadores iniciaram o negócio, idealizaram um produto que fosse além de uma central de anúncios; queriam oferecer um serviço útil e de baixo custo. Desejavam que o produto deixasse o usuário entusiasmado, com necessidade de uso constante e diário (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015). Conseguiram!

“Gratuito”, o WhatsApp pode ser baixado em celulares ou pelo site da empresa, necessitando apenas pagar a conexão com a internet. É necessário ter contatos que também

¹⁶Informações do site do WhatsApp onde se faz o download do aplicativo: https://www.whatsapp.com/?lang=pt_br.

possuam o aplicativo para utilizar as ferramentas. O usuário que adere à plataforma possui um perfil, em que é possível adicionar uma foto e um nome, que serão visualizados pelos contatos, além de poder definir as formas de conversas, de notificações e ver sua lista de contatos. Nas configurações do perfil, o usuário pode visualizar informações da conta e configurar a privacidade do perfil (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015).

O WhatsApp utiliza a conexão do celular, evitando taxas extras de mensagens de texto. Atualmente, as chamadas de vídeo comportam até oito pessoas. Além disso, permite conversas em grupos com até 256 pessoas ao mesmo tempo. Cada grupo recebe um nome e cada membro decide se permanece ou sai do grupo. Depois de algumas atualizações do aplicativo, os grupos do WhatsApp podem ter a participação restrita dos membros pelo administrador do grupo. Nesse caso, o grupo passa a ter característica de divulgação de informações e eventos.

O WhatsApp tem também a ferramenta WhatsApp Web, que permite acessar o aplicativo de rede social pelo computador, usando apenas o seu navegador de internet, como Google Chrome, Firefox, Opera, Safari ou Microsoft Edge. Para isso, é necessário parear o celular com o navegador de rede, usando um código chamado *QR Code*.

Outra ferramenta é o WhatsApp Business, que é um aplicativo gratuito para download, desenvolvido especialmente para que empresas possam ampliar seu alcance de divulgação. Com ele, a empresa pode criar um catálogo para exibir seus produtos e serviços, conectando-se com clientes facilmente ao usar recursos que automatizam, classificam e agilizam suas respostas às mensagens, além de oferecer suporte e enviar notificações importantes aos clientes.

Atualmente, essa rede social digital possui mais de dois bilhões de usuários espalhados em mais de 180 países. Foi comprado pela empresa Facebook em 2014, porém, continua operando como um aplicativo “independente” e com o foco direcionado em construir um serviço de mensagens que seja rápido e que funcione em qualquer lugar do mundo.

O Instagram foi lançado em 2010, oferecendo a possibilidade de publicação de fotografias e *selfies*, que podem ser favorecidas e potencializadas com o incremento dos aparelhos celulares e tablets, ou seja, foi projetado para rodar em dispositivos móveis, aspecto fundamental para a facilidade na captura e compartilhamento desse tipo de imagem. No entanto, atualmente, a plataforma pode ser utilizada, ainda que parcialmente, também em desktops e notebooks. O compartilhamento e tratamento digital instantâneo de fotografias podem ser comentados ou dados *likes* (curtidas). As postagens podem ser compartilhadas com

outras redes sociais, como o Facebook, o Twitter e o Flickr (GALO, 2012 apud CALAZANS; LIMA, 2013).

O nome Instagram vem da junção de duas palavras, o “insta” (*instant*), inspirado nas câmeras de impressão instantânea, como a Polaroid, que oferece um aspecto *vintage* que os empresários queriam dar à rede social, visível nos filtros possíveis de serem aplicados às fotos, e o “gram” (*telegram*), que remete ao compartilhamento de mensagens. No perfil, se insere informações básicas, como nome, profissão e interesses, e visualiza-se o número de seguidores e as publicações realizadas. Possui também um *feed* ou *timeline* que mostra as publicações de contas seguidas e uma seção “explorar”, composta por um mosaico personalizado de fotografias, vídeos e histórias mais populares. Existe também uma seção atividade, onde ficam registradas as interações do usuário e das pessoas que seguem (MONTARDO, 2019).

A função “story”, que é um campo no qual o usuário pode fazer postagens de fotografias, vídeos e textos, que ficam disponíveis por 24 horas, e o “direct”, ambiente de mensagens instantâneas privadas entre os usuários, são também possibilidades dessa rede. Em outubro de 2017, o Instagram possuía 800 milhões de contas ativas em todo o mundo, sendo que 50 milhões de usuários ativos por mês eram brasileiros, a segunda maior base de usuários da plataforma. Em junho de 2018, o Instagram atingiu 1 bilhão de usuários (MONTARDO, 2019).

Ora, se muitas contas ativas e grande parte desses perfis seguem pelo menos uma empresa ou a própria empresa começa a seguir, pode-se dizer que o sucesso alcançado pelo Instagram se deve ao seu poder de divulgação e alcance comercial. Percebendo isso, a empresa criou uma modalidade de conta específica para negócios na rede: o Instagram for Business, ou conta comercial. Esse recurso foi lançado em 2016 com o objetivo de abraçar de vez os anunciantes e criar uma modalidade de conta para empresas (NÁPOLES, 2019).

O Instagram for Business possui um conjunto de ferramentas, como o acesso a dados mais detalhados de conteúdo, que vai muito além das métricas mais básicas, como curtidas, comentários e visualizações, pois permite colher números como impressões, alcance, visualizações de perfil, cliques no site, ganho de seguidores e engajamento das publicações. Dados do público, como gênero, idade, em quais localidades se concentram e a possibilidade de fazer uma análise bem mais completa e detalhada do conteúdo e saber quais *posts* foram mais vistos também são possíveis. A planificação desses dados facilita a criação de conteúdo e de anúncios específicos para atingir cada nicho e, conseqüentemente, seduzir mais pessoas. Como se não bastasse, ainda é possível saber em quais horários e dias os seguidores de um

determinado perfil estão mais *online*, ou seja, saber exatamente qual o melhor horário para disparar os conteúdos (NÁPOLES, 2019).

Há também um recurso na modalidade conta comercial do Instagram, que potencializou o sucesso dos chamados influenciadores digitais, que trabalham essencialmente com campanhas patrocinadas, a parceria paga. Com esse recurso, esses profissionais destacam um *post* com a marca da empresa com as quais se estabeleceu contrato (NÁPOLES, 2019). Pensando no poder publicitário do Instagram, a empresa Facebook comprou, em 2012, a rede social, que, até então, tinha apenas 30 milhões de usuários. Atualmente, são mais de 1 bilhão de usuários.

Percebe-se que o Facebook vai além da rede social mais conhecida do mundo, é também uma empresa que vem se tornando um monopólio. No geral, as redes sociais digitais exigem somente um endereço de e-mail e a criação de uma senha para que qualquer pessoa se torne um usuário. Isso favorece a criação de perfis falsos, que promovem uma apresentação artificial e ação coletiva (COSTA, 2010).

Quase todas as redes sociais digitais geram receita proveniente de publicidade, incluindo banners, destaques patrocinados no *feed* de notícia de grupos patrocinados. Redes sociais digitais, como Facebook, Instagram e YouTube, oferecem propagandas de produtos para marcas. As redes sociais digitais não possibilitam somente a divulgação, mas também a venda de produtos e serviços usando links específicos disparados na hora certa (SILVEIRA, 2018).

A partir do conhecimento de cada rede social digital e de suas inter-relações, percebemos o quão grande e interligado é esse conglomerado de redes sociais digitais e como carregam uma racionalidade tecnológica. No sentido de tentar entender melhor como os sujeitos estabelecem relações com as redes sociais e quais as consequências dessa relação, debatemos, no próximo tópico, estudos e pesquisas sobre essa questão.

2.3 PARA ONDE VÃO OS ESTUDOS SOBRE REDES SOCIAIS DIGITAIS

É unânime que as redes sociais digitais se constituem como uma hegemonia da comunicação. Estudos mostram que gerações diferentes interagem por não haver muita dificuldade de acessar, e que há uma sociabilidade plural que, muitas vezes, pode ofuscar as contradições e tornar a realidade mais opaca, ocultando também a diferença entre classes sociais (SILVA; ANDRADE, 2006), mesmo que para acessar já haja uma demarcação de quem tem condições de ter um aparato tecnológico e que aparato é esse.

A par de existirem semelhanças no modo de uso dos artefatos culturais, a desigualdade das classes sociais determina a própria produção no que diz respeito a quem são os proprietários das redes, à amplitude que se alcança e às possibilidades de uso, pois alguns exploram mais as possibilidades e outros fazem uso mais restrito, reproduzindo a desigualdade (HASEGAWA; BOCK, 2016). Apesar da pretensa democratização do acesso à informação, a desigualdade perpassa o tempo todo (PEDROSO, 2001).

Pesquisas mostram que as redes sociais digitais, ao mesmo tempo em que mantêm os indivíduos informados e instruídos sobre o que acontece no mundo, desinforma-os, expropria-os da possibilidade de elaborar conhecimento e das contradições da realidade. A própria quantidade de informações e o estímulo de constantes postagens que a plataforma permite oferecem pouca necessidade de reflexão. As redes sociais realizam a expropriação do esquematismo kantiano, pois não é mais necessário pensar, já que as informações já são digeridas. Os esquemas já estão estabelecidos e determinados, inclusive pelos algoritmos. Além de funcional à manutenção do sistema, o planejamento prévio dos esquemas promove a perpetuação de estereótipos (PEDROSO, 2001).

Ressalta-se que a organização em rede é uma revolução cultural propiciada pelas novas tecnologias, pois permite conexões em tempo real com qualquer parte do mundo e a qualquer hora, o que produz transformações na forma como as pessoas e as organizações se relacionam. Essa agilidade é considerada importante para os negócios, pois a troca/resposta é imediata, podendo as empresas ter conhecimento das necessidades, oferecer produtos por meios de propagandas e, ainda, escutar sugestões (FILHO; NASCIMENTO; SÁ, 2012). Essa lógica está presente na publicidade inserida nas plataformas, que se valem dos anseios por individualidade e reconhecimento social, e estimulam a busca ininterrupta por mercadorias, fetiches (SEVERIANO, 2017).

O alcance e eficácia da internet são explicados também por ela aglutinar todos os mecanismos e as possibilidades antes existentes por outros aparatos tecnológicos. Na internet, podem-se ouvir estações de rádio, assistir programas, séries de TV e filmes, e ler jornal ou revistas (SILVA; ANDRADE, 2006), sendo um aparato de múltiplas mídias.

A racionalidade tecnológica que é expressa nas relações sociais digitais reduz o pensamento a um instrumento do sistema e determina a forma como são organizados e distribuídos os conteúdos, atingindo a subjetividade. Embora se afirme que as redes sociais agregam experiências multissensoriais e descentradas, há uma redução do potencial crítico quando não se reconhece os mecanismos da racionalidade técnica presentes no formato padronizado, no processo de navegação, que é induzido a partir do que se curte ou comenta, e

no acesso dos conteúdos vagos e sem aprofundamentos (MAIA; COSTA, 2015). A produção simbólica é uma mercadoria que oxigena o capital, pois dados particulares são fornecidos pelos próprios usuários às grandes corporações proprietárias das redes sociais digitais, que produzem, controlam e mantêm padrões comportamentais que geram lucro (MAIA, 2018).

Alguns estudos, ao analisarem a relação entre redes sociais e a produção capitalista, mostram que a produção de mercadorias e a perpetuação do tempo presente se ampliam nas redes sociais digitais. Como o instante e a imediatez são a base das redes sociais digitais, se processa a dificuldade de articular temporalidades, o que também dificulta a experiência, que segue outra temporalidade, levando mais à adaptação do que já existe. Essa dinâmica produz uma aparência de isolamento e constitui uma vida abstrata por não reconhecer o social e o histórico como componentes da constituição da vida e dos acontecimentos (MAAR, 2014).

Se há a destituição da articulação de temporalidades, a memória também é prejudicada. Se a lembrança de acontecimentos é demandada, e se existe um arquivo *online* para isso, fica debilitada a capacidade do indivíduo exercer a articulação entre passado, presente e futuro, de articular violências individuais e sociais do passado, sendo mais fácil que elas se repitam, uma vez que a memória social e pessoal não são interligadas (MAIA, 2018). A memória digital permite também acessar qualquer dado rapidamente, dificultando o exercício do trabalho da memorização, não demandando a memória mais complexa, mas uma somatória de dados e informações, submetendo, inclusive, a uma dependência da rede (ZUIN, 2013).

Nesse processo, há a perda da confiança da capacidade humana de lembrar o passado e o desinteresse em modificar o modo como esse passado se presentifica, uma vez que o passado já está reunido e preciso. Dificulta-se a elaboração do passado, de modo que não é mais importante rememorar o que aconteceu; o indivíduo do presente não é estimulado a esclarecê-lo e, assim, a projetar outro futuro (ZUIN, 2013).

Ao mesmo tempo, a rede social digital dificulta o esquecimento, já que possibilita copiar e repostar imagens e comentários em qualquer tempo e espaço, prejudicando o direito de esquecer. A ideia é que é possível lembrar-se automaticamente de tudo, pois as informações são recuperadas e arquivadas de tal maneira que se transformam em quase absolutas. Desse modo, negligencia-se o diálogo entre passado e presente. Essas lembranças infundáveis engendram tickets que se presentificam na forma de sentenças decisivas, que são instrumentalmente recuperadas por meio do acesso *online* em qualquer tempo e espaço (ZUIN, 2018).

Ressalta-se que as tecnologias digitais têm auxiliado a dificuldade de concentração e, conseqüentemente, a prática docente diante da avalanche de informações que levam à distração concentrada nos processos de ensino-aprendizagem. Detém-se a atenção por instantes, tendo em vista que novos links estão sendo acessados. Assim, não há tempo nem esforço para estabelecer relações com conceitos, de modo a tencioná-los (ZUIN; ZUIN, 2011).

A sociedade atual é a da sensação, mergulhada no excitamento contínuo de efeito similar ao das drogas. O bombardeamento digital provoca um aumento de dependência por parte de seus "usuários", conduzindo à distração concentrada (TÜRCKE, 2010).

Para alguns autores, o WhatsApp e o Facebook fomentam a organização social do trabalho, pois também são usados por docentes para trabalhar em tempo integral, estabelecendo contato permanente com alunos e pesquisadores, não estabelecendo a distinção entre tempo livre e tempo para atividades laborais, e nem entre local e não local de trabalho. Essa dinâmica alimenta o processo de coisificação, que torna tanto o trabalho, como o próprio docente em uma mercadoria (FERREIRA, 2017).

A fusão do trabalho com o tempo livre desencadeia um estado de prontidão, em que nada é desligado e nunca há repouso (ZUIN; ZUIN, 2017). As redes sociais digitais seguem e estimulam a lógica do tempo do capitalismo flexível, pautado na aceleração e compressão temporais, que tornam desnecessário o pensar. Se a tecnologia deveria produzir mais tempo livre, já que o tempo necessário para escrever dez cartas é muito maior que o tempo necessário para escrever dez mensagens eletrônicas, parece que o tempo livre não se ampliou; o que ocorreu foi uma extensão do tempo de trabalho (MAIA, 2017).

A aceleração do tempo para a produção do conhecimento e a maneira como a produção é quantificada pelas avaliações, sobretudo nos programas de pós-graduação, também configuram a coisificação da produção e do professor. A aceleração do tempo tornou-se um vício excitado e intensificado pelo aparato tecnológico, como o e-mail, que se estende ao Facebook e WhatsApp. A incessante disponibilidade de acesso, quase que imediato, que tais aparatos tecnológicos asseguram permite que as instituições encurtem os prazos para a execução de atividades intelectuais (FERREIRA, 2017). Com isso, o trabalho intelectual torna-se cada vez mais administrado.

Alguns trabalhos apontam para a necessidade de os professores desenvolverem competências e posturas abertas e dialógicas de descentralização dos saberes, tanto para o uso das tecnologias digitais em sala de aula, como para lidar com ambientes virtuais. Para alguns, não se trata apenas de informatizar mais o ambiente escolar, mas de discutir como os

processos de virtualização transformam a prática pedagógica e as dinâmicas em sala de aula (BERALDO; MACIEL, 2016).

O conflito entre professor e alunos também se apresenta nas redes sociais digitais. As identidades dos professores e dos alunos se reconfiguram, assim como suas relações, em função da presença maciça das novas mídias dentro e fora da escola. Dessa forma, as relações de poder entre professores e alunos são alteradas com relação ao uso, às informações e ao trato com mídias (ZUIN, 2015).

Segundo Dias e Couto (2012), a sociabilidade nos ambientes virtuais do Facebook e Twitter não tem as mesmas condições de produção que a sociabilidade em espaços escolares e universitários nas redes virtuais; a relação com as “coisas-a-saber” são da ordem da dispersão. Mesmo necessitando de concentração para compartilhar na página desejada, ou compartilhar determinado link, a relação dos indivíduos com o conhecimento é dispersa devido à enxurrada de notícias, informações e promoções que, a todo o momento, disputam a atenção dos mesmos.

O papel socializador da comunicação de massa carrega um paradoxo, pois permite o acesso à internet, potencializando o acesso às informações e a outros modos de ver e viver, mas, como não há uma mediação e um aprofundamento, a tendência é potencializar o que já se apresenta no real, ou seja, o superficial (MANCEBO, 2002).

A virtualização da realidade altera a percepção com mecanismos que toleram o humor regressivo e a reprodução de esquemas prontos, fortalecendo clichês. O acesso é ambivalente, pois, ao mesmo tempo em que as possibilidades de mais interação são potencializadas, ficam também submetidas a formatos minimalistas e fragmentados que nem sempre relacionam informação, conhecimento e apuro ético e estético, o que dificulta as condições de experiência e de formação humana. Há publicização, todavia, pode ocorrer por vias anônimas e perfis falsos (COSTA, 2010).

Na era digital, a cultura segue a racionalidade técnica da indústria, que é produzida em escala massificada. Essa racionalidade, pautada na “aceleração e descartabilidade”, atua na perda da noção de tempo e de história, havendo a predominância da virtualização do real e a ruptura de temporalidade/espacialidade (COSTA, 2015). É uma espécie de desenraizamento do indivíduo, de deslocamento tempo/espacial, que torna indiferente a fronteira de fatos e, inclusive, da moral (COSTA, 2015). Também prevalece uma dúvida quanto às fronteiras do real e do virtual, entre o conceito e as representações (ZUIN, 2003).

Desse processo, se estimula a razão instrumental, que traz consequências para a educação escolar e para a educação mais ampla, pois é baseada na reificação da subjetividade,

que subsume a capacidade reflexiva, realiza generalizações que conduzem a estereótipos e dá base ao comportamento regressivo que foge da realidade, sem a necessidade de pensá-la, o que dá espaço para considerar quem pensa um inimigo(DA SILVA, 2010).

Podemos dizer que a afirmação de que os meios digitais possibilitam uma sociedade esclarecida é falsa, porque pertencem à racionalidade tecnológica, que precisa manter aguda a conformação social. As novas condições de sociabilidade digital fascina ao oferecerem alternativas de fugas para a vida, deslocamentos transitórios (COSTA, 2009).

Essas redes também interferem na sensibilidade humana, pois oferecem espaços para a livre expressão e o grande fluxo de informações, que podem levar o indivíduo a banalizar a realidade bárbara e naturalizar a violência, tornando-o insensível, pois situações de escárnio, preconceitos, desumanas e fascistas podem circular de forma ampla, sem crivo de análise (COSTA, 2009).

Ressalta-se que a tecnologia computacional encoraja mudanças no pensamento, no sentido da concepção de privacidade e naturalização da “transparência”, na confusão entre avatares/personagens e si mesmo, na substituição do pensar pelo processamento de palavras, na valorização de uma transparência que corresponde a uma opacidade epistêmica e na simulação e na passividade (ANTUNES, 2017).

As redes sociais ampliam as possibilidades de (des)construção da subjetividade devido ao repertório de papéis sociais disponíveis de acordo com o meio no qual o indivíduo se insere. Nesse caso, o indivíduo só adquire existência própria quando inserido nas redes de relações. Aparentemente, esse movimento de se (des)construir em perfis digitais emerge como sinônimo de progresso, mas resta identificar qual é o sentido do progresso, se é da humanidade ou do capital (COSTA; ARAÚJO, 2014).

Ainda há pesquisas que apontam que as mídias têm sido usadas como recurso para mobilização política, sendo ferramentas de protesto (SIMÕES; CAMPOS, 2016). Carneiro (2017) afirma que redes sociais digitais, como o Facebook e o WhatsApp, foram fundamentais para a mobilização e, sobretudo, para a manutenção dos movimentos de ocupação de escolas ocorridos em todo o Brasil no período de 8/11/2015 a 19/01/2016, pois deram a possibilidade de construção de diários das ações dos movimentos e de articulação.

A partir desses estudos, é possível perceber que a racionalidade tecnológica atinge não só os indivíduos de forma geral, mas os professores/indivíduos, inclusive no trabalhar mais. As relações sociais reproduzem muito da lógica do capital, tanto na produção de mercadorias, como constituindo um indivíduo usuário e sua subjetividade. A racionalidade produzida estabelece uma forma de tempo que estimula o presente, a pobreza da experiência, a perda da

memória, que articula passado, presente e futuro, e a confusão entre realidade e representação do real, dificultando o esquecimento e gerando tickets. Esses estudos nos tiram do lugar de ingenuidade com relação a essa produção que está no interior da racionalidade tecnológica do capital.

No próximo capítulo, fizemos a análise dos dados encontrados na pesquisa com os possíveis nexos e contradições já discutidos anteriormente.

CAPÍTULO 3 – PROFESSORES UNIVERSITÁRIOS E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS: A SOCIALIZAÇÃO EM DEBATE

Esta pesquisa foi submetida ao Conselho de Ética da UFG, aprovada com o número do parecer 3.521.879 (Anexo1), e seguiu os trâmites legais de aprovação, tendo sido o Termo de Compromisso com a pesquisa (Anexo 2) e os Termos de Anuência assinados pela direção da Faculdade de Informação e Comunicação - FIC (Anexo 3) e pela Faculdade de Educação - FE (Anexo 4) da UFG. Para identificarmos os professores universitários dos cursos de Pedagogia e de Jornalismo, entramos em contato com as coordenações, explicamos a pesquisa e mostramos as documentações. Após concordância, as coordenações disponibilizaram uma lista de todos os professores com e-mails. O curso de Pedagogia tem 70 professores, entretanto, foram retirados a professora que vai fazer parte da banca de defesa de dissertação e os aposentados, ficando um total de 63 professores. O curso de Jornalismo tem o total de 19 professores e nenhum foi retirado da pesquisa.

