

ABORDAGENS NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO E O DESAFIO CONTEMPORÂNEO DA MOBILIDADE: JOVENS E O *SMARTPHONE*

Diocsianne Correia de Moura

Resumo

O presente artigo traz reflexões e apontamentos sobre o desenvolvimento de estudos comunicacionais no decorrer das últimas décadas, observando suas distintas abordagens e perspectivas de investigação, bem como a consideração dos jovens e o impacto de suas apropriações às plataformas móveis, como o *smartphone*. Aborda a relevância de se observar, sob diferentes aspectos, a geração conhecida como *millenials*, refletindo sobre os contextos a eles relacionados a partir de perspectivas expostas por Barbosa (2002), Braga (2010), Winocur (2009), Castells (2001), Scolari (2008) entre outros.

Palavras chave

Campo Comunicacional; jovens; *smartphone*; mobilidade.

Abstract

This article presents reflections and notes on the development of communication studies in the last decades, noting their different approaches and research perspectives, as well as consideration of young people and the impact of its appropriations to mobile platforms such as the smartphone. Discusses the relevance of observing, under different aspects, the generation known as millennials, reflecting on the contexts related to them from prospects exposed by, Winocur (2009), Castells (2001), Scolari (2008) among others.

Keywords

Communication area; young; smartphone; mobility.

Introdução

O Modelo Funcionalista norte-americano e sua herança positivista; a Escola de Frankfurt e o conceito de “Indústria Cultural” – diálogos e cruzamentos dessas correntes são importantes no contexto da busca à compreensão da Comunicação que se conhece hoje, bem como de seus objetos. E é dentro das Ciências Humanas e Sociais (CHS) que se pode localizá-la, visto que traz à luz discussões sobre a Ciência Moderna e, também, põe-se em discussão uma Ciência pós-moderna. Além, claro, de proporcionar a reflexão do surgimento da Comunicação no universo da pesquisa, como campo ou disciplina.

O nascimento de uma disciplina depende diretamente das condições culturais existentes, bem como do aparecimento alguns objetos de estudos, tendo seu surgimento dentro de momentos históricos e de desenvolvimento social, cultural e tecnológico. Desse modo, entende-se que por existência de um objeto (o computador), permitiu-se o nascimento da disciplina (a informática): “O objeto de uma disciplina” não existe portanto antes da existência dessa própria disciplina; ele é construído por ela.” E como defendido por Heidegger ... “a ciência não atinge mais do que aquilo que o seu próprio modo de representação já admitiu anteriormente como objeto possível para si”. (Fourez, 1995, p.106 *apud* Heidegger, 1958, p. 199).

Há que se ater com atenção aos falsos objetos empíricos, que não tem em seu composto a relevância da existência da ação humana sobre eles. E neste viés, Fourez (1995 p.110) alerta: “... uma disciplina científica é menos determinada por seu objeto do que por seu objetivo”. Deve-se lembrar a importância de se pensar a ciência no contexto histórico real e não como algo “pré-determinado e previsível”. Haja vista que existem diversos falsos objetos empíricos na Comunicação, o que torna importante sua compreensão em sua amplitude, aceitando a existência de uma relação entre a Ciência, a História e a sociedade, ou seja, nas Ciências Humanas Sociais (CHS), que contribuiu com preceitos científicos para a Ciência Moderna.

Diversos autores abordam os estudos de Comunicação na atualidade, como sendo uma: “... relação de natureza social, em imbricamento com o lugar onde ela se dá, com a história daquela sociedade, com os mecanismos de constituição das visões de mundo daquele espaço social, com os modelos mais interiores de percepção de um mundo igualmente social ou de uma sociabilidade mais abrangente que visualiza um processo complexo, estamos enfatizando

que esta relação perpassa vários saberes, mas que possui uma forma de olhar que lhe é peculiar.” (Barbosa, 2002, p.74). Braga considerou-os como adequadamente constituídos em disciplina “quando possam oferecer às demais CHS contribuições especializadas como, por exemplo, perspectivas para olhar o fenômeno; ou perguntas que desenham essa perspectiva e oferecem ângulos para a pesquisa empírica.” (Braga, 2010, p. 27). Neste sentido, a Comunicação é área de ampla oportunidade de pesquisas e observação de acontecimentos sociais, desde que comece a questioná-los, como bem coloca Barbosa: “Um campo de conhecimento define-se... sobre tudo a partir de olhares e de perguntas que lançamos sobre os fenômenos sociais que, a rigor, perpassam variados campos de saberes.” (2002, p.73). Assim, novamente, percebe-se a presença do contexto histórico-social na explicação da presença da Comunicação, como campo ou disciplina, dentro das CHS, pois sua característica que se faz mais evidente é o que o autor traz como sendo “o desenvolvimento dos meios e as relações que as sociedades estabelecem com eles [os estudos da comunicação - grifo meu], determinando configurações particulares de gêneros e discursos.” Barbosa ressalta que a especificidade do campo comunicacional está também no “... investigar como se constrói a dinâmica dos meios, ou seja, as relações e as imagens preferenciais forjadas dos e pelos grupos.” (2002, p.73).

Importantes nas reflexões do objeto comunicacional e da localização da comunicação nas ciências humanas dadas por (Lopes, 2007, p.11) colaboram para o entendimento dos processos comunicacionais na realidade globalizada e mundializada. De acordo com ele, existe o objeto-mundo ‘com sentido’, o qual é o ponto de encontro entre as ciências humanas e a comunicação, no aspecto de que “No mundo ‘comunicado’, que tanto os media as ciências humanas nos oferecem, constitui-se a objetividade mesma do mundo e não somente interpretações diferentes de uma ‘realidade’ de alguma maneira ‘dada’.

O entendimento da ‘crise dos paradigmas’ nas Ciências Sociais de Lopes revela à primeira vista desfavorável o reconhecimento da Comunicação como um espaço de conhecimento onde há institucionalização disciplinar. Mas ao apropriar-se de Barbero, o autor expõe sua crença de que “talvez daí ela tenha arrancado o sentido crítico e transformador que tem sido uma das marcas distintivas do pensamento latino-americano em Comunicação. (Lopes, 2007, apud Barbero, 1996). Neste aspecto, é perceptível e agregador o pensamento de Lopes quando expõe como origem do campo da Comunicação o duplo movimento: “o interno da própria

ciência que é de convergência e de sobreposição de conteúdos e metodologias” e o “movimento de ruptura histórica”, compreendido processo de globalização.

Deste modo, o contexto do primeiro movimento proposto por Lopes se torna plausível e ponto de partida para o direcionamento das reflexões ao segundo movimento. E para isso, vale a atenção à definição de Barbosa ao termo “comunicação”, que vem representar o momento atual de reflexões no campo comunicacional e permitir um olhar avançado sobre a origem e o desenvolvimento do campo de estudos em Comunicação. Para ele: “A comunicação diz respeito a um ato comunicativo, a uma linguagem, a uma construção, a um sujeito e a uma história, com todas as implicações – culturais e políticas – que estas correlações engendram.” Assim, o autor declara que a linguagem não é suporte de mera representação do mundo. Ela é sim, “... de compreensão de um mundo real e repleto de sujeitos” (2002. p. 74). Sendo interessante, como bem expõe:

Refletir sobre práticas, processos e linguagens comunicacionais, tanto do ponto de vista de uma crítica permanente às produções e às práticas mediáticas, articulando-as com a questão das linguagens e da produção cultural, é considerar a inter-relação existente em uma teoria social. (2002, p. 75)

Ou seja, há que se ter uma Comunicação analisada pelos processos comunicativos (produção, recepção, circulação e interpretação de sentidos) e por meio das mídias permite olhares sobre relações histórico-sociais e culturais e maior atenção ao midiático. Este, que na atualidade traz desafios aos pesquisadores, por conta do contexto da convergência, cenário no qual estão presentes os objetos e processos comunicacionais, que revelam-se a partir do sujeito, que passa a ser percebido como primordial no contexto da problematização histórica da Comunicação.