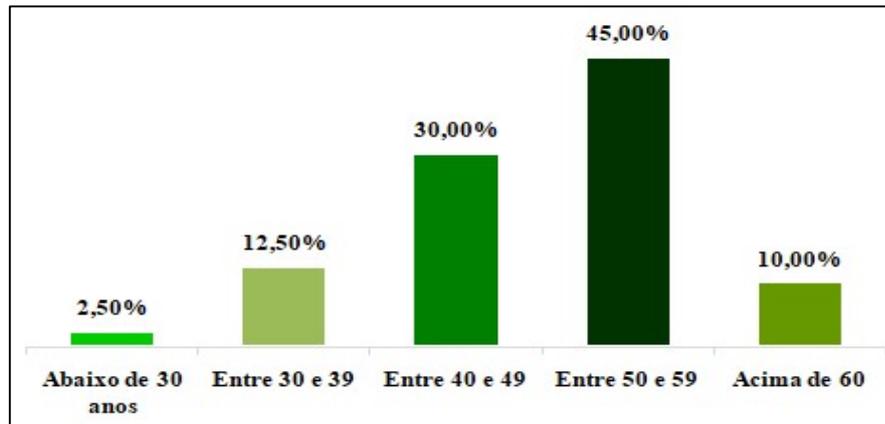
Devido à pandemia de COVID-19, que impossibilitou a sensibilização presencial, encaminhamos o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo 5) e o questionário (Apêndice A) via e-mail aos professores selecionados dos dois cursos. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficou no início do questionário para que cada professor decidisse se queria ou não participar da pesquisa. Ao todo, quarenta professores responderam ao questionário, que contém questões fechadas e abertas.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PROFESSORES

Quarenta professores da Universidade Federal de Goiás (UFG) responderam ao questionário; 72,5% (29) são do curso de Pedagogia, da Faculdade de Educação - FE, e 27,5% (11), de Jornalismo, da Faculdade de Informação e Comunicação - FIC. Embora o número de participantes do curso de Pedagogia seja maior do que o do curso de Jornalismo, em termos de significância, se levamos em conta o total de professores em cada curso, mais professores do curso de Jornalismo (58%) foram sujeitos da pesquisa do que os de Pedagogia (46%), embora estejam bem próximos.

Dentre os que responderam ao questionário, 72,5% (29) são do gênero feminino e 27,5% (11), do gênero masculino. Com relação à faixa etária, o maior número de professores participantes está entre 40 e 59 anos, como indica o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Faixa etária



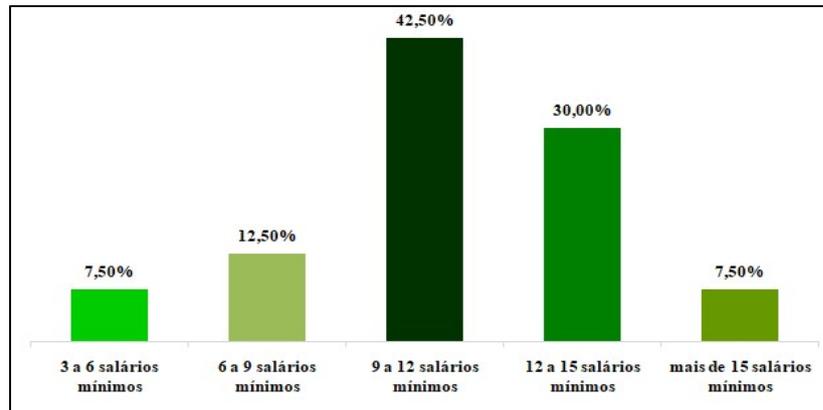
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

É bem provável que os professores abaixo de 30 anos responderam menos, porque há poucos professores nessa faixa etária, já que os professores que responderam, em geral, têm mais tempo no ensino superior, como será mostrado posteriormente. O segundo índice menor de professores que responderam está na faixa de acima de 60 anos, o que pode indicar que, por ser uma faixa de aposentadoria, também esteja em menor quantidade nos cursos.

A maioria dos professores participantes, ou seja, 57,5% (23), é casada. 17,5% (7) são solteiros (as), 12,5% (5), separados (as) ou divorciados (as), 10% (4) possuem união estável e 2,5% (1) mora junto com alguém.

Sessenta e sete vírgula cinco por cento (27) têm filhos e apenas 32,5% (13) não têm. Dentre os que têm filhos, 12 professores têm dois filhos, cinco professores têm um filho, quatro professores têm três filhos, dois professores têm cinco filhos e um tem oito filhos. Outros três professores que disseram ter filhos não colocaram a quantidade. Com relação à renda familiar:

Gráfico 2 – Renda familiar



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Quarenta e dois vírgula cinco por cento (17) dos professores possuem renda de nove a 12 salários-mínimos, 30% (12), renda de 12 a 15 salários-mínimos, 12,5% (5), de seis a nove salários-mínimos, 7,5% (3), renda de três a seis salários-mínimos, e 7,5% (3), acima de 15 salários-mínimos. Considerando a formação acadêmica, 80% (32) possuem doutorado, 15% (6), mestrado, e dois marcaram a opção “Outra”, em que um (a) afirmou ter pós-doutorado e outra é doutoranda. Do total de professores participantes, 40% (16) atuam há mais de 25 anos no ensino superior, 22,5% (9) atuam de 15 a 20 anos, 15% (6), de cinco a dez anos, 12,5% (5), de 20 a 25 anos, e 10% (4), de dez a 15 anos, demonstrando que o maior número de professores já chegou ao topo da qualificação e também tem bastante tempo de docência.

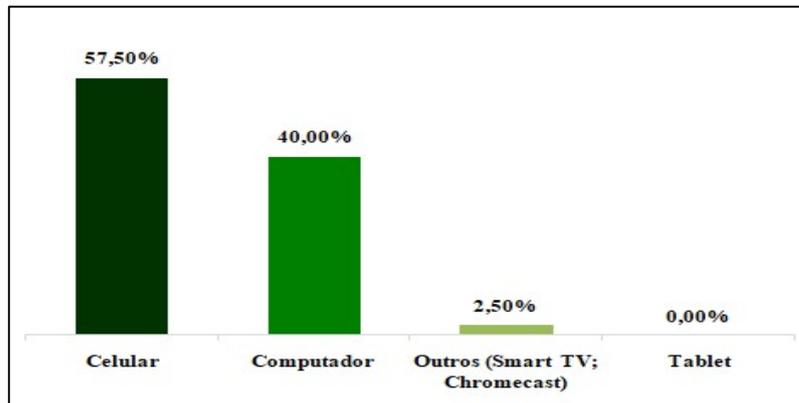
Do total de professores participantes, 40% (16) lecionam pelo menos duas disciplinas durante os cursos, 25% (10) lecionam três disciplinas, 25% (10) lecionam cinco ou mais disciplinas, 5% (2) lecionam somente uma disciplina e outros 5% (2) lecionam quatro disciplinas ao longo do curso.

3.2 USO DA INTERNET

Constatamos que 100% dos professores usam a internet, não diferenciando idade, tempo de ensino na universidade, qualificação e ter ou não filhos ou curso. Podemos perceber que a era digital foi totalmente incorporada pelos professores. Assim, a realidade digital, que é pautada em *bits*, ou seja, que é traduzida em números, subsume a relação com o mundo físico, que é pautado por átomos, e estabelece um espaço-tempo caracterizado pela velocidade

imensa de informações; um tempo efêmero, de produtos holográficos, está presente na vida dos professores. O aparelho eletrônico mais usado pelos professores é o celular, como indica os dados expostos no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Aparelho eletrônico mais usado para acessar a internet



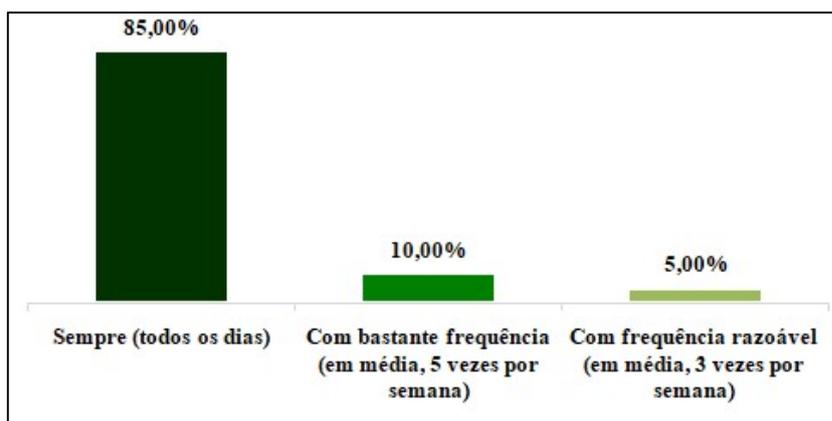
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

O celular é o aparelho eletrônico com tecnologia de acesso à internet mais usado por 57,5% (23) dos professores. 40% (16) usam mais o computador e 2,5% (1) usam mais *SmartTV* e/ou *Chromecast*. O tablet, apesar de ser uma das opções de resposta, não foi marcado. Desse modo, o celular, que ao longo do tempo avançou em sua capacidade de armazenamento de arquivos, troca de mensagens, fotos, vídeos, acesso à internet, aplicativos de redes sociais digitais, tudo em um objeto pequeno, capaz de ser carregado para todos os lugares, é o principal aparato eletrônico de acesso à internet, confirmando a tendência de que os processos de socialização ocorrem não apenas mediados por internet, mas pelo celular, que, ao longo do tempo, virou uma prótese dos indivíduos. Assim, todas as informações e notícias ficam aparentemente à mão, parecendo que somos nós que conduzimos esse processo.

Com relação à frequência de acesso à internet, constatamos que, da totalidade de participantes, 85% (34) acessam sempre (todos os dias) a internet, ou seja, a grande maioria. Apenas 10% (4) dos professores acessam a internet com bastante frequência (em média, cinco vezes por semana) e 5% (2) acessam a internet com frequência razoável (em média, três vezes por semana). É constante a interação na internet, seja pelo celular ou computador. Isso comprova que a internet está cada vez mais presente na vida das pessoas. A facilidade de

acesso e a presença em quase todos os espaços contribuem para que seja, atualmente, um elemento indispensável à vida humana.

Gráfico 4 – Frequência de acesso à internet

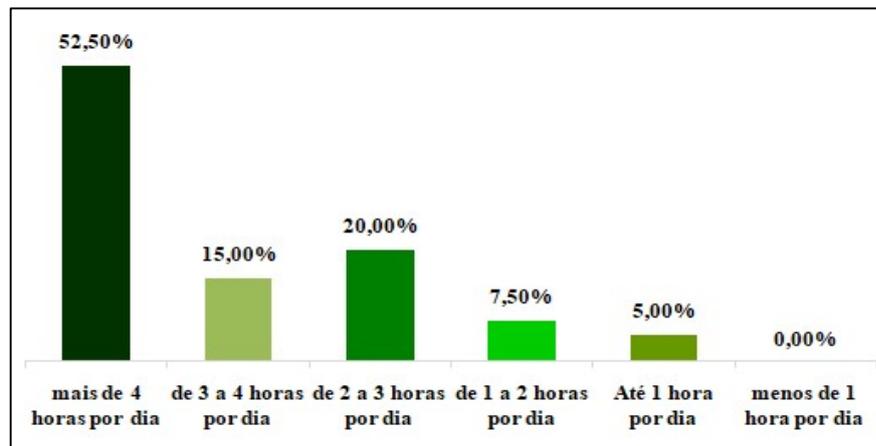


Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Fazendo cruzamentos, percebemos que, dos 85% (34) de professores que acessam todos os dias a internet, 38,23% (13) têm de 50 a 59 anos de idade, 35,30% (12) têm de 40 a 49 anos, 14,70% (5) têm de 30 a 39 anos, 8,82% (3) têm acima de 60 anos e 2,95% (1) tem menos de 30 anos de idade. Desse modo, os professores de 40 a 59 anos acessam mais a internet, ou seja, os que estão na faixa média de idade dos pesquisados, significando que os mais velhos, acima de 60 anos, e os mais novos, de 30 a 39, têm menor frequência de acesso.

Com relação ao número de horas por dia, encontramos que, do total de participantes, 52,50% (21) acessam mais de quatro horas por dia a internet, 20% (8) acessam de duas a três horas por dia, 15% (6) acessam de três a quatro horas, 7,5% (3) acessam de uma a duas horas por dia, 5% (2) acessam até uma hora por dia e ninguém acessa menos de uma hora por dia.

Gráfico 5 – Horas de acesso à internet



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Percebemos que, além da maioria acessar a internet todos os dias, o tempo desse acesso também é muito, ou seja, mais de quatro horas por dia, e, geralmente, pelo aparelho celular. Essa constatação indica o quanto da vida e das relações sociais dos professores estão mergulhadas em uma realidade digital. Isolados fisicamente, mas conectados, as relações são estabelecidas em um mundo em que a sociedade, com suas contradições, é subsumida pelo mundo virtual. Essa constatação também é preocupante, já que o exercício da verdadeira experiência exige contato concreto com o outro, com o mundo, um contato que não venha com objetos selecionados, que não tenha aparo do choque, do inusitado, como afirma Walter Benjamin (1994). Se isso é organizado por algoritmos, já existe o cerceamento com a diversidade, o contrário, embora aparentemente a internet apareça como possibilidade dialógica com o diverso. Se a sociedade administrada já dificulta a experiência, o que dizer do mundo digital? Além do mais, a temporalidade efêmera do mundo digital, que nos bombardeia com informações, exerce o primado do tempo presente, deixando a capacidade de relacionar presente, passado e futuro mais obstacularizada. Se levarmos em conta que a Indústria Cultural também codifica pensamentos, organiza e divulga, e, no caso da internet, por meio de algoritmos, se tivermos indivíduos semiformados, reificados em larga escala, teremos também a expropriação de esquemas em massa, o que dificulta a percepção e, conseqüentemente, a possibilidade de desenvolver conhecimento, parte fundamental do exercício de ser professor.

3.3 USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

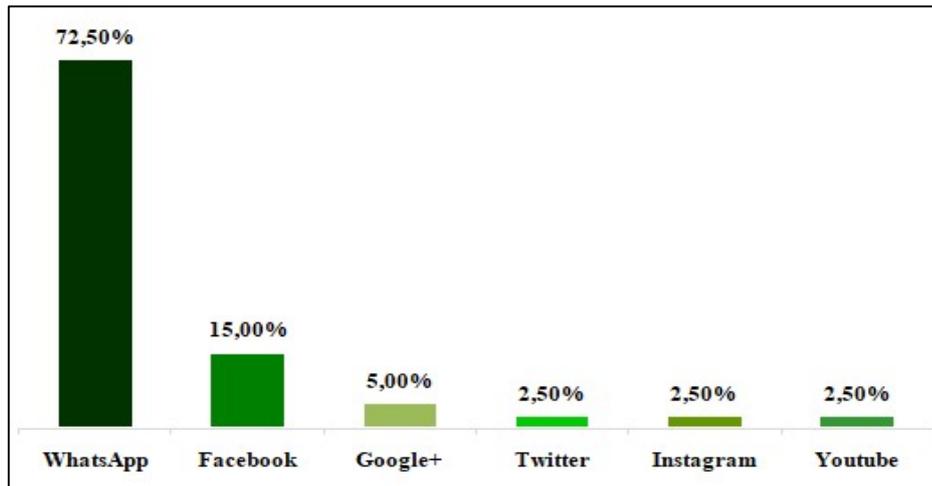
Todos os participantes conhecem e acessam as redes sociais digitais, o que demonstra que elas estão presentes no cotidiano dos professores. Assim, eles interagem permeados por uma linguagem muitas vezes reduzida pela própria lógica das plataformas, mediados por procedimentos e por uma racionalidade técnica, codificados em seu uso e consumindo, também, serviços e publicidade de mercadorias. Embora não esteja na aparência, esse conjunto de redes sociais digitais forma grandes monopólios em tecnologia digital que se inserem no capitalismo flexível, o qual oferece mercadorias diversas com a racionalidade do capital para o denominado “tempo livre”, que, na verdade, se insere na lógica da Indústria Cultural, propagadora da semiformação.

É sabido que a palavra usuário já indica certa relação de vício, que é estimulada na interação das redes sociais digitais. Por meio da rolagem com os dedos e dos algoritmos, as redes sociais digitais conseguem registrar e oferecer aos usuários uma reprodução de suas preferências, alimentando o círculo de necessidades retroativas, ou seja, alguma necessidade/interesse que foi constituída da particularidade social do capitalismo é oferecido para o usuário/consumidor, que se sente satisfeito e visto ao ver o oferecimento, a produção de um objeto/notícia/mercadoria que possa atender às suas necessidades.

Para Silveira (2018), a tendência nas redes sociais digitais é de que os usuários se entorpeçam com as informações que são constantemente atualizadas, de forma a manter a compulsão pelo acesso. Além disso, os algoritmos fortalecem e reforçam pensamentos estereotipados, e, como a Indústria Cultural estabelece uma rede, há a padronização dos produtos que aparecem em jornais digitais, redes sociais digitais, etc. Também podemos dizer que o sistema que reúne comportamentos, hábitos e opiniões, que são transformados em algoritmos, não regula e nem faz diferença entre verdade e mentira. Essa interação também traz desafios e incita reflexões sobre até que ponto o professor tem consciência desses processos.

No levantamento da primeira rede social mais acessada, apareceu o WhatsApp em primeiro lugar, com 72,5% (29), Facebook em segundo, com 15% (6), e, bem próximos, apareceram, com 5% (2), o Google+, 2,5% (1), Twitter, 2,5% (1), Instagram e 2,5% (1), YouTube.

Gráfico 6 – Primeira rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Ao fazermos o cruzamento¹⁷ entre a primeira rede social digital mais acessada e o total de professores participantes dos cursos de Jornalismo e Pedagogia, verificamos que, dos professores que acessam primeiro o WhatsApp (29), 82% (9) são de Jornalismo e 69% (20) de Pedagogia. Nesse sentido, essa rede social digital é mais acessada por professores do curso de Jornalismo, embora os professores de Pedagogia também acessem muito.

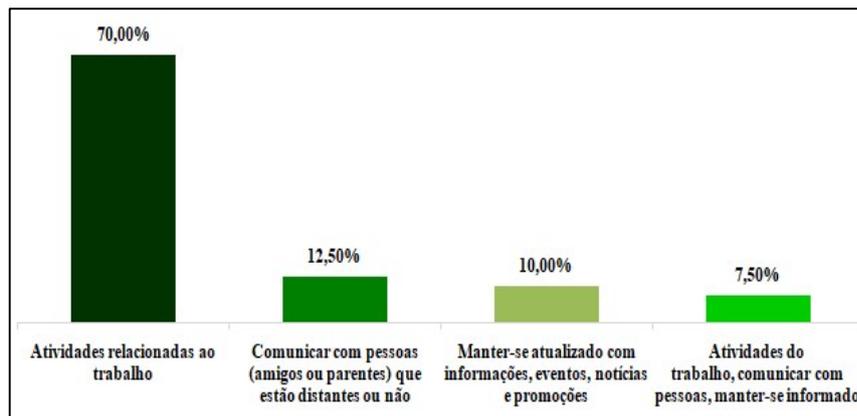
Mesmo surgindo em 2009, bem depois de outras redes sociais, como uma alternativa para o envio mais rápido de mensagens de texto, o WhatsApp, que pertence ao Facebook desde 2014, depois de muitas atualizações, atualmente permite compartilhar não somente mensagens de texto em conversas pessoais ou em grupo, mas diversos arquivos de mídia, como fotos, vídeos, documentos, localização de GPS, além de realizar chamadas de voz e vídeo, o que deixou essa rede com a possibilidade de ser mais acessada. Essa rede social digital pode ser inserida em celular, que foi o veículo que mais se acessa a internet, e é uma das redes que tem mais crescido em número de usuários, sendo a mais acessada pelos professores universitários pesquisados.

Com relação aos motivos pelos quais os professores acessam a rede social indicada como primeira, 70% (28) dos professores afirmaram que era para atividades relacionadas ao trabalho, 12,5% (5), para se comunicar com pessoas (amigos ou parentes) que estão distantes

¹⁷ Os cruzamentos foram realizados levando em conta o total de professores que participaram da pesquisa de cada curso, no sentido de revelar a significância verdadeira. Se ficássemos apenas no número cru que aparece em cada resposta, sem cruzarmos com a totalidade de professores que participaram, como há mais professores de Pedagogia, a significância imediata sempre daria para Pedagogia. Assim se fez em todos os cruzamentos.

ou não, 10% (4), para manter-se atualizado (a) com informações, eventos, notícias e promoções, e 7,5% (3), para atividades do trabalho, comunicar com pessoas e manter-se informado.

Gráfico 7 – Motivos para ser a primeira rede social digital mais acessada



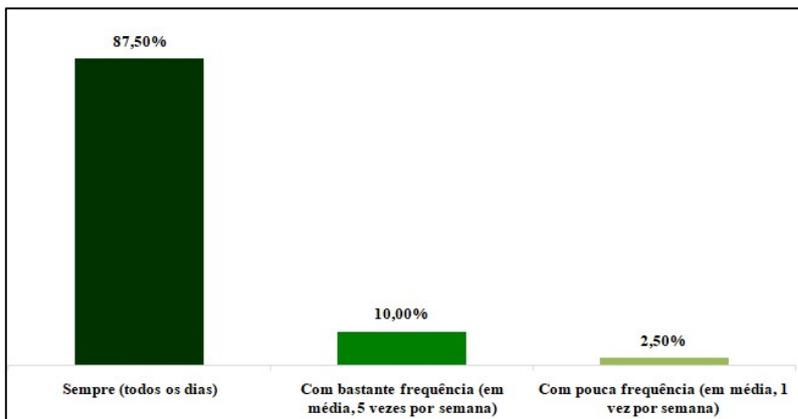
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Verificamos que, dentre os motivos para se acessar a primeira rede social, o maior não foi comunicar com pessoas, mas sim realizar atividades relacionadas ao trabalho. No que se refere ao WhatsApp, essa tendência é reforçada principalmente para empresas privadas com a criação do WhatsApp Business, que foi desenvolvido especialmente para ampliar a capacidade de alcance de divulgação de empresas, mercadorias e serviços, além de permitir conexão facilitada com clientes.

O WhatsApp, aparentemente baseado nas necessidades de seus usuários, segue oferecendo atualizações, estimulando a continuidade de seu uso. Desse modo, o usuário não é rei ao ser contemplado com funções que atendem às suas necessidades, mas objeto da Indústria Cultural, visto que o WhatsApp faz parte do mecanismo da indústria que alimenta cada vez mais a produção de produtos diversificados.

Com relação à frequência do acesso da primeira rede social, 87,5% (35) dos professores acessam sempre (todos os dias), 10% (4) acessam com bastante frequência (em média, cinco vezes por semana) e 2,5% (1) acessa com pouca frequência (em média, uma vez por semana).

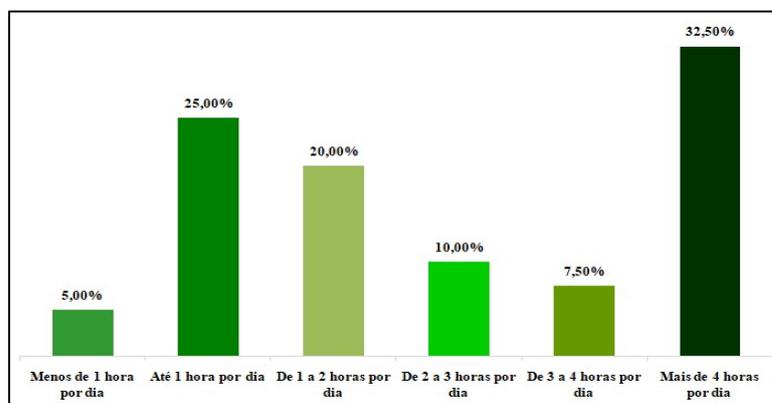
Gráfico 8 – Frequência de acesso à primeira rede social mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

A grande maioria dos professores acessa sua primeira rede social digital todos os dias, demonstrando o quanto as redes sociais digitais estão em suas vidas. Podemos dizer que faz parte da racionalidade das redes sociais digitais a necessidade de acesso constante, podendo converter-se em vício pelo fato de estarem sempre se atualizando com as informações que circulam nas redes. Com relação às horas por dia em que os professores permanecem conectados à sua primeira rede social digital mais acessada, encontramos que 32,5% (13) permanecem conectados por mais de quatro horas por dia, 25% (10) ficam conectados até uma hora por dia, 20% (8), de uma a duas horas por dia, 10% (4), de duas a três horas por dia, 7,5% (3), de três a quatro horas por dia, e 5% (2), menos de uma hora por dia.

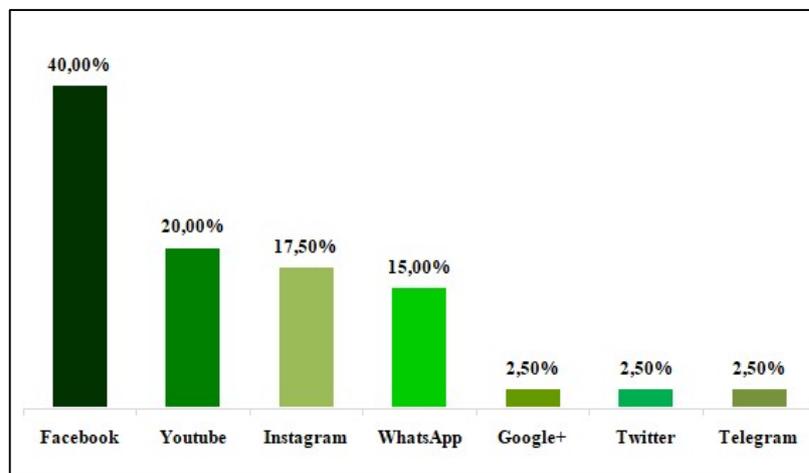
Gráfico 9 – Horas de acesso à primeira rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

O WhatsApp aparece como a primeira rede social digital mais acessada em grande quantidade para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho, todos os dias e por mais de quatro horas por dia. Realçamos que as relações estabelecidas são prioritariamente envolvidas com o trabalho e, em segundo lugar e muito abaixo, é para se comunicar com amigos. Desse modo, a relação de trabalho ocupa a maior parte das relações estabelecidas por essa rede social digital. Em segundo lugar das redes sociais digitais mais acessadas, apareceu o Facebook, como indica o Gráfico 10 abaixo.

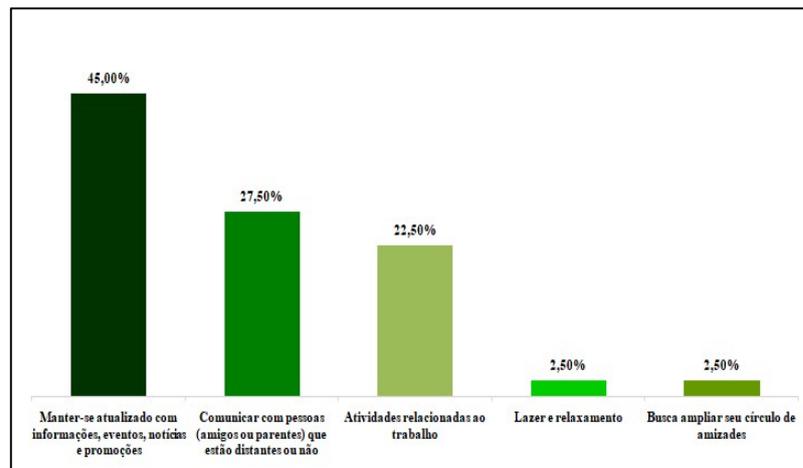
Gráfico 10 – Segunda rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Se levarmos em conta o total de professores de cada curso que respondeu o questionário, em termos de percentual, não há diferença significativa entre os professores de Jornalismo e de Pedagogia, ou seja, ambos acessam o Facebook como segunda rede social digital mais acessada. Os motivos para o acesso foram:

Gráfico 11 – Motivos para ser a segunda rede social digital mais acessada



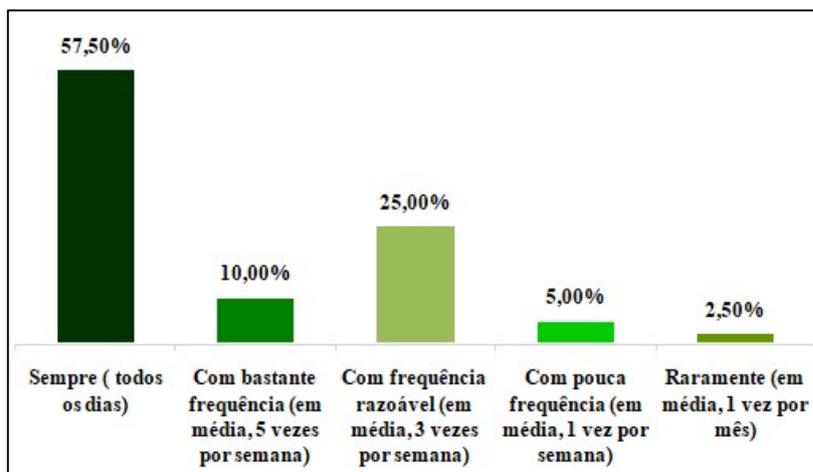
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Para 45% (18) dos professores, o principal motivo é manter-se atualizado (a) com informações, eventos, notícias e promoções. Para 27,5% (11), é para se comunicar com pessoas (amigos ou parentes) que estão distantes ou não; para 22,5% (9), é para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho, para 2,5% (1), é para lazer e relaxamento, e para 2,5% (1), para ampliar o círculo de amizades. Notamos que o Facebook, proprietário do Instagram, e que mantém intercâmbio de informações com o Twitter, como segunda rede social digital mais acessada, segue sua racionalidade de manter pessoas atualizadas com informações, eventos, notícias e promoções, além de permitir a comunicação com pessoas.

Como discutimos no capítulo anterior, já existe uma pesquisa que aponta que o WhatsApp e o Facebook fomentam a organização social do trabalho como coisificação, fazendo se perder a relação humana, parecendo que é só uma relação automática e rápida, estimulando a organização do trabalho dos docentes em tempo integral, estabelecendo contato permanente com alunos e pesquisadores, sem distinção entre tempo livre e tempo de trabalho.

Com relação à frequência na segunda rede social mais acessada, mais uma vez percebemos o quanto os professores estão envolvidos nas redes sociais digitais, pois o Facebook, mesmo sendo a segunda rede social digital mais acessada, é acessada todos os dias.

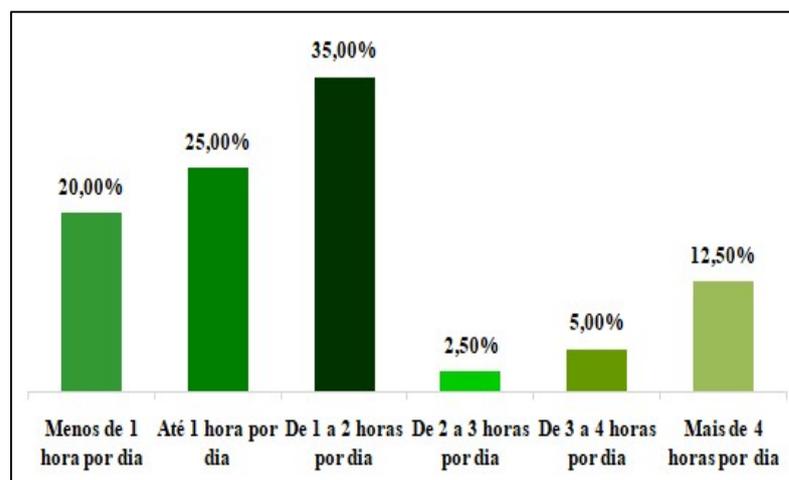
Gráfico 12 – Frequência de acesso à segunda rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Com relação às horas de acesso por dia, os dados revelaram que os professores ficam menos horas do que na primeira rede social digital mais acessada, o WhatsApp.

Gráfico 13 – Horas de acesso à segunda rede social digital mais acessada

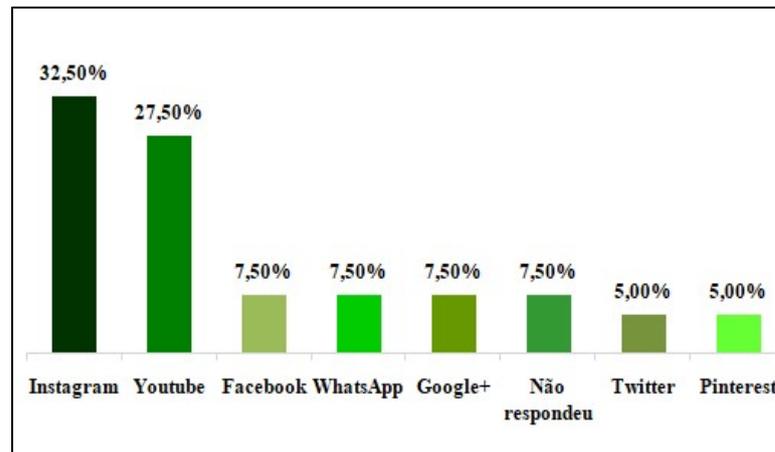


Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Varia entre menos de uma a duas horas por dia o acesso na segunda rede social mais acessada, mesmo que se acesse, em sua grande maioria, todo dia, realçando ainda o quanto os professores estão conectados às redes sociais digitais, seja para receber informações,

promoções, falar com pessoas ou realizar atividades do trabalho. Com relação à terceira rede social mais acessada, temos os seguintes dados:

Gráfico 14 – Terceira rede social digital mais acessada

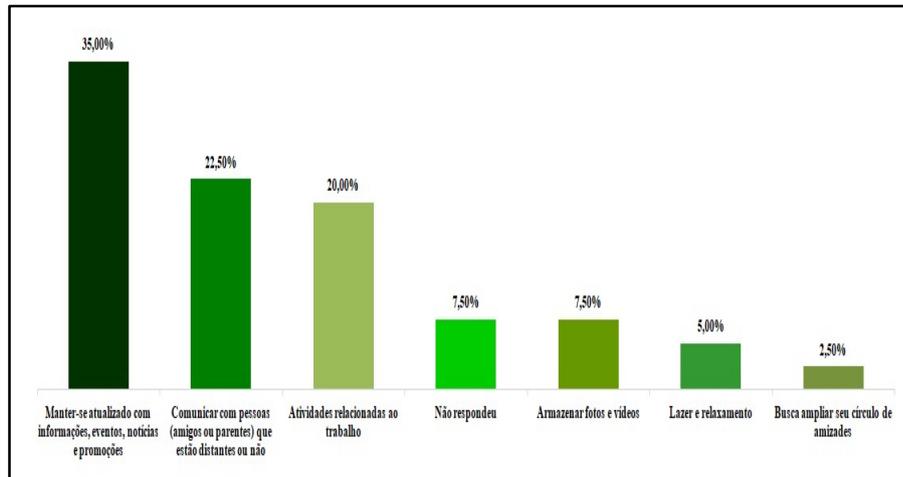


Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

O Instagram e o YouTube aparecem como mais relevantes, mas o Instagram é mais acessado. Ao cruzarmos os 32,5% (13) de professores que acessam o Instagram como terceira rede social mais acessada e o curso, observamos que 85% (11) são do curso de Pedagogia e 15% (2), do curso de Jornalismo. Considerando o cruzamento de professores com o total de participantes da pesquisa nos cursos de Pedagogia e Jornalismo, constatamos que 38% (11) dos professores de Pedagogia e 18% (2) dos professores de Jornalismo acessam mais o Instagram. Assim, essa rede é mais usada por professores de Pedagogia e para receber informações.

Os motivos citados para o acesso da terceira rede social digital mais acessada foram:

Gráfico 15 – Motivos para ser a terceira rede social digital mais acessada



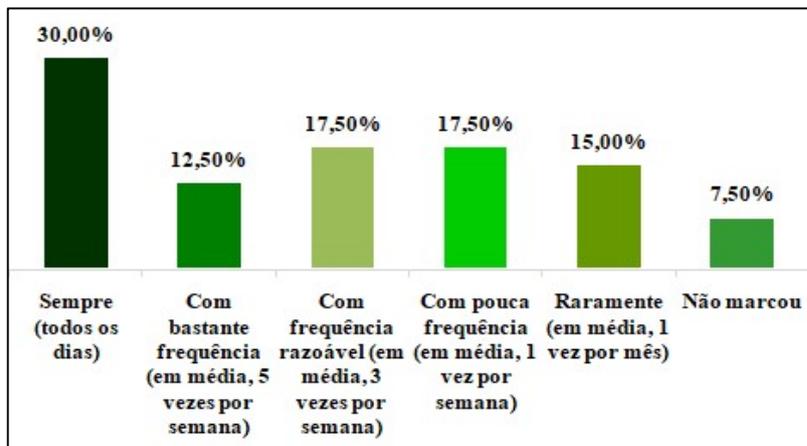
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Notamos que o Instagram, criado em 2010 e projetado para rodar em dispositivos móveis, é mais acessado pelo mesmo motivo do Facebook. Em segundo lugar, estão muitos próximos os motivos relacionados à comunicação e ao trabalho. Mesmo que o trabalho não seja citado como o principal motivo de acesso da segunda e da terceira rede social mais acessada, ele sempre aparece como terceiro motivo. Como vimos, o Instagram vem ampliando sua funcionalidade, inclusive sendo criado o Instagram for Business. Ele permite a inserção e oferece espaço de armazenamento de fotos e vídeos, sendo realizada a exposição da vida e, também, sendo um espaço multimídia para a divulgação e a venda de produtos e serviços.

É interessante observar que as três primeiras redes sociais digitais mais acessadas pelos professores desta pesquisa pertencem à mesma corporação, a empresa Facebook. Desse modo, fica evidente que as adaptações e atualizações que tais redes sociais sofreram ao longo do tempo ocorreram para aumentar o alcance e o número de usuários, além de garantir produtos diversificados para quem acessa.

Com relação à frequência de acesso à terceira rede social digital mais acessada:

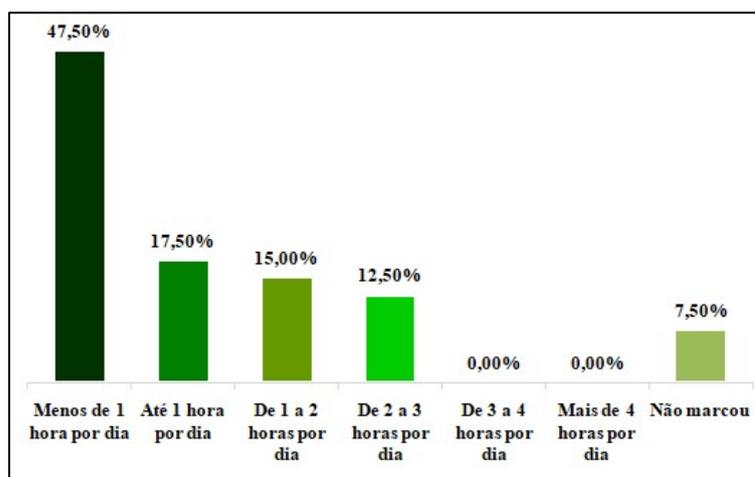
Gráfico 16 – Frequência de acesso à terceira rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Todos os dias continua aparecendo mais, porém, se juntarmos três vezes por semana, uma vez por semana e uma vez por mês, o percentual é maior, indicando que esse tipo de acesso também é muito frequente. Com relação às horas de acesso, constatamos a seguinte situação:

Gráfico 17 – Horas de acesso à terceira rede social digital mais acessada



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Percebemos que, em termos de horas de acesso da terceira rede social digital mais acessada, nenhum dos professores ficam mais de três horas, o que indica que, quando é para

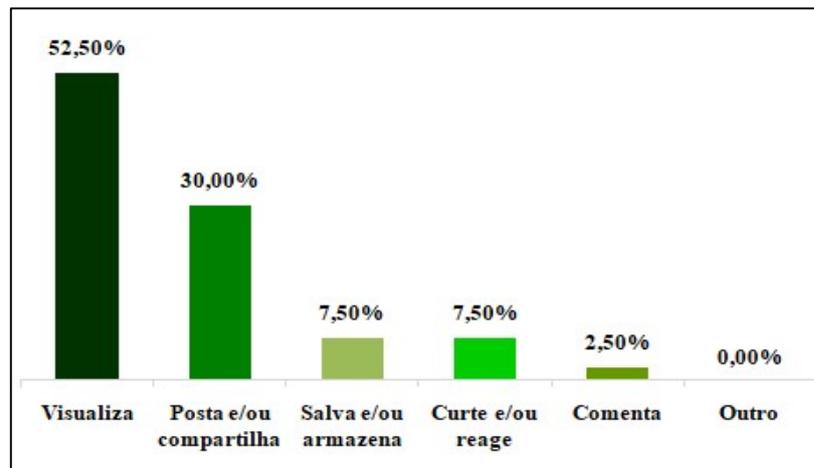
se comunicar e informar com pessoas, as horas de acesso diminuem, se levarmos em conta a primeira rede social digital mais acessada, que foi predominante o acesso para o trabalho. Considerando a frequência de acesso às redes sociais digitais, constatamos que o WhatsApp, o Facebook e o Instagram são acessados todos os dias, mas o percentual da primeira é bem maior, considerando também que é para trabalhar. Levando em conta as horas de acesso por dia, o tempo gasto em acesso ao WhatsApp é superior ao do Facebook e/ou Instagram. Isso indica que o WhatsApp não é somente a primeira rede social digital mais acessada, mas também é a que mais ocupa o tempo desses professores.

Essa realidade é preocupante, já que estudos indicam que o tempo nas redes sociais digitais subsume a experiência e, conseqüentemente, a narração, dificultando a renovação do passado no presente. Se há o primado do tempo presente e das informações velozes e acessíveis, também é estimulado o automatismo do usuário. E se tudo isso é obstacularizado, a formação humana também é. Desse modo, as condições de semiformação se ampliam. O fluxo intenso de informações exige tempo dos usuários, tempo gasto no consumo de informações rápidas e efêmeras pré-selecionadas que empobrecem a memória. Além disso, na enxurrada de informações, estão inclusos imagens, vídeos e textos que banalizam a violência e seguem a lógica do espetáculo, em que se estimula a passividade e a naturalização. Como bem afirma Walter Benjamin (1994), a ênfase no tempo presente dificulta o exercício da articulação de temporalidades, prejudicando a memória e as diferentes formas de comunicabilidade com os outros sociais, remetendo ao indivíduo solitário.

Da mesma forma, a conectividade, ocupando uma grande parte da vida, dificulta a possibilidade de esquecimento, já que possibilita copiar e repostar imagens e comentários em qualquer tempo e espaço. O indivíduo responsabiliza a máquina por um exercício que é do sujeito, o que permite que os acontecimentos sejam fetichizados, assim como a tecnologia.

Com relação ao que os professores mais fazem nas redes sociais digitais:

Gráfico 18 – O que mais fazem nas redes sociais digitais



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Levando em conta o cruzamento do que mais fazem nas redes sociais digitais com os dois cursos, tanto os professores de Pedagogia, como os de Jornalismo apresentaram percentuais próximos na atividade de visualizar, postar e curtir, não havendo diferença significativa dos professores por curso que estão ligados. Os 7,5% (3) dos professores que salvam e/ou armazenam mais e os 2,5% (1) que comentam mais são todos de Pedagogia.

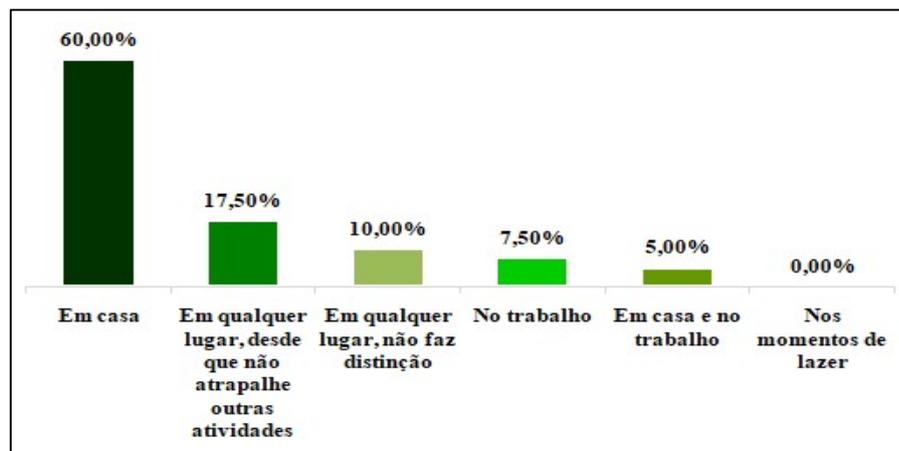
Com relação aos 7,5% (3) de professores que curtem e/ou reagem mais, dois são de Jornalismo e um de Pedagogia, o que equivale, em termos percentuais, se levarmos em conta o total de professores que responderam de cada curso, a 18% de professores de Jornalismo e 3% de Pedagogia. Assim, os professores do curso de Pedagogia utilizam mais as redes sociais digitais para salvar e/ou armazenar e comentar do que professores do curso de Jornalismo.

Constatamos que, embora sejam professores universitários, pesquisadores, construtores de teoria e do conhecimento, a interação nas redes é prioritariamente relacionada à visualização. Posta/compartilha aparece em segundo, e comenta aparece em bem menor quantidade, o que indica que, embora os professores estejam todos os dias e muito tempo nas redes, menos se difunde a produção do conhecimento e quase não se comenta e faz análise.

Importante ressaltar que, mesmo tendo diferenças, a racionalidade tecnológica permeia todas as possibilidades de interação. Como vimos a partir de Marcuse (1999), essa racionalidade organiza e perpetua formas de relações sociais e uma determinada razão instrumental, que se exerce tendo como meta ser funcional e rápida, portanto, sem oferecer espaço para se pensar e se exercer como reflexão, questões fundamentais para os professores.