Sujeitos; Experiências e Interação

França afirma que a Comunicação faz parte do real e está presente no cotidiano da sociedade contemporânea por meio da mídia e de diversos outros espaços de trocas simbólicas do dia a dia, sendo importante “... pensar a comunicação como troca, interação, situação comunicacional que circunscreve a relação – mediada discursivamente – de sujeitos

interlocutores.” (França, 2010, p. 13). Por conta disso, neste artigo, aborda-se como sujeitos nos processos comunicativos atuais, os jovens que utilizam os dispositivos *smartphones* – ou plataformas móveis – em suas interações cotidianas. Esse olhar dá-se a partir dos dois paradigmas da comunicação: o informacional (transmissão) e o relacional (interação) percebe-se o porquê do movimento ou ação realizada pela “geração *millenium*” (ou “*millennials*”)¹, utilizadora das recentes criadas plataformas móveis, ser um objeto da Comunicação. Eles são sujeitos socialmente ativos e se relacionam entre si na sociedade, que é constituída simbolicamente pela comunicação, que pede uma abordagem dos aspectos como os da midiatização, da interação, da produção, da recepção, e da circulação. Braga em suas reflexões sobre os estudos da midiatização destaca que análises do conceito contribuem para compreendermos as interações sociais. Sua exposição pode ser reforçada pelo fato de ser a máquina uma extensão de sentidos do sujeito, como postulado por McLuhan (1974). Outro relevante ponto de vista é de Silverstone. Para ele, há que se olhar a mídia está quando se fala da “Experiência”, sem deixar de lado o indivíduo. Estudá-la permite que a sociedade crie uma determinada consciência crítica de seu impacto cotidiano. Nesse aspecto, olhar para o indivíduo e a “Experiência” pode trazer reflexões sobre as interferências dos meios de comunicação e o papel dos agentes inseridos na sociedade contemporânea:

A “Experiência”, tanto mediada como a da mídia, surge na interface do corpo e da psique. Esta, claro, se exprime no social e nos discursos, na fala e nas histórias da vida cotidiana, em que o social está sendo constantemente reproduzido. (Silverstone, 2002, p.30)

Neste aspecto, a “Experiência” envolve totalmente o indivíduo, sendo analisada a partir do comportamento dele. Como consequência surge a “Circulação”, que torna-se geradora de potencialidades, afinal, a cada “Experiência” individual, o agente praticará a “Circulação” de conteúdos/mensagens aos seus grupos de contato. Esse agente é chamado por Fausto Neto (2010) de “terceiro elemento”, em sua definição de “Experiência”: “É uma zona de indeterminação criada pela existência e manifestação de um terceiro elemento que vem funcionar como um dispositivo, enquanto espaço gerador de potencialidades.” (2010, p.61).

Por esse caminho, vale também destacar o conceito de Braga (2011) quanto à interação comunicacional: “... referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata aí dos processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se vêem engajados (por exemplo, de área política,

educacional, econômica, criativa, ou estética) e toda e qualquer atuação que solicita co-participação”. Assim, percebe-se importante um olhar questionador quanto às apropriações das tecnologias móveis, principalmente pelos jovens “*millennials*”, bem como o impacto social desse uso no que tange às relações socioculturais e os processos comunicativos durante a fase da adolescência². Parece relevante responder questionamentos tais como: Como esses jovens estão se comunicando? Que tipo de interação eles vivenciam? Quais os efeitos destas interações ou relações em sua socialização?