Estudos também indicam que a relação dos professores com as redes sociais digitais tem conduzido ao produtivismo, além de exigir que os professores estejam o tempo todo de prontidão, já que a própria racionalidade das redes sociais digitais permite estar sempre acessível. Com relação ao local que os professores participantes mais acessam as redes sociais digitais, observamos:

Gráfico 19 – Local que mais acessa redes sociais digitais



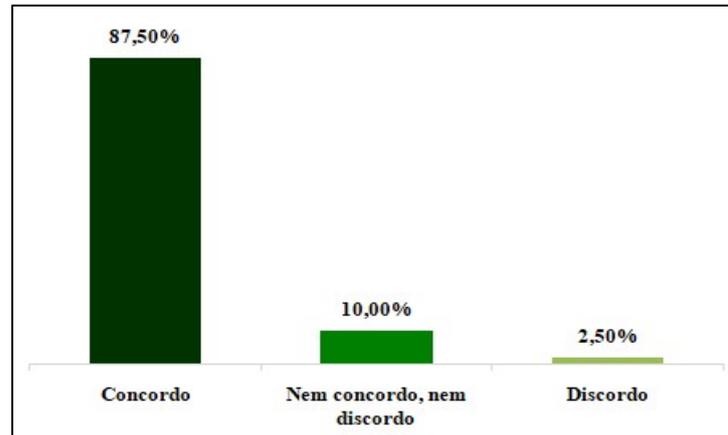
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Se a primeira rede social digital mais acessada, que é prioritariamente o WhatsApp, é usada para o trabalho, e o local que os professores mais acessam as redes sociais digitais é em casa, podemos constatar o quanto se trabalha em casa pela internet e pela rede social digital. Considerando o cruzamento do total de professores participantes de cada curso e o uso das redes sociais digitais em casa, não há diferença significativa, ou seja, todos estão trabalhando muito em casa pelas redes sociais digitais. Mas não é só em casa, mas em qualquer lugar que não atrapalhe as atividades ou em qualquer lugar sem distinção que foram as duas outras opções que mais apareceram.

Embora aparentemente estejam no âmbito do tempo livre e do ócio, as redes sociais digitais seguem a racionalidade do trabalho, pois lucram a cada novo usuário que abre um perfil, além de prolongarem o trabalho. Mesmo que não seja evidente, as redes sociais digitais, ao mesmo tempo em que distraem, seduzem e prendem seus usuários, lucram, se expandem e também mantêm os professores trabalhando, porém, pelo visto, com pouco lugar para realizarem o trabalho de produção do conhecimento, já que a atividade que mais realizam

é curtir. Perguntamos aos professores se o uso das redes sociais digitais permite a realização de atividades que antes não eram possíveis, e as respostas foram:

Gráfico 20 – Se as redes sociais digitais permitem realizar atividades que antes não eram possíveis



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Não há diferença significativa em termos de professores. Se levarmos em conta os cursos diferentes, ou seja, tanto professores de Pedagogia, como de Jornalismo apontam que as redes sociais digitais permitem realizar atividades que antes não eram possíveis. Essa não diferenciação também se repete com os que nem concordam e nem discordam.

Considerando o motivo pelo qual 87,5% (35) dos professores participantes concordam que as redes sociais digitais permitem realizar atividades que não eram possíveis, constatamos que as justificativas são variadas. Desse modo, agrupamos as respostas em categorias de acordo com as respostas¹⁸. Na exposição, iniciamos com as categorias que mais foram indicadas, até as menos respondidas. São elas:

- a) Rapidez no acesso, atualização, interação com informações/conhecimento e comunicação rápida com pessoas do trabalho e familiares distantes ou não.

“Rapidez no acesso a certas informações, importantes para o trabalho, por exemplo. Comunicação rápida entre amigos e familiares” (PP6).

¹⁸ Identificamos as respostas dos professores de acordo com o curso, desse modo, quando for professor de Pedagogia, será “PP”, e quando for professor de Jornalismo, será “PJ”.

“[...] É grande também a utilidade da internet (não só das redes sociais) para a pesquisa por trabalhos acadêmicos, permitindo um enriquecimento enorme na bibliografia de que precisamos” (PJ9).

“Porque estas possibilitam maior rapidez nos contatos, maior fluxo e abrangência” (PP16).

“Antes nós tínhamos outro tipo de comunicação. Hoje ampliou a intensidade” (PP18).

“Se tornou lugar de debate, bem como local de encontrar pessoas, embora tenha crítica à "novas" formas de relacionamento” (PP20).

“Porque me atualizo no tocante às áreas de investigação do meu interesse técnico/prático” (PP23).

“O mais interessante é o acesso rápido e em tempo real à informações cotidianas e diárias da imprensa” (PP34).

b) Realização de atividades não presenciais e economia de tempo.

“Ela agiliza a tomada de algumas decisões que, anteriormente, só eram possíveis presencialmente, em reuniões” (PJ2).

“Porque não demandam a participação presencial. Resolvo muitas demandas de trabalho via redes sociais. Isso economiza meu tempo e das pessoas com que interajo” (PJ4).

“Pelas redes sociais considero ser possível encaminhar mais de uma questão ao mesmo tempo, sem a necessidade de reuniões presenciais” (PJ11).

“Porque o meio virtual dispensa esforços que seriam necessários para uma relação face-a-face da mesma ordem” (PJ24).

“As redes sociais permitem a realização de atividades que antes eram possíveis, agora porém em menor tempo!” (PP31).

c) Tecnologia que possui ferramentas.

“[...] por meio do compartilhamento de fotos e vídeos” (PJ14).

“[...] ferramentas interessantes como quizzes, vídeos e questionários” (PP38).

d) Contato com pessoas para mobilização.

“[...] mobilização/organização de pautas importantes na profissão” (PP10)

“[...] de contato com pessoas, possibilidade mobilização” (PP15).

e) Atividades mais ágeis e de baixo custo.

“Permite um contato mais frequente, com custo praticamente nulo, o que possibilita a resolução de problemas diversos relacionados ao trabalho e à permuta necessária de conhecimentos” (PJ9).

“Creio que torna as atividades mais ágeis e/ou menos onerosas, mas não as impede. Muitas vezes as empobrece” (PP12).

f) Não foi possível formar categoria.

“Antes da internet também realizávamos muitas coisas. Com a internet com certeza temos algumas facilidades” (PP5).

“Facilita” (PP33).

g) Embora concorde, não respondeu o motivo:

(PP39)

Percebemos que os professores consideram que as redes sociais digitais são uma tecnologia que possui ferramentas que tornam mais rápido o acesso a certas informações e, inclusive, ampliam a bibliografia. Quando se referem ao aumento da bibliografia, parece que estão se referindo a outros sites, e não às redes sociais digitais, mas não foi possível checar. Amplia-se também a rapidez de decisões, a agilidade, ou seja, se faz uma atividade mais rápida, se economiza tempo, mas para onde vai o tempo ganho? Para mais trabalho?

Mesmo que seja difícil distinguir verdade de mentira, visto que a própria racionalidade das redes sociais digitais permite que todo usuário poste algum conteúdo, os professores consideram que as redes sociais digitais se tornaram lugar de debate, mesmo que comentem pouco. A discussão e a produção do conhecimento também são prejudicadas, já que algumas redes sociais digitais possuem limite de caracteres para comentários, além do fato de não terem sido criadas para produzir conhecimento, mas para propiciar comunicação rápida sem a proximidade física. Outra questão a ser ressaltada é que, embora a ampliação das relações tenha sido apontada como uma conquista, ao mesmo tempo, os estudos indicam que há uma superficialidade, além de pragmatismo para o trabalho, como essa pesquisa já indicou.

Consideram que as redes sociais digitais propiciam atividades com um baixo custo, mas a quem serve esse baixo custo? Parece que só percebem o custo quando ele é evidente, demonstrando que não entendem profundamente a dinâmica do custo do ganho das redes sociais digitais. Outra questão a ser refletida é que o isolamento pode tornar os indivíduos cada vez mais individualizados e incapacitados de reconhecerem-se como parte da sociedade, e se não se reconhecem como social, não se veem como sujeitos de transformação.

Os 10% (4) dos professores que nem concordaram, nem discordaram expuseram as seguintes justificativas:

a) Depende da atividade.

“Sim e não a depender da natureza da atividade” (PP1).

“Facilitam algumas. Dificultam outras” (PJ3).

b) Poderia ser realizado sem elas.

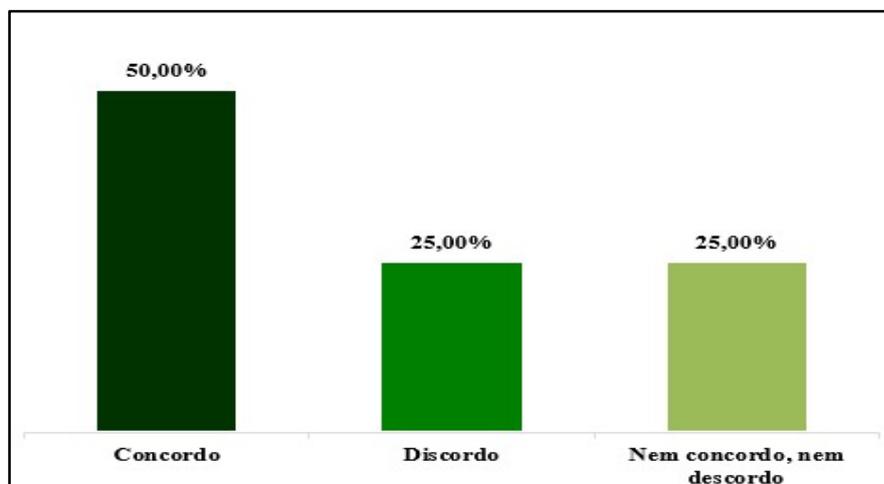
“As redes sociais agilizam e possibilitam maior e mais ampla comunicação, mas as atividades podem ser realizadas sem elas” (PJ35).

Notamos que os professores que nem concordam, nem discordam não dão tanta importância para o que as redes sociais digitais podem fazer, que antes não era possível, pois essa novidade depende da natureza da atividade a ser desenvolvida. Assim, não consideram também a racionalidade tecnológica embutida nas redes.

Considerando 2,5% (1) dos professores que discorda, a justificativa foi de que a mudança aconteceu apenas na forma de fazer atividades. “Se elas não existissem ainda as faria, aliás, antigamente já fazia todas as atividades, mas agora as faço de maneira diferente” (PP13). Nesse sentido, discorda porque considera que as atividades não mudaram; o que mudou foi a forma com que se realizam essas atividades, ou seja, o conteúdo não sofreu alteração.

Com relação ao tempo, foi perguntado aos professores se o uso das redes sociais digitais leva à perda de tempo, no que diz respeito à distração, também relacionada ao não viver.

Gráfico 21 – Se o uso das redes sociais digitais leva à perda de tempo



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Da totalidade de professores participantes, 50% (20) concordam que as redes sociais digitais levam à perda de tempo. Considerando o total de professores participantes de cada curso, observamos que 59% (17) do total de professores do curso de Pedagogia concordam, assim como 27% (3) do total de professores participantes do curso de Jornalismo. Portanto, os professores do curso de Pedagogia concordam mais que as redes sociais digitais levam à perda de tempo do que os de Jornalismo. Dos que discordam, 36% (4) são professores do curso de Jornalismo e 21% (6) de Pedagogia, confirmando que os professores de Jornalismo que responderam ao questionário discordam mais do que os de Pedagogia que as redes sociais digitais provocam perda de tempo. No que diz respeito a nem concordo e nem discordo, são praticamente iguais: 21% (6) do total de professores do curso de Pedagogia e 36% (4) do total de professores do curso de Jornalismo.

Observamos que os professores de Pedagogia têm uma preocupação maior, uma consciência maior das contradições das redes sociais digitais. Constatamos também que os professores de Jornalismo trabalham mais pelas redes sociais digitais; pode ser daí a impressão de que não estão perdendo tempo. Mas, estando diretamente ligados à educação, é importante que estejam atentos para o que está para além da aparência. Como um produto cultural da indústria da cultura, as redes sociais digitais exigem uma análise crítica, já que, atualmente, predominam nos processos de socialização.

Levando em conta os 50% (20) de professores que concordaram que as redes sociais digitais levam à perda de tempo, as categorias que foram organizadas a partir das respostas foram:

a) Envolve, distrai e vicia.

“É fácil começar a olhar algo e continuar por mais tempo do que necessário sem perceber” (PJ3).

“Porque a racionalidade das redes sociais é organizada para atividades que levam à distração e o ritmo do não pensar” (PP22).

“Se as redes são utilizadas indiscriminadamente, o tempo todo, podem nos tirar de atividades realmente importantes, pois perdemos a noção de quanto tempo nos envolvemos nisso” (PP27).

“Se não tomar cuidado pode tomar muito tempo pois vicia” (PP28).

“A possibilidade de dispersão é muito grande. De um motivo vai-se a outro e acaba-se permanecendo muito mais tempo nas redes sociais do que o pretendido” (PJ35).

“Ela é sedutora” (PP37).

b) Distrai com coisas fúteis/banalidades, informações duvidosas/mentirosas e consumismo.

“Se perde tempo com coisas fúteis” (PP5).

“Muita informação é duvidosa” (PP7).

“Caso fique restrito a banalidades” (PP23).

“Há assuntos e mensagens que não tem conteúdos relevantes” (PP33).

“Pouco conteúdo relevante, muita desinformação, incentivo ao consumismo” (PP34).

c) Distância das atividades essenciais de formação, pesquisa e ensino de outras tarefas.

“A perda de tempo diz respeito sobretudo à burocratização do trabalho que impõe um dispêndio enorme de energia, afastando-nos de atividades essenciais de formação, pesquisa e ensino” (PP12).

“Pois diversas vezes, ao acessar as redes sociais nos fazem dispersar e não realizar outras tarefas” (PP17).

d) Alienação com relação à vida real.

“[...] pode nos imputar a alienação com relação à vida real” (PP16).

e) Não foi possível formar categoria.

“Na maioria das vezes sim” (PP1).

f) Embora concorde, não respondeu o motivo:

(PP39).

Percebemos que as justificativas dos professores que concordam que o uso das redes sociais digitais leva à perda de tempo apontam para aspectos negativos, confirmando que as redes sociais digitais atrapalham a atividade de produção do conhecimento. Para além disso, podem dominar o tempo devido à grande quantidade de (des)informações que circulam e que facilmente distraem quem acessa.

Como discutimos no capítulo anterior, estudos indicam que o fluxo constante de conteúdo nas redes sociais digitais prejudica a memória, a atenção, a percepção do tempo e a sensibilidade. O excesso de conteúdo violento pode, muitas vezes, levar à banalização de situações desumanas, além de estimular a aceleração e a compressão temporal, pois os usuários se rendem ao tempo presente, imediato, *online*, incapacitados de articular temporalidades, adaptando-se cada vez mais ao estado de prontidão e acesso constante, ou seja, funcionais ao capital. Considerando as respostas de 25% (10) dos professores que discordam que as redes sociais digitais levam à perda de tempo, as categorias foram:

a) Depende do uso e da consciência do sujeito.

“A perda de tempo, a meu ver, não está ligada a nenhuma tecnologia, e sim à postura que assumimos diante da vida e dos compromissos. Considero, por isso, que mesmo o uso fortuito, de lazer e entretenimento, das possibilidades da internet, não constitui perda de tempo, na medida em que feito de forma consciente e não prejudicial às responsabilidades comuns da vida” (PJ9).

“Depende do uso crítico. Saber o que e com que objetivo acessar” (PP15).

“É uma decisão do usuário, a ideia de perda é uma avaliação do próprio usuário que decidiu fazer uso, fator que, na minha visão, não cabe a outrem” (PP19).

“São tecnologias e o uso pode levar ou não a isso. As redes em si não fazem nada. Quem faz é sempre o sujeito” (PJ25).

b) Ganha tempo.

“Pelo contrário, faz ganhar tempo” (PP8).

c) Ganha tempo, mas trabalha mais, pois trabalha todo o tempo, inclusive no tempo livre.

“Porque elas potencializam as atividades, permitindo fazer mais coisas em menos tempo. Se, contudo, no meu caso, não levam à perda de tempo, elas também não me ampliam o tempo livre, pois tenho trabalhado muito mais com elas do que antes” (PJ24).

d) Possibilita integração.

“As redes sociais possibilitam a integração e isso é importantíssimo para uma vida em sociedade” (PJ11).

e) Facilita a comunicação.

“Facilita a comunicação” (PP29).

Dentre as justificativas que discordam, somente uma não foi satisfatória: “Não necessariamente” (PP13).

Percebemos que, embora algumas justificativas exponham pontos positivos, como o ganho de tempo e a facilidade de comunicação, chama a atenção as contradições presentes no uso das redes sociais digitais, pois, apesar de ganharem tempo, trabalha-se mais, inclusive no tempo livre, ou seja, o tempo da vida é engolido pelas redes sociais digitais. Além disso, também percebemos uma tendência de considerar as coisas sob um ponto de vista pessoal, subjetivista, sem vinculação com o todo, com a racionalidade tecnológica que a própria rede social carrega. A forma com que as relações sociais são estabelecidas já são esquematizadas na produção, nesse sentido, o seu uso e consumo, em sua grande maioria, segue essa racionalidade.

Considerando as justificativas de 25% (10) dos professores que nem discordam e nem concordam que as redes sociais digitais levam à perda de tempo, notamos que todas afirmam que a questão da perda de tempo depende do uso.

a) Depende do uso.

“Depende do uso que se dá a elas. Eu economizo muito tempo e deslocamentos reais graças às redes sociais. Mas também desperdiço muito tempo com futilidades nas redes sociais (como ver a um capítulo e novela, por exemplo)” (PJ4).

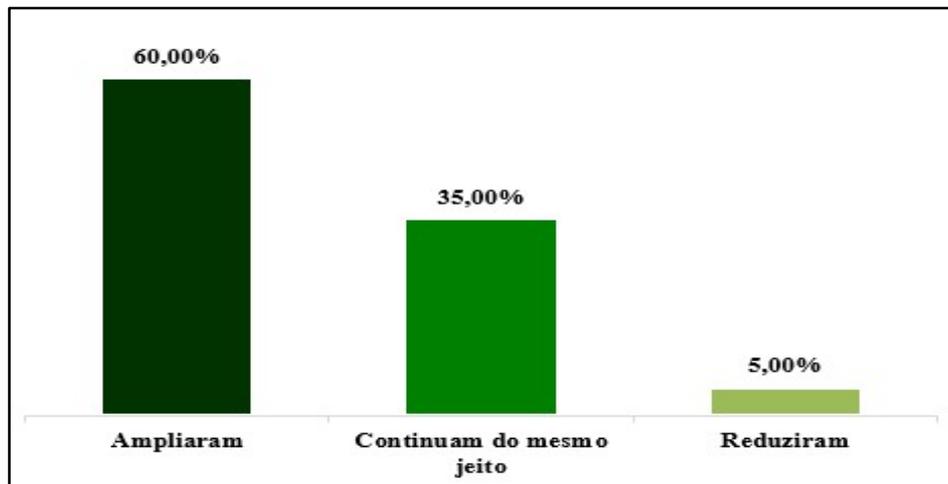
“É preciso fazer o gerenciamento do tempo para que a mesma seja utilizada de forma produtiva” (PP10).

“Depende da disciplina que estabelecemos para conciliarmos seu uso com as demais atividades que devemos desenvolver” (PJ14).

“Às vezes levam à perda de tempo. Às vezes são úteis para o trabalho e as relações sociais” (PP38).

Dentre os professores que nem discordam e nem concordam, observamos que, embora tenham certa compreensão das contradições presentes nas redes sociais digitais, reconhecendo que a perda de tempo depende da forma com que se utiliza e que é preciso o uso consciente para que seja produtivo, notamos também certo subjetivismo que desconsidera a racionalidade tecnológica das redes sociais digitais. Novamente, percebemos um processo de individualização que é funcional para a manutenção da sociedade capitalista. Desse modo, a mesma época em que as relações sociais se encontram mais desenvolvidas e os recursos tecnológicos mais avançados, possibilitando ampliar as relações, é também a época em que os indivíduos são mais individualistas. Perguntamos também se as relações sociais se ampliaram, se continuaram do mesmo jeito ou não, e os professores responderam:

Gráfico 22 – Sobre as relações



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

A maioria acredita que ampliaram. No cruzamento com o total de professores participantes de cada curso, observamos que os professores de Jornalismo acreditam mais que as relações ampliaram, 82% (9), do que do curso de Pedagogia, 52% (15). Mais uma vez, parece que a Pedagogia embarca menos no canto da sereia das redes sociais digitais. Mesmo que usem, muitos estão atentos às contradições presentes nas redes sociais digitais. O sentimento de que há uma ampliação das relações virtuais combinada com o empobrecimento das experiências também se confirma em outras pesquisas.

Trinta e cinco por cento (14) dos professores consideram que suas relações continuam do mesmo jeito depois das redes sociais digitais. No cruzamento com o total de professores participantes de cada curso, 45% (13) são do curso de Pedagogia e 9% (1), de Jornalismo. Esse resultado está coerente com o dado anterior, em que os professores de Pedagogia acreditam menos que as relações sociais ampliaram do que os de Jornalismo e, por isso, acreditam mais que as relações continuam do mesmo jeito. As justificativas dos professores que consideram que suas relações ampliaram são:

- a) Contato com mais pessoas e organizações distantes para além de grupos familiares e de trabalho.

“Facilitou o diálogo com mais pessoas que eu não me encontrava. Facilita as relações de trabalho” (PP5).

“Houve maior participação em grupos e maior interatividade com pessoas distantes” (PP8).

“Porque como as uso predominantemente para o trabalho, é possível estabelecer relações pela afinidade de temas e acesso à pesquisas” (PP16).

“Seria uma redução dizer que apenas se ampliaram. Na verdade, houve criação de novas relações, não só aquelas mediadas pelos aplicativos, mas de mim mesmo com esses mesmos aplicativos, com as empresas que os gerenciam, com os códigos que os condicionam e com os termos de uso que os regulam, para citar apenas algumas” (PJ26).

b) Perda da profundidade do diálogo e do debate.

“Os motivos disso me parecem auto evidentes. As tecnologias propiciam uma possibilidade de ampliação das relações sociais, simplesmente porque foram construídas para o compartilhamento e são assim utilizadas” (PJ9).

“Talvez em função da agilidade e da baixa exigência de profundidade nas relações” (PJ11).

c) Ampliaram com novas pessoas do trabalho e estudantes e distanciaram amigos e familiares.

“Ampliaram em alguma medida, mas reduziram em outra. Tenho mais contato com novas pessoas, como as do trabalho, sobretudo estudantes. Por outro lado deixo de ver pessoas mais próximas, como amigos e familiares” (PJ4).

d) Certos sites abrem espaços para reflexões.

“Porque, em sites sérios, abre espaço para reflexões, informação, compreensões” (PP23).

e) Não respondeu:

(PP20).

Percebemos que alguns professores comentaram que o uso das redes sociais digitais, apesar de ampliar as relações, provoca também a perda de profundidade do debate, das relações, além de aproximar cada vez mais as pessoas do trabalho, ao mesmo tempo em que distancia de amigos e familiares, ou seja, vida diminuída e trabalho alienado ampliado. A possibilidade de contato com diversas pessoas ao mesmo tempo na racionalidade das redes sociais digitais dispensa aprofundamento das relações, que se tornam cada vez mais efêmeras e superficiais com curtidas. É interessante observarmos que muitos professores afirmam que suas relações ampliaram, ao mesmo tempo em que comentam pouco nas redes sociais digitais.

Dos professores que afirmaram que suas relações continuam do mesmo jeito, encontramos as seguintes categorias:

a) A definição das relações não se dá por redes sociais digitais.

“Não definem minhas relações e não é canal para ampliá-las” (PP1).

“Uso as redes para trabalho e comunicação com familiares. O que faria por telefone, faço hoje por WhatsApp. Não mudou” (PP27).

“No fundamental, as relações são estabelecidas fora das redes sociais” (PP31).

“Não uso as redes sociais para ampliar relações de amizade ou trabalho, uso para me comunicar com as relações de amizade e trabalho que já tenho” (PP34).

“Não alcei novos amigos, mas converso com os que já conheço” (PP40).

b) Não houve alteração significativa.

“Não alterou minha rede de relações” (PP22).

“Não interferiu nas relações” (PP37).

c) Não foi possível formar categoria.

“Não sei o que se quer dizer com ampliaram ou reduziram as minhas relações” (PP13).

d) Não respondeu:

(PP18), (PP39).

Percebemos que alguns professores acreditam que as redes sociais digitais, apesar de permitirem ampliar quantitativamente as relações, não são a única forma de relação, e podem ser utilizadas somente para manter as relações que já existem, sem interferir. Considerando as relações que reduziram, as justificativas foram:

a) Relações pragmáticas para resolução de problemas.

“As relações estão cada vez mais pragmáticas. Se se leva em consideração a operatividade dos processos de trabalho, as relações se ampliaram, mas também se empobreceram porque tendem a se pautar pela "resolução de problemas".” (PP12).

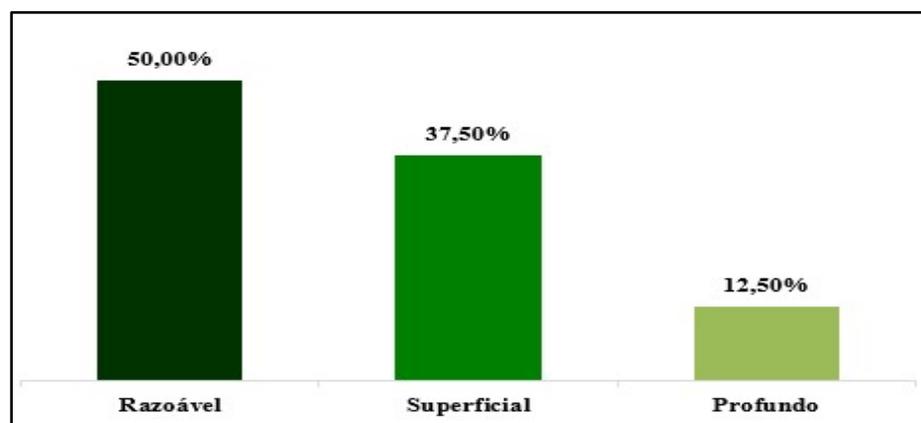
b) Simplificação das conversas em redes sociais digitais e redução de contato pessoal.

“Simplificamos as conversas em redes sociais e reduzimos o contato pessoal” (PJ35).

As justificativas dos que discordam são pautadas no empobrecimento das relações sociais e na redução do contato pessoal. Embora possam ampliar as relações de trabalho, ao mesmo tempo empobrecem as relações, que são cada vez mais funcionais, práticas e

efêmeras, um movimento de presença ausente. Se o social é fundante do ser humano e, na atualidade, as relações sociais que o constituem estão cada vez mais empobrecidas, a formação humana também segue o mesmo ritmo. Relações empobrecidas e funcionais não significa que estão deixando de constituir os indivíduos, mas que estão formando seres sujeitados ao sistema, à conformação da realidade. Sobre a qualidade dessas relações, encontramos os seguintes dados:

Gráfico 23 – Sobre o nível de interação nas redes sociais digitais



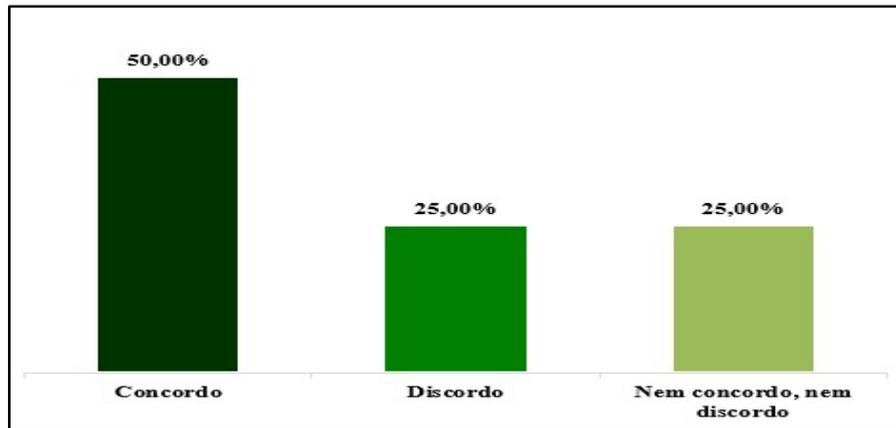
Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

A grande maioria acha que é razoável ou superficial a interação nas redes sociais digitais. É interessante que, por mais que as redes sociais digitais possibilitem a ampliação da interação, a qualidade dessa interação é prejudicada, vaga, com pouco envolvimento. Estudos indicam que, para além de proporcionar novas possibilidades de interação, as redes sociais digitais também produzem novas condições de isolamento, já que necessitam somente de um aparelho eletrônico para interagir. Ressaltamos que estabelecer relações mais amplas e ao mesmo tempo razoáveis e superficiais já está presente na produção das redes sociais digitais, seja pelo grande fluxo de informações que circulam e provocam uma atenção distraída, ou mesmo ao limitar a quantidade de caracteres nos comentários.

Do cruzamento dos 12,5% (5) que consideram o nível de interação profundo com o total de professores participantes de cada curso, observamos que 27% (3) são do Jornalismo e 7% (2) são da Pedagogia, sendo mais representativa essa resposta nos professores de Jornalismo. Novamente, notamos que os professores de jornalismo estão mais envolvidos nas redes sociais digitais e que, talvez, por trabalharem tanto por elas, tenham maior impressão de

que mantêm relações profundas. Mas essa crença também, mesmo que em menor probabilidade, foi encontrada nos professores do curso de Pedagogia. Perguntamos aos professores se as redes sociais digitais exerciam influência em sua opinião.

Gráfico 24 – Se as redes sociais digitais exercem influência na opinião



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Cinquenta por cento (20) dos professores participantes concordaram que as redes sociais digitais influenciam em sua opinião. Não há diferença significativa nos dois cursos.

No cruzamento dos 25% (10) que discordam com o total de professores participantes de cada curso, constatamos que, dentre aqueles que discordam, estão 31% (9) do total de professores participantes do curso de Pedagogia e 9% (1) do total de participantes do curso de Jornalismo. Nesse sentido, levando em conta o total de professores participantes de cada curso, dentre aqueles que discordam, os professores de Pedagogia discordam mais que são influenciados em sua opinião. Talvez por estarem conscientes e não se afetarem por tais informações, ou talvez por não terem consciência de seu poder. Esse dado poderia ser melhor aprofundado nas próximas pesquisas.

Considerando os 25% (10) que nem concordam, nem discordam e o cruzamento com o total de professores participantes de cada curso, observamos que, dentre aqueles que nem concordam e nem discordam, estão 36% (4) do total de professores participantes do curso de Jornalismo e 21% (6) do total de professores participantes do curso de Pedagogia. Nesse sentido, é mais significativo o percentual de professores de Jornalismo.

Com relação aos que discordam, são maioria os professores de Pedagogia. Dessa forma, notamos que, mesmo utilizando muito, assim como os professores de Jornalismo, os

professores de Pedagogia são maioria no reconhecimento de que a racionalidade das redes sociais digitais influencia a opinião de quem acessa. Outra vez, percebemos que os professores de Jornalismo consideram que podem não estar sendo influenciados e não dão tanta importância, demonstrando que não consideram, em sua análise, a racionalidade interna das redes sociais digitais ou estão reduzindo uma questão social ao subjetivo.

As justificativas que concordam que as redes sociais digitais exercem influência em sua opinião justificam por:

a) Circulação e acesso rápido de informações, ideias, conceitos e notícias.

“Porque há ideias e conceitos sobre tudo o que ocorre no mundo sendo veiculado nas redes sociais. Isso atinge minha vida” (PJ4).

“Porque ampliam o acesso a informações, o que me parece condição fundamental para a formação de opinião” (PJ24).

“Porque são citadas, divulgadas, utilizadas constantemente” (PP38).

b) Instiga debate/reflexão.

“Em vários momentos procuro me aprofundar sobre um assunto, inicialmente desconhecido para participar de grupos de debate” (PP10).

“Quando as acesso, reflito sobre as informações tentando apreendê-las em seus sentidos e implicações para as possibilidades da vida em um mundo mais igualitário, fraterno e livre (busco ainda a realização das promessas da modernidade que não se cumpriram)” (PP12).

“As redes sociais oferecem esclarecimentos, pontos de vista divergentes e atualização das informações” (PJ35).

c) Quando a fonte é confiável.

“[...] Informações divulgadas por algumas instituições têm grande chance de influenciar minha opinião, como as que provêm de movimentos sociais e partidos políticos específicos, por exemplo, por estarem alinhadas às minhas concepções” (PP27).

“Tenho alguns canais de notícias confiáveis feito por profissionais sérios e sem compromisso com as narrativas hegemônicas da grande mídia comercial” (PP36).

d) Acesso sem análise.

“Por vezes, as pessoas não filtram as informações que chegam por meio das redes sociais e sem verificar, tomam como verdade” (PP17).

“Acredito que exercem influência, especialmente se não buscamos identificar a veracidade das informações divulgadas, ou a fidedignidade da fonte” (PP27).

e) Não respondeu.

(PP39).

Percebemos que alguns concordam que, para influenciar, é preciso que a informação seja, primeiro, de uma fonte confiável. Outros afirmam que, em vários momentos, aprofundam sobre um assunto, mas como aprofundar nas redes sociais digitais, que são lugares de circulação de informações efêmeras e fúteis? Dentre as justificativas dos que discordam que as redes sociais digitais exercem influência em sua opinião, os motivos foram:

a) Baseia-se em outras fontes de informação, fundamentos, análise de conjuntura, debate entre pares e conhecimento.

“Outras fontes de acesso à informação e conhecimento são prioritários” (PP1).

“Minha opinião ou/e ponto de vista, se baseia em fundamentos mais sólidos do que as informações e notícias veiculadas nas redes” (PP6).

“Eu me pauto em estudos mais aprofundados, análise de conjuntura e debate entre pares para me posicionar a respeito” (PP16).

b) Não influenciam.

“Não influenciam meu pensamento sobre as coisas” (PP22).

“Não me influenciam” (PP29).

c) Autonomia.

“Tenho bastante autonomia frente ao que leio” (PP7).

“Sempre busco saber o que é fake e o que não é. Tenho opinião formada sobre as questões” (PP18).

d) Não respondeu:

(PP21).

Constatamos que, por mais que as redes sociais digitais possam ser consideradas espaços que influenciam na opinião, para alguns professores participantes, existem outros canais de informação e conhecimento que são prioridade, além do fato de exercerem a autonomia na análise. Aqueles que nem discordam, nem concordam indicaram como justificativa:

a) Depende do tipo de interação e da fonte.

“Não acho que as tecnologias, elas próprias, interferem em opinião alguma. Mas, é indiscutível que os novos contatos que elas propiciam, caso sejam feitos e aproveitados,

podem, sim, enriquecer as opiniões e conferir oportunidades inauditas de aprendizado. Isso, contudo, não é algo automático, como, aliás, penso que os estudos sobre as redes sociais virtuais têm demonstrado: os quadros de disseminação de fakenews e de dificuldade de diálogo são muito comuns, mesmo nas redes hiperconectadas” (PJ9).

“Dependendo de quem for a pessoa que se comunica comigo, pode sim influenciar minha opinião. Se um amigo, colega de trabalho ou até mesmo um autor ou artista que admiro indica um filme ou um livro, por exemplo, eu tendo a buscar a indicação. Se uma pessoa que admiro por sua produção intelectual posiciona-se politicamente, tendo a concordar com a posição da pessoa e posso ter a minha influenciada por ela...” (PP34).

b) Influencia, mas não é determinante.

“Toda informação que recebemos influencia em como pensamos, mas não acredito que as redes sociais digitais sejam determinantes” (PJ3).

c) Existem outros meios que formam opinião.

“É um instrumento de aproximação e de relação. Há outros meios para formação de opinião” (PP19).

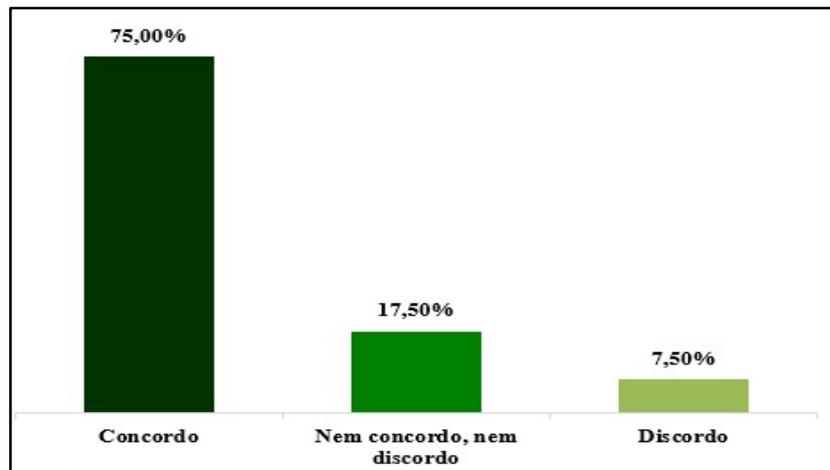
d) Não foi possível formar categoria.

“Não compreendi se a pergunta foi direcionada a minha pessoa ou em relação as outras pessoas?” (PP5).

Percebemos uma análise superficial das redes sociais digitais quando consideram que a influência depende do tipo de interação, que influencia, mas não determina, e que existem outros meios para formar a opinião, não considerando a racionalidade das redes sociais digitais, que possuem algoritmos que pré-selecionam os conteúdos das páginas e formam verdadeiras bolhas sociais, com padrões de comportamento e estereótipos. Além disso, a análise se restringe apenas ao sujeito, não considerando o todo. As redes sociais digitais estão presentes no cotidiano social não porque são impostas a todos e todas, mas porque a lógica totalizante do capitalismo estende seus tentáculos para todos os campos e também porque produz indivíduos alienados que não percebem as contradições da sociedade, aderindo às possibilidades de fuga da realidade vigente.

Quando perguntados se as redes sociais digitais podem promover conhecimento, colhemos as seguintes respostas:

Gráfico 25 – Se as redes sociais digitais podem promover conhecimento



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Do cruzamento dos 75% (30) dos professores participantes que concordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento com o total de participantes de cada curso, constatamos que, dentre os que concordam, 91% (10) são de Jornalismo e 67% (20), de Pedagogia. Desse modo, é bem mais expressivo o percentual de professores de Jornalismo que concordam que as redes sociais podem promover conhecimento.

Considerando o cruzamento dos 75% (30) de professores participantes que concordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento com o total de participantes em cada faixa etária, observamos que, dentre aqueles que concordam, estão 100% (1) do total de professores que têm menos de 30 anos de idade, 83% (15) do total de professores que têm de 50 a 59 anos de idade, 75% (3) do total de professores que têm mais de 60 anos, 67% (8) do total de professores que têm de 40 a 49 anos e 60% (3) do total de professores que têm de 30 a 39 anos. Nesse sentido, os professores que mais acreditam que as redes sociais digitais promovem conhecimento são os mais jovens, com menos de 30 anos, seguidos pelos mais velhos. Há uma contradição, já que os mais velhos não se veem influenciados, em sua opinião, pelas redes sociais digitais.

Levando em conta o cruzamento dos 17,5% (7) de professores participantes que nem concordam, nem discordam com o total de participantes de cada curso, observamos que, dentre aqueles que nem concordam, nem discordam, estão 21% (6) do total de professores do curso de Pedagogia e 9% (1) do total de professores do curso de Jornalismo. Nesse sentido,

observamos que o percentual de professores de Pedagogia que nem concordam e nem discordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento é mais significativo.

Considerando os 7,5% (3) de professores participantes que discordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento e o cruzamento com o total de professores participantes de cada curso, observamos que, entre aqueles que discordam, estão 10% (3) do total de professores do curso de Pedagogia e nenhum professor do curso de Jornalismo. Do cruzamento com o total de professores participantes em cada faixa etária, constatamos que 17% (2) do total de professores têm de 40 a 49 anos de idade e 5% do total de professores têm de 50 a 59 anos de idade. Os que mais discordam possuem a faixa de idade média.

Os motivos pelos quais os professores concordam que o uso das redes sociais digitais promove conhecimento são:

a) Circulação de conteúdo, informações e promove discussões.

“Porque servem de canais de veiculação de conteúdos, conexões com notícias, informações e pode promover maior discussão em torno de um determinado assunto” (PP8).

“Permitem que tenhamos acesso a uma grande variedade de conteúdos” (PJ14).

“A troca de experiência e informação já é um aprendizado (com devida capacidade crítica de fugir da fakenews)” (PP15).

“Pode ajudar na organização, difusão e formação de opinião” (PP33).

“As redes ampliam o nível, a qualidade (boa e ruim) e quantidade de informações” (PJ35).

b) Depende da fonte e da qualidade do debate.

“É possível ter acesso a muito conhecimento por meio delas, só é preciso buscar em perfis que ofereçam realmente isso” (PJ3).

“Concordo por acreditar que as pessoas podem refletir e sobretudo porque há conteúdo intrinsecamente crítico no âmbito de sua própria produção” (PP12).

c) Acervo de conhecimento da humanidade.

“Sim, podem, pois as bibliotecas e os museus hoje, com seus acervos, assim como os bancos de dados das universidades, nos permitem esta promoção e o aprofundamento do conhecimento” (PP16).

“O acesso a bancos de dados acadêmicos também se tornou expressivo, quase completo, com a internet. O que antes nos obrigava ao deslocamento a bibliotecas ou à custosa formação de uma biblioteca particular (a minha tem cerca de 10 mil exemplares),

tornou-se acessível sem esforço, em ferramentas como o Google Scholar, por exemplo” (PJ24).

d) Depende do uso.

“Sim, pela disponibilização dos estoques de conhecimento. Mas, repito, isso não é automático: depende do modo como os sujeitos interconectados as utilizam” (PJ9).

“Utilizando bons filtros, é possível encontrar muita informação de qualidade e bons debates nas redes sociais” (PJ11).

e) Instiga o aprofundamento de conteúdo.

“Dependendo do conteúdo, isso é possível. Em geral, as redes sociais têm conteúdo superficial. Mas esse contato com esse conhecimento não aprofundado pode abrir portas para outros espaços e materiais, depende do nível de curiosidade que desperta em você. Inúmeras vezes fiz buscas de filmes, publicações, autores, locais geográficos, hábitos culturais etc, graças a uma postagem que vi no Instagram. Também é comum que busque jornais, revistas e sites jornalísticos depois de ter visto uma postagem no WhatsApp” (PJ4).

“A participação em grupos de discussão de debates requer pesquisas e estudos de alguns assuntos, antes desconhecidos” (PP10).

f) Não foi possível formar categoria.

“Porque disponibiliza” (PP21).

g) Não respondeu:

(PP39).

Observamos que as justificativas consideram que as redes sociais digitais podem promover conhecimento, pois promovem maior discussão e troca de informações. No entanto, entre os professores pesquisados, o que menos se faz nas redes sociais digitais é comentar. Vimos também justificativas que apontam para o subjetivismo, pois reduzem o social ao individual, sem vinculá-los. Mesmo que possuam conteúdo superficial, pois informação difere de conhecimento, as redes sociais digitais parecem estar tomando espaço nas universidades como lugar de interação para o trabalho. As justificativas dos professores que nem concordam e nem discordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento são:

a) Depende do uso.

“Depende do uso” (PP7).

“[...] depende do modo como cada um a utiliza” (PP20).

b) Não promove, instiga.

“A depender das fontes, desperta-se o interesse” (PP40).

“Pode instigar a busca de conhecimento” (PP6).

c) Conhecimento limitado e restrito, mais informação que conhecimento.

“Sim, mas com os limites e restrições desse conhecimento. Não, pois informação (mais) do que conhecimento” (PP1).

d) Conhecimento superficial e não científico.

“Algum tipo de conhecimento sim, mas não supera o conhecimento científico” (PP22).

e) Não foi possível formar categoria.

“Conhecimento sobre o quê? Em que termos? Ler a justificativa anterior” (PJ26).

Os professores apontam que, por mais que se torne mais facilitado o acesso a variados conteúdos, o que mais circula nas redes sociais digitais são informações. Vimos que, em sua produção, as redes sociais digitais não foram criadas para promover conhecimento, mas para facilitar e tornar mais ágil as relações entre as pessoas, até porque, em algumas, existe o limite de palavras no texto, como o Twitter. Como o fluxo de informações é intenso e variado, cria-se a impressão de que quantidade é qualidade. Desse modo, a grande circulação de informações que dispensam a qualidade dificulta a criação, a análise e a crítica, adaptadas aos estereótipos e ao pensamento maniqueísta ou dualista que se limita em dividir todas as coisas em apenas dois opostos, “o bem e o mal” e “o certo e o errado”, havendo um fechamento ideológico (ADORNO, 1996). Aqueles que discordam que as redes sociais digitais podem promover conhecimento apontam:

a) Conhecimento se distingue de informação.

“Conhecimento e informação são complementares, porém distintos!” (PP31).

b) Produz desinformação e incentiva o consumo.

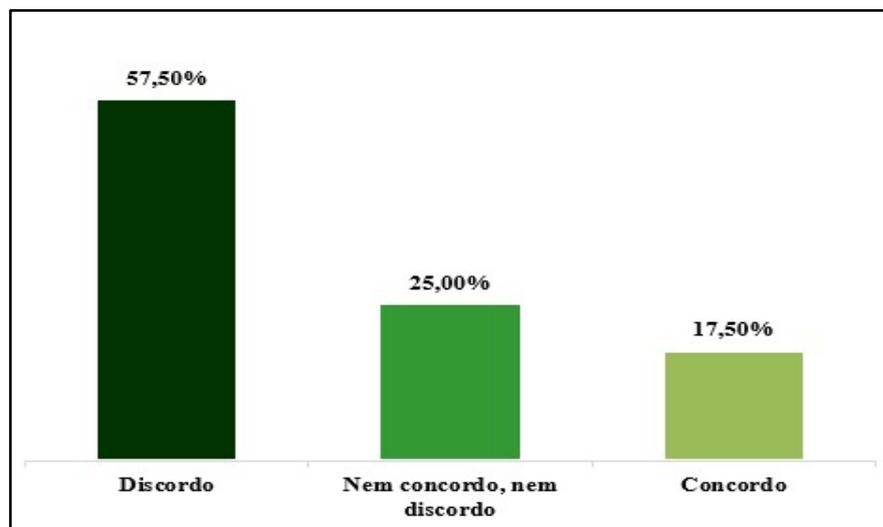
“Produz muita desinformação e muito incentivo ao consumismo, isso sim” (PP34).