O desafio do comunicacional da mobilidade

Atualmente o *smartphone* tem se consolidado como ‘um meio de extensão do homem’ – confirmando a teoria de McLuhan (2006). Os jovens da geração *millennials* utilizam os recursos e ferramentas de dispositivo de modo intenso e ágil. Eles recebem e interagem com desenvoltura com o dispositivo, sendo isso resultado de uma tendência da tecnologia pessoal, que surgiu recentemente. A partir dela, esses dispositivos – e outros, como tablets - se proliferaram. À disposição nas vitrines, os jovens têm diversos modelos, que trazem, entre outros recursos, conexão com a internet via *Wi-Fi*³ e 3G⁴ - neste ano, 2013, até 4G por algumas operadoras. As funções de download de músicas em mp3, rádio, TV, opções de gravar filmes, voz, tirar fotos, receber e-mails, enviar mensagens de texto e multimídia, utilizar aplicativos de conversação entre outros, colocam o aparelho *smartphone* entre os itens ‘sonho de consumo’ da juventude. Afinal, o acesso à conteúdo, informação e interatividade marcam a relação entre esses indivíduos e o dispositivo.

E essa sintonia com a tecnologia pessoal pode estar afetando a experiência social dos jovens, tanto nas experiências sociais coletivas quanto individuais e subjetivas, além de revelarem novos modos de mediação em suas relações cotidianas. E, como exposto por diversos autores, se é por meio da “experiências” com a ‘mediação’ que as ações do sujeitos no processo comunicacional ganham significados e permitem uma participação formadora de uma identidade e reconhecimento social, as apropriações feitas pelos jovens “*millennials*” com as plataformas móveis caberiam como objeto de reflexão na comunicação, haja vista que os significados criados a partir do uso destes dispositivos - ao passarem pela circulação - ganham dimensões transformativas na construção da realidade. Além disso, essa interação do sujeito com um aspecto da realidade – ou vários - , proporciona a ele a construção de novas

realidades a partir de una experiencia con a mediação, como esclarecido por Silverstone, para o qual essa “experiência” seria ampla na vida do sujeito, ocorrendo entre corpo e mente, através dos discursos, das histórias, das interlocuções, produzindo e reproduzindo a vida social em uma rede de significados, na construção de sentidos e na escolha de ações: “A mediação enfim, ‘não começa nem termina com um texto singular’ (2002, p.37): ela se expande, se multiplica, se dissemina, até alcançar a leitura e o leitor, que se engaja ativamente na produção de sentido.” (Silverstone, 2002, p.33 *apud* Leal; Guimarães, 2008, p.4).

A “Experiência”, no ponto de vista de Leal e Guimarães, é o resultado da interação entre a criatura viva e algum aspecto do mundo em que ele vive, posto por John Dewey (1980), para o qual “a “Experiência” ... está implicada na condições e dimensões concretas da relação do indivíduo com o ambiente e, conseqüentemente, não pode se caracterizada por outro aspecto exclusivamente”. Ou seja, na sociedade dos meios e na sociedade em vias de midiatização, o sujeito está plenamente conectado com o seu ambiente, sendo ele, além de produtor, receptor de conteúdos e gerador de significados.

A modificação da presença da “Experiência” com o uso *de smartphones*, expõe uma sociedade em constante transformação no que tange aos processos e modelos comunicacionais; Este e um outro ponto que colocam as apropriações das tecnologias móveis pelos adolescentes como foco aos estudos da Comunicação: o contexto da extensão do espaço de fluxos e de tempo atemporal nas estruturas da vida em sociedade, disseminando práticas sociais em múltiplos lugares e a criação de novos espaços de interações entre indivíduos, conforme destacado por Castells:

“Dado que esta comunicación móvil cambia continuamente de referente espacial, el espacio de interacción se define completamente en términos de flujos de comunicación. La gente está aquí y allá, en múltiples aquí y allás, en una combinación incesante de lugares.” (Castells, 2007, p.268)