Percebemos que as justificativas consideram as redes sociais digitais como mecanismos de manutenção da sociedade do capital. Afirmam que o que circula nas redes sociais digitais é informação, que se distingue de conhecimento, pois são produzidas para obter lucro, incentivar o consumo e divulgar a desinformação, um produto da indústria da cultura que dificulta o contato com o objeto, a reflexão e a produção do conhecimento, visto que ocupam todos os espaços. Além disso, sabemos que o usuário visualiza o já pré-selecionado pelos algoritmos, que filtram as informações, tendo por base os dados coletados

de cada um. Dessa forma, as redes sociais digitais, ao mesmo tempo em que mantêm seus usuários cada vez mais informados e atualizados sobre tudo o que acontece no mundo, expropria-os de si mesmo. Não é mais necessário pensar graças ao incessante contato com informações já digeridas que possuem seus esquemas formados, sendo funcionais à semiformação.

Perguntamos também se as redes sociais digitais determinam o modo de viver.

Gráfico 26 – Se as redes sociais digitais determinam o modo de viver



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Embora a maioria dos professores concorde que as redes sociais digitais influenciam em sua opinião e promovam conhecimento, ao mesmo tempo, discordam que elas determinam o modo de viver, como se a determinação no modo de viver fosse separada da opinião e do conhecimento; como se a temporalidade das redes sociais digitais não estivesse inserida no interior da vida humana, visto que fazem parte do aparato da indústria da cultura e de uma lógica totalitária que assume todos os espaços da vida.

Considerando o cruzamento dos 57,5% (23) de professores participantes que discordam que as redes sociais digitais determinam o modo de viver com o total de professores participantes de cada curso, observamos que, dentre aqueles que discordam, estão 62% (18) do total de professores participantes do curso de Pedagogia e 45% (5) do total de professores participantes do curso de Jornalismo. Nesse sentido, com relação aos que

discordam que as redes sociais digitais determinam o modo de viver, é mais significativo o percentual de professores de Pedagogia.

Levando em conta o cruzamento dos 25% (10) de professores participantes que nem concordam, nem discordam com o total de participantes de cada curso, observamos que, dentre aqueles que nem concordam e nem discordam, estão 45% (5) do total de professores participantes do curso de Jornalismo e 17% (5) do total de professores participantes do curso de Pedagogia. Isso indica que o percentual mais significativo é o de professores de Jornalismo, que também são os que mais concordam que as redes sociais digitais promovem conhecimento.

Do cruzamento dos 17,5% (7) de professores participantes que concordam que as redes sociais digitais determinam o modo de viver com o total de professores participantes de cada curso, observamos que, dentre aqueles que concordam, estão 21% (6) do total de professores participantes do curso de Pedagogia e 9% (1) do total de professores do curso de Jornalismo. Nesse sentido, o percentual de professores do curso de Pedagogia que concorda que as redes sociais digitais determinam o modo de viver é mais relevante, confirmando que parecem estar mais atentos às determinações do uso. Aqueles que discordam apontam como motivos:

a) Modo de viver pautado em educação, princípios, concepções de mundo e autonomia.

“Elas oferecem informações. Mas o que fazer com essas informações depende mais de minha educação e percepção ética construída fora das redes” (PJ2).

“Não me deixo influenciar de tal modo. Meus princípios determinam meu modo de viver, não as redes sociais” (PP5).

“Creio que meu modo de viver é atravessado pelos conteúdos da rede, mas também por outros que me formam e que se sobrepõem como as relações com o conhecimento científico e com a arte, particularmente a literatura” (PP12).

“Eu tenho autonomia e, portanto, não me deixo influenciar pelos modismos da rede” (PP16).

b) Não interferem.

“Não tenho dificuldades em ficar sem acessar as redes sociais” (PJ14).

“Não é a única fonte de informações” (PP32).

c) Quando se usa pouco tempo, não influencia.

“Pelo tempo que utilizo, pouco influencia” (PP7).

d) Não respondeu:

(PP1); (PP6); (PP20); (PP39).

As justificativas que discordam indicam que as redes sociais digitais, apesar de estarem presentes todos os dias e em todo o tempo, não são capazes de determinar o modo de viver, pois, para além das redes sociais digitais, existem determinações mais determinantes para o modo de viver, como a educação, os princípios e a autonomia. Os professores que nem concordam, nem discordam afirmam:

a) Influencia, mas não determina.

“Considero o verbo "determinar" excessivo para definir isso. Não somos passivos diante das redes sociais virtuais. Mas, sim, elas alteram nossos modos de vida. Não porque determinem, e sim porque propiciam várias formas de interação social que não são disponíveis na relação face- a-face” (PJ24).

“Interferem bastante, porém não são determinantes!!!” (PP31).

b) Depende do uso.

“Às vezes sim, às vezes não. Isso depende das pessoas envolvidas e do conteúdo” (PP8).

c) Não foi possível formar categoria.

“Não tenho ideia do que seria o meu "modo de viver". Relacionado ao trabalho? Entretenimento? Sociabilidade? Ler a justificativa sobre influência de opinião” (PJ26).

Os professores consideram que as redes sociais digitais podem até influenciar o modo de viver ao promoverem variadas formas de interação social, mas, para alguns, esse fato não é determinante. Entretanto, sabemos que a racionalidade das redes sociais digitais busca ampliar seus tentáculos e está entranhada em todos os espaços. Portanto, são ferramentas de trabalho que expressam uma racionalidade totalitária da Indústria Cultural, e não as relações sociais presenciais estabelecidas na universidade.

Os professores que concordam que as redes sociais digitais determinam o seu modo de viver indicam os seguintes motivos:

a) Mudança de atitudes, hábitos, relações e postura política.

“As redes sociais podem modificar sua posição em relação a determinado assunto, postura, seguidores, apoiadores e até mesmo sobre política, cultura, gostos e preferências diversas” (PJ35).

“Sem dúvidas! Buscamos informações, carros e comidas por aplicativos, exercitamos com professores online, enviamos mensagens aos estudantes, orientamos dissertações e teses, participamos de reuniões de trabalho sem sair de casa! Estas são coisas muito inimagináveis a duas décadas atrás” (PP36).

b) Influencia.

“Sou afetado por isso” (PP13).

“Influenciam as pessoas” (PP29).

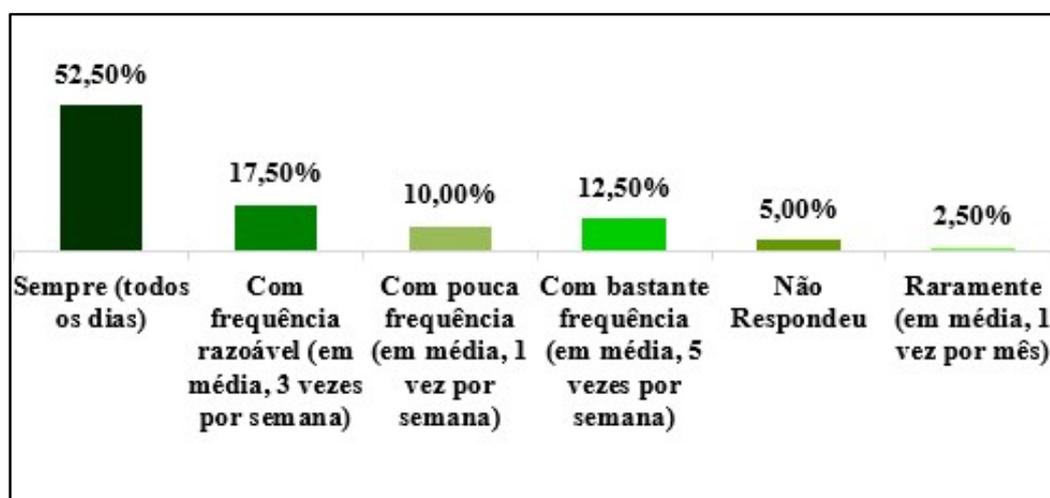
c) Mudança na relação espaço-tempo.

“Porque trabalho sem hora para terminar. A flexibilização da relação espaço/tempo (trabalho em qualquer lugar, a qualquer hora) determinam nossa forma de viver. O lazer se mistura ao trabalho no mesmo espaço virtual” (PP27).

Percebemos que os professores que concordam que as redes sociais digitais determinam o modo de viver reconhecem que essa socialização estabelece atitudes e hábitos, pois se trabalha em qualquer lugar e a racionalidade do trabalho está tanto nas redes, como em casa.

Indagamos os professores se eles interagem com algum grupo nas redes sociais digitais e percebemos que há uma grande interação com grupos. Com relação à frequência da interação em grupo, encontramos os seguintes dados:

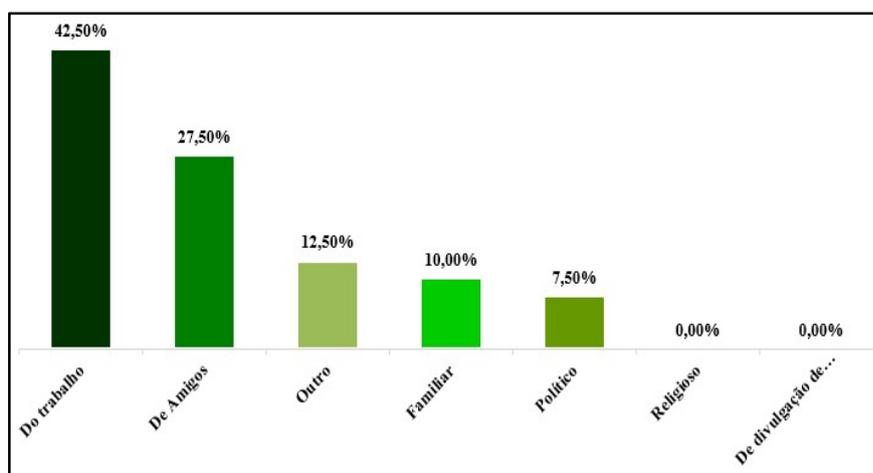
Gráfico 27 – Frequência de interação com grupo social



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Observamos que é significativa a interação dos professores em algum grupo ou em grupos sociais, e, em média de 50%, acontece todos os dias. Com relação ao tipo de grupo que os professores mais estabelecem relação, eles responderam:

Gráfico 28 – Grupo social que mais interage nas redes sociais digitais



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

O grupo social que 42,5% (17) dos professores participantes mais interagem é o de trabalho. Já vimos que os professores participantes têm utilizado as redes sociais digitais, sobretudo o WhatsApp, para o trabalho, todos os dias, em bastante tempo e em casa, e o grupo social que mais interagem é o do trabalho, em seguida, o de amigos. Isso significa que, mesmo que mantenham comunicação com amigos, a predominância das relações é com o grupo do trabalho.

Levando em conta o cruzamento do grupo social que mais interage com o total de professores participantes de cada curso, observamos que, em relação ao percentual de participantes que interage mais com o grupo (ou grupos) social do trabalho, estão 73% (8) do total de professores participantes do curso de Jornalismo e 31% (9) do total de professores participantes do curso de Pedagogia, ou seja, professores do curso de Jornalismo interagem mais com o grupo social do trabalho, talvez por ser essa ferramenta fundamental no exercício profissional do jornalista.

Observamos também que, dentre aqueles professores que interagem mais com o grupo social de amigos, estão 38% (11) do total de professores participantes do curso de Pedagogia e nenhum professor do curso de Jornalismo marcou essa opção. Dentre aqueles que marcaram

a opção “Outro”, estão 14% (4) do total de participantes do curso de Pedagogia e 9% (1) do total de participantes do curso de Jornalismo. Entre os que interagem mais com o grupo social familiar, estão 14% (4) do total de participantes do curso de Pedagogia e nenhum do curso de Jornalismo. E entre os professores que interagem mais com o grupo social político, estão 18% (2) do total de participantes do curso de Jornalismo e 3% (1) do total de participantes do curso de Pedagogia. Isso indica que a interação com o grupo social político é mais presente no curso de Jornalismo, ao mesmo tempo em que professores do curso de Pedagogia usam mais as redes sociais digitais para interagir com grupos sociais de amigos e de familiares.

Os motivos elencados de vantagens das redes sociais digitais foram:

Gráfico 29 – Vantagens do uso das redes sociais digitais

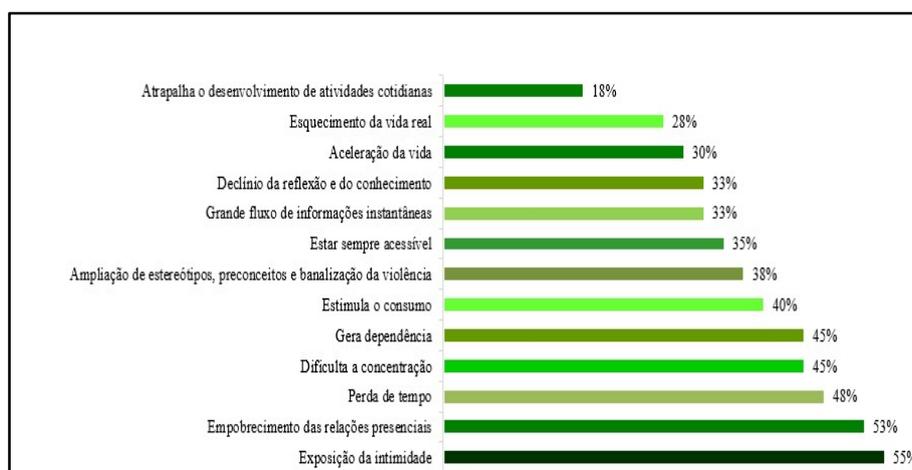


Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

De acordo com os professores participantes, a maior vantagem das redes sociais digitais é a de criar novas formas de comunicação instantânea e a longas distâncias, além de permitir acompanhar e divulgar informações, notícias e eventos em tempo real, que aparece em seguida. O fato de permitirem acesso constante e sem interrupções não é pensado em suas consequências no que diz respeito ao estado de prontidão dispersa e de todo o tempo estar à espreita desse recurso. Mais uma vez, conhecimento e informação não recebem tratamento profundo quando “ser fonte de conhecimento” aparece em 43% dos professores. Além do mais, o que mais fazem é curtir e não comentar, propiciar discussão. Interessante também ter aparecido como vantagem a mobilização política, embora poucos usem as redes sociais

digitais para isso. Também nos perguntamos como há o melhoramento das relações com alunos se, na sua estrutura, as relações nas redes sociais foram consideradas superficiais e razoáveis. O fato de considerarem como vantagem a aceleração da vida aparece novamente como algo positivo. Um contrassenso, pois estão acelerando o encontro com a morte. As desvantagens elencadas foram:

Gráfico 30 – Desvantagens do uso das redes sociais digitais



Fonte: Dados da pesquisa. Elaborado pelo autor.

Observamos que, dentre os motivos elencados como desvantagens das redes sociais digitais, nenhum possui percentual mais significativo. Percebemos que a facilidade se converte também em prejuízo para a vida humana, pois, ao mesmo tempo em que se criam novas formas de comunicação à distância, consideram que as relações presenciais empobrecem; os distantes são próximos e os próximos, distantes. Pela primeira vez, apareceu a questão da exposição da intimidade, ou seja, o encurtamento das fronteiras entre o público e o privado. Os professores também apontaram que a tempestade de informações instantâneas dificulta a concentração e gera perda de tempo, além de instigarem a dependência e o consumo. Nesse contexto, perde-se tempo com banalidades e futilidades que se diferenciam no detalhe. A confusão entre vida real e virtual também foi ressaltada quando se afirma que há o esquecimento da vida real. O declínio da reflexão e da produção do conhecimento também são apontados como desvantagem, questão já comprovada em outras pesquisas.

Para finalizar, constatamos que todos os professores acessam a internet, majoritariamente todos os dias, pelo aparelho celular, e por mais de quatro horas por dia.

Além disso, constatamos que todos conhecem e usam algumas redes sociais digitais. A rede social digital mais acessada pela maioria dos professores universitários participantes é o WhatsApp, usado para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho em casa, e o grupo social que mais interagem é relacionado ao trabalho, indicando que a racionalidade do trabalho é predominante na relação entre professores universitários e redes sociais digitais, inclusive ocupando o tempo e o espaço em casa, pois são acessadas predominantemente em casa.

Isso significa que o tempo livre é predominantemente tempo de trabalho nas redes sociais digitais e que, diferentemente do sentido inicial de ócio, que era um tempo para contemplar, para formação, esse tempo é tomado pelo trabalho, seja porque se está usando as redes sociais que possuem uma racionalidade de produção de indústria, seja porque efetiva de fato um trabalho pelas redes. Talvez o uso do celular para acessar as redes seja uma prática que facilite ainda mais essa relação com o trabalho. Por mais que seja ressaltado que as redes sociais digitais tenham a vantagem de propiciar a realização de atividades em menor tempo, o que observamos é que essa agilidade e rapidez não resguardam o usufruto do tempo substancialmente livre, já que o acesso maior das redes sociais digitais é realizado em casa e para o trabalho, significando mais trabalho e, portanto, produtividade.

O abraço das redes sociais digitais, que sempre produzem algo como novo, que só se diferenciam no detalhe, é constante. Mesmo que pareçam ser democráticas, o que é oferecido já está submetido ao controle da produção. Por mais que as redes sociais digitais, pelo próprio nome, pareçam ser ferramentas que se dediquem a uma ampliação da socialização em seus diversos âmbitos, constatamos que essas relações são consideradas razoáveis ou superficiais e muito concentradas no trabalho. Além disso, ao mesmo tempo em que possibilitam mais interação e possibilidades de debate, salta, nesta pesquisa, a pouca interação com comentários e muita interação com visualizações. Mesmo que haja limite de caracteres em comentários, o fato de os professores universitários comentarem pouco nas redes sociais digitais é revelador, indicando pouca produção de saber, apreensão da realidade, etc. Estamos realçando essa questão, mesmo que não seja a vocação das mesmas.

É importante ter cuidado ao fato de que, por mais que aparece em tempo real a situação nas redes sociais digitais, esse hiper-realismo foi orquestrado pelo algoritmo e ainda oculta as mediações da realidade. Vimos também que a ideologia da Indústria Cultural se apresenta como uma mentira manifesta. Ao mesmo tempo em que amplia as relações, reduz aos grupos de trabalho e para o trabalho; ao mesmo tempo em que propicia o contato, ele é superficial. Essas são algumas questões que poderão ser aprofundadas em outras pesquisas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta investigação, escolhemos estudar a socialização dos professores em um campo bastante desenvolvido na atualidade, as redes sociais digitais. Uma realidade virtual que, mesmo muito acessada, oculta as determinações que a constituem, por isso, também se apresenta como falsa, como afirma Marx (1978a), pois é imediatamente aparência no que se vê.

As relações sociais estabelecidas no âmbito das redes sociais digitais são complexas e contraditórias, pois, ao mesmo tempo em que buscam a horizontalidade e a democratização, são permeadas por avanços e aparatos tecnológicos que reproduzem a desigualdade e apresentam uma fronteira tênue entre verdade e mentira, que se dilui no algoritmo e que organiza as informações em hierarquia a partir dos dados do usuário, sem estabelecer crivo de informação confiável ou não.

Compreendemos que o processo de constituição humana é histórico e social, e que, na medida em que a sociedade avança, por mais que se tenha garantido mais possibilidades de interação devido aos obstáculos vencidos, mais as relações sociais estão sendo virtuais e de forma superficial. Aumenta-se a quantidade de pessoas e diminui a qualidade das relações, como bem afirmaram os professores quando foram interrogados acerca das vantagens e desvantagens. Ao mesmo tempo, esses mesmos professores não realçaram a contradição de que, quanto mais se aumenta a quantidade, mais se empobrecem as relações sociais, colocando prioritariamente essas duas questões como se ocupassem lugares diferentes.

Revelamos que, embora as redes sociais digitais aparentemente tenham sido criadas para ampliar as relações e propiciar informações rápidas, mesmo que sejam usadas para isso pelos professores, é maior o acesso das redes sociais digitais para a realização de atividades para o trabalho e participação de grupos de trabalho. Inclusive, a otimização do tempo, apontada por alguns professores como ponto positivo das redes sociais digitais, parece não reverter para o tempo verdadeiramente livre, mas para estender a jornada de trabalho para casa. Esse dado confirma a constatação de Adorno (1995, p. 70) de que “o tempo livre é acorrentado ao seu oposto” também nas redes sociais digitais, pois, diferentemente do sentido inicial de ócio que expressava contemplação, que era voltado para a formação humana, o tempo livre mediado por esse aparato tecnológico encontra-se totalmente amalgamado às determinações da racionalidade do trabalho.

Revelamos também contradições com relação ao uso das redes sociais digitais, pois, ao mesmo tempo em que muitos professores concordam que influenciam na opinião, pensam

que não determinam a vida, parecendo que emitir ou ter opinião não estabelece relação com o modo de viver. Por mais que muitos professores considerem que as redes sociais digitais são espaço para o debate, poucos comentam e, além de acreditarem que podem promover conhecimento, afirmam ser o espaço em que circulam informações rápidas e efêmeras que, inclusive, levam à perda de tempo.

Descobrimos o protagonismo das redes sociais digitais na socialização dos professores universitários. Com relação à diferenciação entre professores de Pedagogia e Jornalismo, percebemos que os professores do curso de Jornalismo utilizam mais a rede social WhatsApp, como primeira mais acessada e para o trabalho, do que os de Pedagogia, embora os professores de Pedagogia também acessem bastante o WhatsApp para o trabalho. Ao mesmo tempo, os professores do curso de Pedagogia acessam mais o Instagram para receber informações e falar com amigos e familiares do que os professores de Jornalismo.

Professores de Jornalismo concordam mais que as redes sociais digitais ampliaram as relações, inclusive com profundidade, e que elas podem promover conhecimento. É um paradoxo, já que os professores de Jornalismo curtem e visualizam, ou seja, têm uma postura só de receber e rapidamente interagir, mais do que os de Pedagogia, que comentam, salvam e armazenam mais do que os de Jornalismo. Esse dado pode ser influenciado porque eles trabalham mais nas redes sociais digitais e, conseqüentemente, acreditam mais do que os professores de Pedagogia que as redes sociais digitais não levam à perda de tempo. É revelador o fato de que professores universitários de ambos os cursos estejam tanto nas redes sociais digitais, mas comentando pouco, mesmo que essa opção exista na própria racionalidade das plataformas. Sabendo que as redes sociais não foram criadas para a produção do conhecimento, mas são justificadas por ampliarem o debate. Parece que nem pela via de ser professor, de romper uma lógica inicial, nem pela via inicialmente fornecida pelo aparato tecnológico, a potência do debate está sendo estimulada por parte dos professores. A justificativa poderia ser de que elas não são utilizadas para o trabalho, realidade que não foi constatada na pesquisa.

Como os celulares são os aparatos tecnológicos por onde os professores mais acessam as redes sociais digitais, é como se estivessem sempre disponíveis, já que essa ferramenta móvel pode ser levada para todos os lugares, ou seja, é uma prótese humana. Nas desvantagens, alguns professores afirmaram que é uma relação viciante, questão também constatada em pesquisas.

Como canto de sereia que encanta, as redes sociais digitais não são apenas sedutoras, mas viciantes, e solicitam cada vez mais tempo de seus usuários, inclusive, essa relação está

exposta no processo da utilização do nome, que também é usado para viciados/usuários de outras drogas. Desse modo, podemos dizer que as redes sociais digitais possuem uma lógica totalitária que abarca todas as relações, sejam familiares, de trabalho e/ou com amigos. A racionalidade tecnológica baseada em algoritmos, que organiza e seleciona o que vai ser acessado pelo indivíduo a partir de suas próprias informações, deixa a aparência de que é o indivíduo que está escolhendo, mas, na verdade, tudo já veio pré-elaborado. A Indústria Cultural faz do indivíduo seu objeto, produzindo não só o conteúdo que vai ser acessado, mas também o usuário, já que todas as plataformas estão no interior de uma racionalidade tecnológica que exige uma forma de se movimentar, participar, ou seja, procedimentos que exigem a adaptação dos envolvidos. Desse modo, há um ciclo de necessidades retroativas. Assim, esse canto que encanta, seduz e vicia mergulha os usuários na semiformação.

Almejamos que esta pesquisa possa contribuir para os fundamentos dos processos educativos, no que diz respeito à cultura, ao trabalho e aos processos de socialização na atualidade, e para o exercício do pensamento, no sentido de desvelar essa realidade virtual e real que não são transparentes, pois ocultam as contradições e fazem com que as relações sociais assim estabelecidas sejam reificadas, consideradas naturais, universais e despretensiosas.

Os questionamentos que realizamos envolveram debates e questões que tentamos desenvolver, mas muitas outras dúvidas e perguntas foram instigadas no e pelo processo de pesquisa. Até este momento histórico, conseguimos revelar esses elementos e esperamos aprofundar e desenvolver outros com outros estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W. A indústria cultural. *In*: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.

_____. Crítica cultural e sociedade. *In*: COHN, G. (org.). **Theodor W. Adorno; grandes cientistas sociais**. São Paulo: Ática, 1994.

_____. Tempo livre. *In*: ADORNO, T. W. **Palavras e sinais; modelos críticos** 2. Trad. de Maria H. R. Petrópolis. RJ: Vozes, 1995. p. 70-82.

_____. Teoria da semicultura. **Revista Educação e Sociedade**, n. 56, ano XVII, p. 388-411, dez. 1996.

_____. Sobre a relação entre sociologia e psicologia. *In*: ADORNO, T. W. **Ensaio sobre psicologia social e psicanálise**. Tradução: Verlaine Freitas. 1ed. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. *In*: ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ANTUNES, Deborah. Reflexões sobre o mundo digital e subjetividade. **Revista Impulso**, Piracicaba, v. 27, n. 69, p. 13-24, 2017.

BENJAMIN. W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução de Sergio Paulo Rouanet. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERALDO, Rosana M. F.; MACIEL, Diva A. Competências do professor no uso das TDIC e de ambientes virtuais. **Psicol. Esc. Educ.**, Maringá, v. 20, n. 2, p. 209-218, ago. 2016.

BONFÁ, Marcelo; VILLA-LOBOS, Dado; RUSSO, Renato. Perfeição. *In*: **Letras Mus**, 2020. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/legiao-urbana/46967/>. Acesso em: 15 set. 2020.

CALAZANS, Janaina de Holanda Costa; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. Sociabilidades virtuais: do nascimento da Internet à popularização dos sites de redes sociais online. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, NO GT DE HISTÓRIA DA MÍDIA DIGITAL, 9., 2013. **Anais [...]**. UFOP: Minas Gerais, 2013.

CARNEIRO, Sílvio. Ocupar, resistir e a luta nas redes sociais. **Revista Comunicações**, Piracicaba, v. 24, n. 2, p. 137-150, 2017.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

CHAVES, J de C.; BITTAR, M.; GEBRIM, V. S. **Apresentação**. Escritos de Psicologia, Educação e Cultura. Campinas, Mercado das Letras, 2015.

CHAVES, J. de Castro. Capitalismo dos monopólios e indústria cultural: formação do sujeito sujeitado. *In*: CHAVES, J. de C.; BITTAR, M.; GEBRIM, V. S. **Escritos de Psicologia, Educação e Cultura**. Campinas: Mercado das Letras, 2015. p. 63-96.

COSTA, Belarmino Cesar Guimarães da. Indústria cultural e digitalização da informação: mudanças de plataformas em redes de racionalidade técnica. *In*: MAIA, Ari Fernando; ZUIN, Antônio Soares; LASTÓRIA, Luiz Antônio Calmon Nabuco. (Orgs.). **Teoria crítica da cultura digital: aspectos educacionais e psicológicos**. 1. ed. São Paulo: Nankin, 2015.

_____. Tecnologia e sensibilidade: homens e máquinas na sociedade global. *In*: PUCCI, Bruno; ALMEIDA, Jorge de; LASTÓRIA, Luiz Antônio Nabuco. (Orgs.). **Experiência formativa & emancipação**. São Paulo: Nankin, 2009.

_____. Comunicação e educação na era digital: reflexões sobre estética e virtualização. **Revista Comun. mídia consumo**, São Paulo, v. 7, n. 19, p. 187-103, 2010.

COSTA, S. M; ARAÚJO, J. (Inter)subjetividade nos estudos de redes sociais: dissolvendo fronteiras. **Revista do GEL**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 30-50, 2014.

DA SILVA, Alex Sander. Vicissitudes da indústria cultural em tempos de globalização. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 44, n. 2, p. 331-341, abr. 2010.

DIAS, Cristiane; COUTO, Olivia Ferreira do. As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias. **Linguagem em (Dis)curso**, [S.l.], v. 11, n. 3, p. 631-648, fev. 2012.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. Indústria cultural hoje. *In*: DURÃO, Fábio Akcelrud; ZUIN, Antônio; VAZ, Alexandre Fernandez.(Orgs.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.

_____. **Indústria cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

ENGELS, Friedrich; MARX, Karl. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.

FACEBOOK. Facebook. *In*: **WIKIPÉDIA**, a enciclopédia livre, 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook&oldid=59730284>. Acesso em: 6 jun. 2020.

FERREIRA, I. F. O(a) intelectual em tempos de internet: a ética do(a) trabalhador(a) *online*. **Revista Impulso**, Piracicaba, v. 27, n. 69, p. 133-150, 2017.

FILHO, Edson P. F.; NASCIMENTO, Marthan F.; SÁ, Reginaldo de. Redes sociais digitais: uma nova configuração do estilo de vida da contemporaneidade. *In*: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: 2012.

FLICKR. Flickr. *In: WIKIPÉDIA*, a enciclopédia livre, 2019. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Flickr&oldid=56511092>. Acesso em: 29 out. 2019.

FREITAS, Verlaine. Indústria cultural: o empobrecimento narcísico da subjetividade. **Kriterion**, Belo Horizonte, n. 112, p. 332-344, dez. 2005.

GOLDMANN, Lucien. A reificação. *In: GOLDMANN, Lucien. Dialética e cultura*. Tradução de Luiz Fernando Cardoso, Carlos Nelson Coutinho e Giseh Vianna Konder. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

HASEGAWA, M; BOCK, A. M. B. As subjetividades dos estudantes na era da internet. **Revista Comunicações**, Piracicaba, v. 23 n. 2, p. 7-27, 2016.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. W. (org.). **Temas básicos da sociologia**. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix, Ed. da Universidade em São Paulo, 1973.

LINKEDIN. LinkedIn. *In: WIKIPÉDIA*, a enciclopédia livre, 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=LinkedIn&oldid=59496997>. Acesso em: 2mar. 2020.

LOUREIRO, R. Adorno e o cinema: a conversa continua. *In: LOUREIRO, R.; ZUIN, A. A. S. (Orgs.). A teoria crítica vai ao cinema*. Vitória: Edufes, 2010.

MAAR, Wolfgang Leo. À guisa de introdução: Adorno e a experiência formativa. *In: ADORNO, T.W. Educação e emancipação*. Tradução Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

_____. A educação na época da conectividade em rede ou: que fim levou a autonomia? **Revista Inter Ação**, [S.l.], v. 39, n. 2, p. 329-353, ago. 2014.

MAIA, A. F. Aceleração: reflexões sobre o tempo na cultura digital. **Revista Impulso**, Piracicaba, v. 27, n. 69, p. 121-131, 2017.

_____. Tecnoimagens: sobre ideologia e memória na cultura digital. *In: LASTÓRIA, Luiz A. Calmon Nabuco; CABOT, Mateu; ZUIN, Antônio Álvaro S. (Orgs.). Teoria crítica: tecnologia, violência, memória: diagnósticos críticos da cultura contemporânea* 1. ed. São Paulo: Nanquin, 2018.

MAIA, Ari Fernando; COSTA, Belarmino César Guimarães da. Cultura digital e educação: reflexões sobre tecnologia, linguagem e estética. *In: LASTÓRIA, Luiz Antônio Calmon Nabuco et al. (Orgs.). Teoria crítica: escritos sobre educação: contribuições do Brasil e Alemanha*. 1. ed. São Paulo: Nankin, 2015.

MANCEBO, Deise. Globalização, cultura e subjetividade: discussão a partir dos meios de comunicação de massa. **Revista Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 18, n. 3, set./dez., 2002.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Tradução de Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 4 ed. 1973.

_____. **Eros e civilização**. Tradução de Álvaro Cabral. 6 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

_____. Algumas implicações sociais da tecnologia moderna. *In: Tecnologia, guerra e fascismo*: coletânea de artigos de Herbert Marcuse. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

MARX, Karl. Manuscritos econômico-filosóficos. *In: MARX, Karl. Manuscritos econômicos e filosóficos e outros textos escolhidos* (Os pensadores). 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978a.

_____. Para a crítica da economia política. *In: MARX, Karl. Manuscritos econômicos e filosóficos e outros textos escolhidos* (Os pensadores). 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978b.

_____. Trabalho estranhado e propriedade privada. *In: Manuscritos econômico-filosóficos*. Tradução Jesus Ranieri. 4 ed. São Paulo: Boitempo, 2010.

_____. A mercadoria. *In: O capital*: crítica da economia política: livro I: o processo de produção do capital. Tradução Rubens Enderle. 2ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

MEILI, Angela Maria. O audiovisual na era Youtube: pro-amadores e o mercado. **Revista Sessões do Imaginário**, ano XVI, n. 25, 2011.

MONTARDO, Sandra Portella. Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa. **Galáxia** (São Paulo), São Paulo, n. 41, p. 169-182, ago. 2019.

MYSPEACE. Myspace. *In: WIKIPÉDIA*, a enciclopédia livre, 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Myspace&oldid=57633445>. Acesso em: 2 mar. 2020.

NÁPOLES, Katarina. Instagram for Business: o que é e como funciona uma conta de negócios? *In: Postgrain*, 29 abr., 2019. Disponível em: <https://postgrain.com/blog/instagram-business/>. Acesso em: 06 jun. 2020.

O'REILLY, T. O que é Web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. *In: O'Reilly*, 30 set. 2005. Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 6 out. 2019.

ORKUT. Orkut. *In: WIKIPÉDIA*, a enciclopédia livre, 2019. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Orkut&oldid=56594024>. Acesso em: 29 out. 2019.

PEDROSO, Leda Aparecida. Indústria cultural: algumas determinações políticas, culturais e sociais na educação. **Cad. CEDES**, Campinas, v. 21, n. 54, p. 54-68, ago. 2001.

POE, Edgar Allan. **Os melhores contos de Edgar Allan Poe**. Trad. Oscar Mendes e Milton Amado. 3. ed. São Paulo: Globo, 1999.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

RESENDE, Anita C. A. Subjetividade em tempos de reificação: um tema para a psicologia social. **Estudos: vida e saúde**, Goiânia, v. 28, n.4, p. 511-538, jul./ago., 2001.

_____. Da relação indivíduo e sociedade. **Rev. Educativa PUC**, Goiânia, v.10, n.1, p. 29-45, jan./jun. 2007.

_____. **Para a crítica da subjetividade reificada**. Goiânia: Editora UFG, 2009.

SEVERIANO, Maria de Fátima V. Aceleração social e cultura digital: novas formas de dominação. **Revista Comunicações**, Piracicaba, v. 24, n. 2, p. 83-101, 2017.

SILVA, Erotilde Honório; ANDRADE, Roberta Manuela B. Sociabilidades midiáticas: flexibilidade, mutação e pluralidade. **Revista Comun. mídia consumo**, São Paulo. v. 3, n. 6, p. 139-157, 2006.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Interações públicas, censura privada: o caso do Facebook. **Hist. cienc. Saúde**, Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 22, supl. p. 1637-1651, dez. 2015.

_____. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. *In*: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu. (Orgs.). **A sociedade do controle: manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: Hedra, 2018.

SIMÕES, José Albert; CAMPOS, Ricardo. Juventude, Movimentos sociais e redes digitais de protesto em época de crise. **Revista Comun. mídia consumo**, São Paulo, v. 13, n. 38, p. 130-150, 2016.

SOUZA, J.; ARAÚJO, D.; PAULA, D. Mídia social WhatsApp: uma análise sobre as interações sociais. **Revista Alterjor**, ano 6, v. 1, ed. 11, p. 131-165. jan./jun.2015.

SPADARO, Antonio. **Web 2.0: redes sociais**. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2013.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada: filosofia da sensação**. Trad. Antônio Álvaro Soares Zuin [et al.]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BERTONCELLO, Valdecir. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Revista Educ. Pesqui.**, São Paulo, v. 41, n.4, p. 863-881, out./dez., 2015.

YOUTUBE. Estatísticas. Sala de Imprensa. *In*: **YouTube About**, 2020. Disponível em <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 06 jun. 2020.

ZUIN, Antônio Á. S. O processo de industrialização da cultura na sociedade do espetáculo. *In*: VAIDERGON, José; BERTONI, Luci Mara. (Orgs.). **Indústria cultural e educação** (ensaios, pesquisas, formação). 1 ed. Araraquara: JM Editora, 2003.

_____. Copiar, colar e deletar: a internet e a atualidade da semiformação. **Revista Pro-Posições**, Campinas, v. 24, n. 3, set./dez., 2013.

_____. As novas mídias e a reconfiguração das relações entre professores e alunos. *In: LASTÓRIA*, Luiz Antônio Calmon Nabuco et al (Orgs.). **Teoria crítica**: escritos sobre educação: contribuições do Brasil e Alemanha. 1.ed. – São Paulo: Nankin, 2015.

_____. (Des)memória e violência em tempos de mídia ubíqua. *In: LASTÓRIA*, Luiz A. Calmon Nabuco; CABOT, Mateu; ZUIN, Antônio Álvaro S. (Orgs.). **Teoria crítica**: tecnologia, violência, memória: diagnósticos críticos da cultura contemporânea 1. ed. São Paulo: Nanquin, 2018.

ZUIN, Vânia G.; ZUIN Antônio A. S. Professores, tecnologias digitais e a distração concentrada. **Educ. rev.**, Curitiba, n. 42, p. 213-228, out./dez., 2011.

ZUIN, Antônio A. S.; ZUIN, Vânia Gomes. Lembrar para elaborar: reflexões sobre a alfabetização crítica da mídia digital. **Pro-Posições**, Campinas, v. 28, n. 1, p. 213-234, abr. 2017.

ANEXOS

ANEXO 1 – PARECER DO COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP)

	<p>UFG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS</p>	
PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP		
DADOS DO PROJETO DE PESQUISA		
Título da Pesquisa: PROCESSOS SUBJETIVOS DO PROFESSOR UNIVERSITÁRIO NAS REDES		
Pesquisador: JEISON DA SILVA MORAES		
Área Temática:		
Versão: 1		
CAAE: 17862719.7.0000.5083		
Instituição Proponente: Faculdade de Educação		
Patrocinador Principal: FUNDAÇÃO DE AMPARO A PESQUISA DO ESTADO DE GOIÁS		
DADOS DO PARECER		
Número do Parecer: 3.521.879		
Apresentação do Projeto:		
<p>Trata-se de um projeto de pesquisa vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Educação da FE (Mestrado). O estudo tem como objetivo compreender quais os processos subjetivos estabelecidos pelos professores universitários nas redes sociais. Além disso, visa depreender quais os processos educacionais, subjetivos, envolvidos na relação entre o professor universitário e as redes sociais, analisar de que forma as redes sociais afetam o modo de ser e de viver do professor, conhecer os modos de uso, bem como, o que o professor universitário pensa sobre as redes sociais.</p>		
<p>Considera que para atingir tal objetivo será necessário dar voz aos participantes da pesquisa, visando identificar se existem e quais são as determinações das redes sociais digitais na subjetividade do indivíduo, buscando, dessa forma, compreender as mediações que compõem os fenômenos culturais da sociedade capitalista, na perspectiva não de resolver, mas, sobretudo, desenvolver a reflexão acerca das contradições sociais.</p>		
<p>O método escolhido para tratar o objeto de pesquisa é o Materialismo Histórico Dialético e o instrumento adotado para a coleta de dados será o Questionário com perguntas estruturadas e semiestruturadas.</p>		
<p>A pesquisa será realizada com professores universitários dos cursos de Pedagogia e Jornalismo da</p>		
<p>Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2 Bairro: Campus Samambaia, UFG CEP: 74.690-970 UF: GO Município: GOIANIA Telefone: (62)3521-1215 Fax: (62)3521-1163 E-mail: cep.prpi.ufg@gmail.com</p>		
Página 01 de 05		



UFG - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



Continuação do Parecer: 3.521.878

Universidade Federal de Goiás (UFG) e da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC).

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Compreender quais os processos educacionais, subjetivos, envolvidos na relação entre o professor universitário e as redes sociais.

Objetivo Secundário:

- Analisar de que forma as redes sociais afetam o modo de ser e de viver do professor.
- Conhecer os modos de uso, bem como, o que o professor universitário pensa sobre as redes sociais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

O pesquisador afirma que a participação na pesquisa não traz complicações legais. O instrumento adotado é uma entrevista semiestruturada que obedece aos critérios éticos. Oferecendo riscos mínimos à dignidade dos participantes, à integridade física, moral, intelectual ou emocional. Mediante isto, caso algum envolvido sinta-se constrangido física e/ou emocionalmente com alguma questão, terá todo direito de não responder. Terão ainda a liberdade de se recusar a participar ou de continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade e/ou prejuízo. Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente o pesquisador terá acesso aos dados coletados, a divulgação dos dados será permitida mediante a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido. Caso haja danos decorrentes dos riscos previstos, o pesquisador assumirá a responsabilidade legal pelos mesmos, tendo o participante direito a pleitear reparação a danos imediatos ou futuros decorrentes da participação da pesquisa.

Benefícios:

O benefício proporcionado pelo estudo, elucidado pelo pesquisador, se apresenta como o descortinar de processos que envolvem o desenvolvimento histórico e social do modo de produção capitalista, que para além de ser um modo de produzir coisas é um modo de produzir a vida, a cultura, as ideias, bem como, as relações sociais nesta particularidade histórica.

Neste sentido este trabalho pode contribuir na compreensão de quais são e como atuam as

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2
 Bairro: Campus Samambaia, UFG CEP: 74.690-970
 UF: GO Município: GOIANIA
 Telefone: (52)3521-1215 Fax: (52)3521-1163 E-mail: cep.prpi.ufg@gmail.com



UFG - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



Continuação do Parecer: 3.521.879

determinações das redes sociais digitais no processo constitutivo da subjetividade do professor universitário. Nessa particularidade histórica os sujeitos se relacionam não mais somente pela forma física, presencialmente falando, mas, sobretudo, via redes sociais digitais. Dessa forma, tornam-se cada vez mais indivíduos isolados, a par de socializados via mídia digital, e cada vez mais também, são sujeitados ao modo de produção capitalista. Este trabalho trata da racionalidade das redes sociais presente na particularidade histórica contemporânea, que tem modificado as formas das relações humanas e, conseqüentemente, a subjetividade de todos os indivíduos, e porque não, dos professores universitários.

Critério de Inclusão:

Os critérios de inclusão para participação na pesquisa são: ser professor universitário aceitar responder o questionário, possuir pelo menos um vínculo com alguma rede social digital.

Critério de Exclusão:

O critério de exclusão para participação na pesquisa é não ser professor universitário ou não ter vínculo com alguma rede social digital.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de uma pesquisa de mestrado para compreensão da subjetividade dos professores universitários diante das redes sociais. Além visa compreender como o uso e manipulação das redes sociais atuam no modo de vida e na perspectiva educacional dos docentes. Foram apresentadas as questões norteadoras da pesquisa que guiará o pesquisador no levantamento de dados. O projeto de pesquisa se encontra devidamente fundamentado apresentando um diálogo coerente e pertinente com bases teóricas que discutem a temática a ser desenvolvida na execução do trabalho.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Foram apresentados os seguintes termos:

- 1 - Folha de rosto devidamente assinada pela Diretora da Faculdade de Educação – FE Regional Goiânia - UFG, profª. Lueli Nogueira Duarte e Silva;
- 2 – Termo de compromisso assinado pelo pesquisador e pela orientadora;
- 3 – Projeto de Pesquisa;

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2
 Bairro: Campus Samambala, UFG CEP: 74.690-970
 UF: GO Município: GOIÂNIA
 Telefone: (62)3521-1215 Fax: (62)3521-1163 E-mail: cep.prpi.ufg@gmail.com



UFG - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



Continuação do Parecer: 3.521.870

4 – Orçamento;

5 – Cronograma;

6 – TCLE

7 – Termo de Anuência da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG – Regional Goiânia, assinado pela diretora Prof.ª Angelita Pereira de Lima.

8 – Termo de Anuência da Faculdade de Educação UFG – Regional Goiânia, assinado pela diretora profª. Lueli Nogueira Duarte e Silva.

9 - Termo de Anuência da Coordenação do Curso de Pedagogia da Escola de Formação de Professores e Humanidades da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC).

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Considerando que o pesquisador apresentou todos os documentos obrigatórios e que os mesmos não apresentam pendências, avalio o projeto como APROVADO salvo melhor juízo desse comitê.

Considerações Finais a critério do CEP:

Informamos que o Comitê de Ética em Pesquisa/CEP-UFG considera o presente protocolo APROVADO, o mesmo foi considerado em acordo com os princípios éticos vigentes. Reiteramos a importância deste Parecer Consubstanciado, e lembramos que o(a) pesquisador(a) responsável deverá encaminhar ao CEP-UFG o Relatório Final baseado na conclusão do estudo e na incidência de publicações decorrentes deste, de acordo com o disposto na Resolução CNS n. 466/12 e Resolução CNS n. 510/16. O prazo para entrega do Relatório é de até 30 dias após o encerramento da pesquisa, previsto para março de 2020.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1375886.pdf	22/07/2019 10:58:55		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	22/07/2019 10:58:35	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Folha de Rosto	folha_de_rosto.pdf	10/07/2019 08:18:59	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	termo_anuencia_fic.pdf	10/07/2019 08:18:38	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2
 Bairro: Campus Samambaia, UFG CEP: 74.690-970
 UF: GO Município: GOIANIA
 Telefone: (52)3521-1215 Fax: (52)3521-1163 E-mail: cep.prpi.ufg@gmail.com



UFG - UNIVERSIDADE
FEDERAL DE GOIÁS



Continuação do Parecer: 3.521.879

Declaração de Instituição e Infraestrutura	termo_anuencia_pedagogia_puc.pdf	10/07/2019 08:17:58	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	termo_de_anuencia_fe.pdf	10/07/2019 08:17:05	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Declaração de Pesquisadores	termo_de_compromisso.pdf	10/07/2019 08:15:58	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Outros	Questionario.pdf	10/06/2019 13:07:28	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.pdf	10/06/2019 13:00:34	JEISON DA SILVA MORAES	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

GOIANIA, 21 de Agosto de 2019

Assinado por:
Geisa Mozzer
(Coordenador(a))

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação - Agência UFG de Inovação, Alameda Flamboyant, Qd. K, Edifício K2
 Bairro: Campus Samambaia, UFG CEP: 74.690-970
 UF: GO Município: GOIANIA
 Telefone: (52)3521-1215 Fax: (52)3521-1163 E-mail: cep.prpi.ufg@gmail.com

ANEXO 2 – TERMO DE COMPROMISSO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

TERMO DE COMPROMISSO

Nós, abaixo assinados, nos comprometemos a desenvolver o projeto de pesquisa intitulado “Processos subjetivos do professor universitário nas redes sociais”, de acordo com a Resolução CNS 510/16.