Estudos da “Recepção” também merecem atenção nesta reflexão, pois permitem a compreensão do sujeito comunicacional, tendo como relevante sua presença em um momento histórico-social-cultural sem precedentes. Fausto (2010) expõe a contrariedade dos modelos passados, nos quais o indivíduo, sujeito comunicacional, era passivo neste processo e não existia o *feedback* e a “Circulação”. A partir desses novos dispositivos tecnológicos acontecem novas interações entre produção e recepção. Como resultado há novas formas de

organização de “Circulação”, (reflexões no campo da linguagem, intencionalidade dos discursos, por exemplo) cujos efeitos começam a ser observados pelos produtores de conteúdo. “Circulação” se apresenta como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação dos sentidos. Antes, a “Circulação” de sentido estava condicionada à produção, o receptor era submetido aos efeitos presumidos pelos produtores. Hoje, com as apropriações de dispositivos que permitem a “Circulação” isso não é mais realidade. O indivíduo está em lugar de destaque no campo comunicacional. As máquinas já não cumprem por si só todas as etapas do mesmo. O sujeito é receptor, co-produtor e também transmissor da mensagem/contéudo a tal ponto que acaba por se revelar como sendo a própria mensagem. Isso porque há limites pouco revelados pela complexidade da “Circulação”, tais como o reconhecimento de si no processo, pelo próprio sujeito possivelmente pela falta de atenção ao tema. Na atualidade o papel desse sujeito tem se confundido com o papel da própria mensagem ou contéudo, como esclarece Scolari:

(...) nos encontramos frente a uma ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural y ante um desplazamiento desde el consumo a la producción comunicacional. Al participar em el control de los contenidos, el usuario de los médios interactivos termina por convertirse em parte de ese contenido. Paraphrasing McLuhan, podría decirse que em las nuevas formas de comunicación digital *el usuario es la mesaje*. (2008, p. 98)

Entre os aspectos interessantes aos estudos comunicacionais está na consideração de que o meio permite e controla o nível de interferência sobre as ações humanas, como expõe Winocur (2009) em sua fala sobre o celular na perspectiva de área intermediária de experiência. De acordo com ela, os jovens usam a internet e plataformas móveis, como espaços de inclusão ou simbólico, onde podem desenvolver estratégias. São esses os novos espaços nos quais eles adquirem o poder de instituições tradicionais - até então de difícil acesso (ou negada) a eles. E nesses novos espaços eles concretizam o seu potencial de ser e de fazer e sentem-se inclusos socialmente. Além disso, a internet utilizada por meio dos *smartphones* serve para gerar vínculos entre os jovens e seus grupos de interesse. O conteúdo é adquirido através da interação na internet irá estabelecer hierarquias de conhecimento, durante a dinâmica da interação face a face e isso alteraria a percepção de solidão e isolamento dos adolescentes. Com isso, o adolescente deixa claro que seu desejo de pertencer a sociedade não desapareceu, mas o significado e a forma como querem estar inseridos foram modificados. “Las comunidades virtuales, las redes sociales online y el celular, se han

legitimado, particularmente entre los jóvenes, como nuevas formas de inclusión social. Em el fondo se trata de una batalla por forjar una identidad cuyo signo más distintivo es garantizar la visibilidad y el reconocimiento em el mundo de sus vínculos sociales.” (2009, p. 69).

Novas maneiras de conviver em sociedade promovem a necessidade de um melhor entendimento das transformações sócio-tecnológicas, considerando o que (Levy, 1999, p.22) ressalta como a impossibilidade de separação do humano e seu ambiente material, já que “as tecnologias são produto de uma sociedade e de uma cultura” e por isso compreende-se um merecimento de atenção dentro dos estudos em Comunicação. Abrir discussões e reflexões sobre a temática dentro dos estudos comunicacionais pode ser um bom caminho a percorrer para um desvendar das dúvidas que pairam nas relações entre indivíduos, tecnologias e o contexto da convergência no campo comunicacional, haja visto que ainda há um “vazio” a ser preenchido por pesquisas neste campo, pra que se faça emergir novos conceitos e talvez, novas respostas às indagações que permeiam o vital entendimento da evolução histórico-cultural-tecnológica-social e comunicacional das sociedades. Como bem reforça Scolari, em sua fala:

Hay interactividad em las comunicaciones sujeto-sujeto pero también em los intercâmbios entre um sujeto y um dispositivo tecnológico. Em esto segundo ejemplo la interactividad se desarrolla em la interfaz, que se podría definir como em lugar de la interaccion. (2008, p. 94)