Declaramos ainda que o Projeto de Pesquisa anexado por nós, pesquisadores, na Plataforma Brasil possui conteúdo idêntico ao que foi preenchido nos campos disponíveis na própria Plataforma Brasil. Portanto, para fins de análise pelo Comitê de Ética, a versão do Projeto que será gerada automaticamente pela Plataforma Brasil no formato “PDF” conterá conteúdo idêntico ao da versão do Projeto anexada por nós, os pesquisadores.

Goiânia – Goiás, 10 de Setembro de 2019

Discente do PPGE/FE/UFG

Docente do PPGE/FE/UFG

ANEXO 3 – TERMO DE ANUÊNCIA DA FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO DA UFG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO



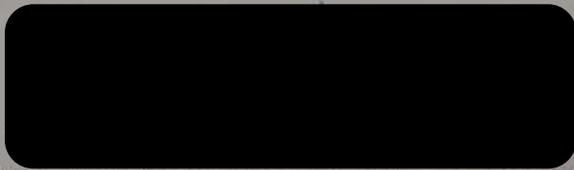

TERMO DE ANUÊNCIA DA INSTITUIÇÃO

A Faculdade de Informação e Comunicação – FIC, vinculada a Universidade Federal de Goiás, está de acordo com a execução do projeto de pesquisa intitulado “Processos subjetivos do professor universitário nas redes sociais”, coordenado pelo pesquisador Jeison da Silva Moraes, aluno do curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Educação, desenvolvido em conjunto e sob orientação da pesquisadora Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves, professora do Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás.

A Faculdade de Informação e Comunicação – FIC assume o compromisso de apoiar o desenvolvimento da referida pesquisa pela autorização da coleta de dados durante os meses de agosto e setembro de 2019.

Declaramos ciência de que nossa instituição é coparticipante do presente projeto de pesquisa, e requeremos o compromisso do pesquisador responsável com o resguardo da segurança e bem-estar dos participantes de pesquisa nela recrutados.

Goiânia, 13 de de 2019



Diretora da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG

Universidade Federal de Goiás, Campus Samambaia (Campus II) - Avenida Esperança, s/n, - CEP 74690-900 Goiânia - Goiás - Brasil. Telefone: 62 3521-1334/35

ANEXO 4 – TERMO DE ANUÊNCIA DA FACULDADE DE EDUCAÇÃO DA UFG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO




TERMO DE ANUÊNCIA DA INSTITUIÇÃO

A Faculdade de Educação – FE, vinculada a Universidade Federal de Goiás, está de acordo com a execução do projeto de pesquisa intitulado “Processos subjetivos do professor universitário nas redes sociais”, coordenado pelo pesquisador Jeison da Silva Moraes, aluno do curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Educação, desenvolvido em conjunto e sob orientação da pesquisadora Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves, professora do Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás.

A Faculdade de Educação – FE assume o compromisso de apoiar o desenvolvimento da referida pesquisa pela autorização da coleta de dados durante os meses de agosto e setembro de 2019.

Declaramos ciência de que nossa instituição é coparticipante do presente projeto de pesquisa, e requeremos o compromisso do pesquisador responsável com o resguardo da segurança e bem-estar dos participantes de pesquisa nela recrutados.

Goiânia, 13 de junho de 2019



Diretora da Faculdade de Educação da UFG

Luci Nogueira Duarte e Silva
Diretora da Faculdade
de Educação FE/ UFG
Rgape: 11276411

Universidade Federal de Goiás, Campus Colemar e Natal Silva (Campus D) - - R. 235, 307 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-050 Telefone: 3209 6202 / 3209 6212

ANEXO 5 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada “PROCESSOS SUBJETIVOS DO PROFESSOR UNIVERSITÁRIO NAS REDES SOCIAIS”. Meu nome é *JEISON DA SILVA MORAES*, sou o pesquisador responsável, atuo no ensino fundamental como professor de Educação Física e sou aluno do curso de Mestrado em Educação da Universidade Federal de Goiás. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está impresso em duas vias, sendo que uma delas é sua e a outra pertence ao pesquisador responsável. Quero deixar claro que em caso de recusa na participação você não será penalizado(a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas *sobre a pesquisa* poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail *jeis4n@gmail.com* e, através do seguinte contato telefônico: (62) 99226-8988. Inclusive sob a forma de ligação a cobrar. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás, através do seguinte contato telefônico: (62)3521-1215.

O modernização dessas tecnologias modificou substancialmente a sociabilidade entre os indivíduos, alcançando assim, conseqüentemente, a subjetividade que se desenvolve a partir dessa relação com o outro e a cultura. As redes sociais digitais presentes atualmente no tecido social através de aparelhos eletrônicos como o celular ou o *tablet*, possibilitam aos sujeitos estarem permanentemente conectados ao mundo virtual e ainda garantem o acesso a diferentes técnicas de reprodução, tais como: vídeos, fotos e diversos tipos de entretenimento. Nesse sentido, pensar a relação das redes sociais nos processos subjetivos do professor ganha relevância, pois assim como o homem, a subjetividade sempre esteve presente na história, na realidade objetiva, e estando presente desde sempre na história, a subjetividade se configura frente às relações sociais estabelecidas de acordo com a particularidade histórica à qual o indivíduo está inserido.

É partindo desses debates que nos perguntamos: Quais os processos subjetivos estabelecidos pelos professores universitários nas redes sociais? Partindo dessa pergunta central perseguiamos os seguintes objetivos: compreender quais os processos educacionais, subjetivos, envolvidos na relação entre o professor universitário e as redes sociais, analisar de que forma as redes sociais afetam o modo de ser e de viver do

Rua 235, Setor Universitário CEP: 74605-050 Goiânia - Goiás - Brasil Telefones: Direção (62) 3209-6202
Secretaria acadêmica (pedagogia e psicologia): (62) 3209-6219 Fax: (62) 3521-1879



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO



professor, conhecer os modos de uso, bem como, o que o professor universitário pensa sobre as redes sociais.

A participação nesta pesquisa não traz complicações legais. O instrumento adotado para coleta de dados é o questionário, com questões estruturadas e semiestruturadas, que obedece aos critérios éticos. Não oferecendo riscos à sua dignidade, bem como, a sua integridade física, moral, intelectual ou emocional. Mediante isto, existe um risco mínimo e, caso sinta-se constrangido física e/ou emocionalmente com alguma questão, terá todo direito de não responder. Você tem liberdade de se recusar a participar e ainda, se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer penalidade e/ou prejuízo. Todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais e não poderão ser utilizadas contra ou a seu favor. Tudo que for coletado será utilizado apenas para essa pesquisa e não será utilizado em estudos futuros. Somente o pesquisador terá acesso aos dados coletados. Caso haja danos decorrentes dos riscos previstos, o pesquisador assumirá a responsabilidade legal pelos mesmos, tendo o participante direito a pleitear reparação a danos imediatos ou futuros.

Ao participar desta pesquisa você não terá nenhum benefício e/ou gasto financeiro. Ressaltamos que, sua participação é de suma importância para alcançarmos os objetivos previamente estabelecidos. O material será guardado pelo pesquisador responsável por um período mínimo de cinco anos e depois será reciclado. Os resultados obtidos, decorrente do estudo, se tornarão públicos, em forma de dissertação via portal do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás e em forma de artigos, seminários, minicursos, palestras, congressos e eventos científicos.

Se você não quiser que seu nome seja divulgado está garantido o sigilo que assegure a privacidade e o anonimato. Contudo, haverá a divulgação do seu nome quando for de interesse se não houver objeção:

- () Permito a minha identificação nos resultados publicados da pesquisa;
() Não permito a minha identificação nos resultados publicados da pesquisa.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
FACULDADE DE EDUCAÇÃO



CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA

Eu, _____,
abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado “Processos subjetivos do professor universitário nas redes sociais”. Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado(a) e esclarecido(a) pelo pesquisador responsável *Jeison da Silva Moraes* sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

Goiania, de de

Assinatura por extenso do(a) participante

Assinatura por extenso do(a) pesquisador(a) responsável

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO
Nº _____ Data da entrega ____ / ____ / _____
<p>INSTRUÇÕES:</p> <p>Este questionário faz parte de uma pesquisa de Mestrado em Educação intitulada “Processos subjetivos do professor universitário nas redes sociais digitais”. O questionário é anônimo, não devendo colocar a sua identificação nem assinar nenhuma das folhas. Solicitamos que responda de forma espontânea e sincera, e assinale com um X a opção que mais se aproxima da sua realidade. Grato por sua colaboração.</p>
I) IDENTIFICAÇÃO DO PARTICIPANTE
<p>1.1) Idade? _____</p>
<p>1.2) Sexo/Gênero:</p> <p style="padding-left: 40px;">(1) Feminino</p> <p style="padding-left: 40px;">(2) Masculino</p> <p style="padding-left: 40px;">(3) Outro. Qual? _____</p>
<p>1.3) Estado civil:</p> <p style="padding-left: 40px;">(1) Solteiro/a</p> <p style="padding-left: 40px;">(2) Casado/a</p> <p style="padding-left: 40px;">(3) Separado/a/divorciado/a</p> <p style="padding-left: 40px;">(4) União Estável</p> <p style="padding-left: 40px;">(5) Outro. Qual? _____</p>
<p>1.4) Tem filhos?</p> <p style="padding-left: 40px;">(1) Sim</p> <p style="padding-left: 40px;">(2) Não</p> <p style="padding-left: 40px;">Se sim, quantos? _____</p>
<p>1.5) Renda familiar aproximada: (Valor de referência salário-mínimo vigente de R\$ 998,00)</p> <p style="padding-left: 40px;">(1) 3 a 6 salários-mínimos</p> <p style="padding-left: 40px;">(2) 6 a 9 salários-mínimos</p> <p style="padding-left: 40px;">(3) 9 a 12 salários-mínimos</p> <p style="padding-left: 40px;">(4) 12 a 15 salários-mínimos</p> <p style="padding-left: 40px;">(5) mais de 15 salários-mínimos</p>
II – FORMAÇÃO E ATUAÇÃO
<p>2.1) Formação acadêmica:</p> <p style="padding-left: 40px;">(1) Mestrado</p> <p style="padding-left: 40px;">(2) Doutorado</p> <p style="padding-left: 40px;">(3) Outra _____</p>

<p>2.2) A quanto tempo atua no ensino superior?</p> <p>(1) de 5 a 10anos (2) de 10 a 15 anos (3) de 15 a 20 anos (4) de 20 a 25anos (5) mais de 25anos</p>
<p>2.3) Curso que leciona?</p> <p>(1) Pedagogia (2) Jornalismo</p>
<p>2.4) Quantidade de disciplinas que leciona durante o curso?</p> <p>(1) Somente 1 disciplina (2) Leciona 2 disciplinas (3) Leciona 3 disciplinas (4) Leciona 4 disciplinas (5) Leciona 5 disciplinas ou mais</p>
<p>Cite quais as disciplinas ministradas durante o curso:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>III – USO DA INTERNET E DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS</p>
<p>3.1) Usa internet?</p> <p>(1) Sim (2) Não</p> <p>Caso sua resposta seja “SIM”, por favor, responder as demais questões.</p>
<p>3.2)Por meio de qual aparelho eletrônico você acessa mais a Internet?</p> <p>(1) Computador (2) Tablet (3) Celular (4) Outros (SmartTV; Chromecast)</p>
<p>3.3)Com que frequência você acessa a Internet?</p> <p>(1) Raramente (em média, 1 vez por mês) (2) Com pouca frequência (em média, 1 vez por semana) (3) Com frequência razoável (em média, 3 vezes por semana) (4) Com bastante frequência (em média, 5 vezes por semana) (5) Sempre (todos os dias)</p>
<p>3.4)Quantas horas por dia você conecta à Internet?</p> <p>(1) mais de 4 horas por dia</p>

<p>(2) de 3 a 4 horas por dia</p> <p>(3) de 3 a 2 horas por dia</p> <p>(4) de 2 a 1 hora por dia</p> <p>(5) Até 1 hora por dia</p> <p>(6) menos de 1 hora por dia</p>
<p>3.5) Você conhece as redes sociais digitais?</p> <p>(1) Sim</p> <p>(2) Não</p>
<p>3.6) Você usa alguma rede social digital?</p> <p>(1) Sim</p> <p>(2) Não</p>
<p>3.7) Marque abaixo a 1ª (primeira) rede social que você mais acessa.</p> <p>(1) Facebook (10) Pinterest</p> <p>(2) WhatsApp (11) LinkedIn</p> <p>(3) YouTube (12) Google+</p> <p>(4) Twitter (13) Messenger</p> <p>(5) Instagram (14) Telegram</p> <p>(6) Snapchat (15) <u>Badoo</u></p> <p>(7) Tinder (16) Feeling</p> <p>(8) Stepout (17) eHarmony</p> <p>(9) DateMe</p>
<p>3.8) Quantos dias por semana você conecta a sua rede social mais acessada?</p> <p>(1) Raramente (em média, 1 vez por mês)</p> <p>(2) Com pouca frequência (em média, 1 vez por semana)</p> <p>(3) Com frequência razoável (em média, 3 vezes por semana)</p> <p>(4) Com bastante frequência (em média, 5 vezes por semana)</p> <p>(5) Sempre (todos os dias)</p>
<p>3.9) Quantas horas por dia você conecta a sua rede social mais acessada?</p> <p>(1) mais de 4 horas por dia</p> <p>(2) de 3 a 4 horas por dia</p> <p>(3) de 3 a 2 horas por dia</p> <p>(4) de 2 a 1 hora por dia</p> <p>(5) Até 1 hora por dia</p> <p>(6) menos de 1 hora por dia</p>
<p>3.10) Por qual motivo é a rede social mais acessada?</p> <p>(1) Porque usa para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho</p>

- (2) Porque usa para se manter informado/atualizado com os eventos, notícias e promoções do momento
- (3) Porque usa para se comunicar com pessoas (amigos ou parentes) que estão distantes ou não
- (4) Porque usa para estabelecer relacionamentos afetivos/amorosos
- (5) Porque usa para armazenar fotos e vídeos
- (6) Porque busca ampliar seu círculo de amizades
- (7) Outro _____

3.11) Marque abaixo a 2ª (segunda) rede social que você mais acessa.

- | | |
|---------------|----------------|
| (1) Facebook | (10) Pinterest |
| (2) WhatsApp | (11) LinkedIn |
| (3) YouTube | (12) Google+ |
| (4) Twitter | (13) Messenger |
| (5) Instagram | (14) Telegram |
| (6) Snapchat | (15) Badoo |
| (7) Tinder | (16) Feeling |
| (8) Stepout | (17) eHarmony |
| (9) DateMe | |

3.12) Quantos dias por semana você se conecta à 2ª (segunda) rede social mais acessada?

- (1) Raramente (em média, 1 vez por mês)
- (2) Com pouca frequência (em média, 1 vez por semana)
- (3) Com frequência razoável (em média, 3 vezes por semana)
- (4) Com bastante frequência (em média, 5 vezes por semana)
- (5) Sempre (todos os dias)

3.13) Quantas horas por dia você se conecta à 2ª (segunda) rede social mais acessada?

- (1) mais de 4 horas por dia
- (2) de 3 a 4 horas por dia
- (3) de 3 a 2 horas por dia
- (4) de 2 a 1 hora por dia
- (5) Até 1 hora por dia
- (6) menos de 1 hora por dia

3.14) Por qual motivo é a 2ª (segunda) rede social mais acessada?

- (1) Porque usa para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho
- (2) Porque usa para se manter informado/atualizado com os eventos, notícias e promoções do momento
- (3) Porque usa para se comunicar com pessoas (amigos ou parentes) que estão distantes ou não

<p>(4) Porque usa para estabelecer relacionamentos afetivos/amorosos</p> <p>(5) Porque usa para armazenar fotos e vídeos</p> <p>(6) Porque busca ampliar seu círculo de amizades</p> <p>(7) Outro _____</p>
<p>3.15) Marque abaixo a 3ª (terceira) rede social mais acessada.</p> <p>(1) Facebook (10) Pinterest</p> <p>(2) WhatsApp (11) LinkedIn</p> <p>(3) YouTube (12) Google+</p> <p>(4) Twitter (13) Messenger</p> <p>(5) Instagram (14) Telegram</p> <p>(6) Snapchat (15) <u>Badoo</u></p> <p>(7) Tinder (16) Feeling</p> <p>(8) Stepout (17) eHarmony</p> <p>(9) DateMe</p>
<p>3.16) Quantos dias por semana você se conecta à 3ª (terceira) rede social mais acessada?</p> <p>(1) Raramente (em média, 1 vez por mês)</p> <p>(2) Com pouca frequência (em média, 1 vez por semana)</p> <p>(3) Com frequência razoável (em média, 3 vezes por semana)</p> <p>(4) Com bastante frequência (em média, 5 vezes por semana)</p> <p>(5) Sempre (todos os dias)</p>
<p>3.17) Quantas horas por dia você se conecta à 3ª (terceira) rede social mais acessada?</p> <p>(1) mais de 4 horas por dia</p> <p>(2) de 3 a 4 horas por dia</p> <p>(3) de 3 a 2 horas por dia</p> <p>(4) de 2 a 1 hora por dia</p> <p>(5) Até 1 hora por dia</p> <p>(6) menos de 1 hora por dia</p>
<p>3.18) Por qual motivo é a 3ª (terceira) rede social mais acessada?</p> <p>(1) Porque usa para desenvolver atividades relacionadas ao trabalho</p> <p>(2) Porque usa para se manter informado/atualizado com os eventos, notícias e promoções do momento</p> <p>(3) Porque usa para se comunicar com pessoas (amigos ou parentes) que estão distantes ou não</p> <p>(4) Porque usa para estabelecer relacionamentos afetivos/amorosos</p> <p>(5) Porque usa para armazenar fotos e vídeos</p> <p>(6) Porque busca ampliar seu círculo de amizades</p> <p>(7) Outro _____</p>
<p>3.19) O que você mais faz nas redes sociais?</p> <p>(1) Visualiza</p> <p>(2) Curte e/ou reage</p> <p>(3) Comenta</p> <p>(4) Posta e/ou compartilha</p> <p>(5) Salva e/ou armazena</p> <p>(6) Outro _____</p>

3.20)Local que você mais acessa as redes sociais?

- (1) No trabalho
- (2) Em casa
- (3) Nos momentos de lazer
- (4) Em qualquer lugar, não faz distinção
- (5) Em qualquer lugar, desde que não atrapalhe outras atividades
- (6) Outro _____

3.21)As redes sociais possibilitam a realização de atividades que antes não eram possíveis?

- (1) Concordo
- (2) Discordo
- (3) Nem concordo, nem discordo

Por quê?

3.22)As redes sociais levam à perda de tempo?

- (1) Concordo
- (2) Discordo
- (3) Nem concordo, nem discordo

Por quê?

3.23)Depois das redes sociais você considera que suas relações:

- (1) Ampliaram
- (2) Continuam do mesmo jeito
- (3) Reduziram

Por quê?

3.24)Para você, qual o nível de interação das redes sociais?

- (1) Profundo
- (2) Razoável

(3) Superficial
3.25) As redes sociais exercem influência na sua opinião? (1) Concordo (2) Discordo (3) Nem concordo, nem discordo Por quê? _____ _____ _____ _____ _____
3.26) As redes sociais podem promover conhecimento? (1) Concordo (2) Discordo (3) Nem concordo, nem discordo Por quê? _____ _____ _____ _____ _____
3.27) As redes sociais determinam seu modo de viver? (1) Concordo (2) Discordo (3) Nem concordo, nem discordo Se concorda, por quê? _____ _____ _____ _____ _____
3.28) Você participa ou é integrante de algum grupo social nas redes sociais? (1) Sim (2) Não
3.29) Se participa de algum grupo social nas redes sociais, com que frequência se relaciona com o grupo? (1) Raramente (em média, 1 vez por mês) (2) Com pouca frequência (em média, 1 vez por semana)

<p>(3) Com frequência razoável (em média, 3 vezes por semana)</p> <p>(4) Com bastante frequência (em média, 5 vezes por semana)</p> <p>(5) Sempre (todos os dias)</p>
<p>3.30) Quantas horas por dia você se relaciona com o grupo?</p> <p>(1) mais de 4 horas por dia</p> <p>(2) de 3 a 4 horas por dia</p> <p>(3) de 3 a 2 horas por dia</p> <p>(4) de 2 a 1 hora por dia</p> <p>(5) Até 1 hora por dia</p> <p>(6) menos de 1 hora por dia</p>
<p>3.31) Grupo social que mais interage nas redes sociais?</p> <p>(1) Familiar</p> <p>(2) De Amigos</p> <p>(3) Religioso</p> <p>(4) Do trabalho</p> <p>(5) Político</p> <p>(6) De divulgação de eventos / promoções / compras e trocas</p> <p>(7) Outro</p> <hr/>
<p>3.32) Marque até 5 <u>vantagens</u> proporcionadas pelo uso das redes sociais digitais.</p> <p>(1) Permitir acesso constante.</p> <p>(2) Criar espaços para novas relações profissionais, promoções e vendas de produtos</p> <p>(3) Criar novas formas de comunicação instantânea e a longas distâncias</p> <p>(4) Acompanhar e divulgar informações, notícias e eventos em tempo real</p> <p>(5) Ser fonte de conhecimento</p> <p>(6) Estabelecer melhor relação professor-aluno</p> <p>(7) Reencontrar pessoas que não se relaciona há muito tempo</p> <p>(8) Encontrar grupos e assuntos de interesse</p> <p>(9) Facilitar mobilização política</p> <p>(10) Ser ferramenta didática para o debate dentro e fora da sala de aula</p> <p>(11) Aceleração da vida</p>
<p>4.33) Marque até 5 <u>desvantagens</u> proporcionadas pelo uso das redes sociais digitais.</p> <p>(1) Dificulta a concentração</p> <p>(2) Perda de tempo</p> <p>(3) Esquecimento da vida real</p> <p>(4) Exposição da intimidade</p> <p>(5) Empobrecimento das relações pessoais presenciais</p> <p>(6) Gera dependência</p>

- (7) Estar sempre acessível
- (8) Declínio da reflexão e do conhecimento
- (9) Atrapalha o desenvolvimento de atividades cotidianas
- (10) Grande fluxo de informações instantâneas
- (11) Estimula o consumo
- (12) Aceleração da vida
- (13) Ampliação de estereótipos, preconceitos e banalização da violência