Na geração *millenium*, os jovens - esses sujeitos sociais de valia em diversos aspectos da sociedade - sempre provocam e provocarão transformações na sociedade, não somente pelo uso das tecnologias que são postas a eles para uso, mas por anseios sociais diversos: desde a busca de sua identidade social ao reconhecimento de sua função social e cultural. Isso põe a sociedade a conferir uma real transformação histórico-social, indiferente das tecnologias que se apresentam ao uso, apresentando-se relevante novos olhares dos estudos da Comunicação sobre seus novos objetos, tais como o agir do sujeito “*millennials*” - no que diz respeito à sua capacidade de adaptação aos novos modos de interação surgentes e ao impacto causado pelas TIC's em suas relações sociais e culturais. Pois entende-se que para uma pesquisa no campo da comunicação é preciso perceber, de acordo com Braga, “... as articulações entre imaginário, real percebido e racionalidade locais disponíveis ou tentativas – no desenvolvimento de uma processualidade simbólica agregadora (da qual não seriam estranhos também os processos afetivos).” (2010, p.46) e porque, conforme dito por Castells (1999), a

história contemporânea presencia um intervalo com características de ‘cultura material’, frente ao paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação. E mais que isso, na era das tecnologias pessoais móveis, do uso exacerbado do smartphone – e seus infinitos aplicativos e funcionalidade - percebe-se alterações em aspectos comportamentais dos indivíduos jovens “*millenials*”, principalmente, no tocante aos seus modos de socialização. Parece haver um certo culto ao uso de smartphones que, como dispositivo individual, tendem a representar seus proprietários socialmente, podendo, em certo aspecto, ser sua identidade no ingresso à grupos sociais de interesse.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, M. **Paradigmas de construção do campo comunicacional**. In: M.H. WEBER; I. BENTZ; A. HOHLFELDT. (Org.). *Tensões e objetos da pesquisa em comunicação*. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 73-79.

CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M.; GALPERIN, H.; AGÜERO, A. **Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global**. Barcelona, Ariel/Fundación Telefónica, 2007. 475 p.

BRAGA, José Luiz. **Constituição do campo da Comunicação**. Verso e Reverso (Unisinos Online), v.25, p. 26-27, 2011. Disponível em: <http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/94>

BRAGA, José Luiz. **Disciplina ou Campo? O desafio da consolidação dos estudos em Comunicação**. In: FERREIRA, Jairo; FREITAS, Luiz Antonio Sgnates; PIMENTA, Francisco José Paoliello. **Estudos da Comunicação: transversalidades epistemológicas**. São Leopoldo: Unisinos, 2010. p. 19-37.

FOUREZ, Gérard. **A construção das ciências: introdução à Filosofia e à ética das Ciências**. São Paulo: Ed. Unesp, 1995.

FAUSTO NETO, Antonio. **“As bordas da circulação...”**. ALCEU - v. 10 - n.20 - p. 55 a 69 - jan./jun. 2010. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da Comunicação/a Comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. ; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010

HOWE, Neil; STRAUSS, William. **Millennials Rising: The Next Great Generation**. 1ed. [S.I.]: Editora Vintage Books, 2000.

LEAL, B.S.; GUIMARÃES, C. 2008. **Experiência estética e experiência mediada**. *InTexto*, v.2:1-14. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/7998/4765>

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. “Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo”. In: **Anais do XVI Encontro Anual da Compós**. Curitiba: COMPÓS, 2007. P.1-15. Texto disponível para acesso em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/221.pdf>

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2006. 407 p.

MUSS, E. Rolf. **Teoria da Adolescência**. Tradução: Instituto Wagner de Idiomas. Belo Horizonte: Interlivros, 1972.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de La Comunicacion Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2008. 317 p.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

WINOCUR, R. 2009. **Robinson Crusó ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre.** México, Siglo XX: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009. 167 p.

¹ Niel Howe e William Struass, utilizou a expressão *Millennials* no livro *Millennial Rising* (Publishing Group, 2000). A qual seria a geração que descobriu nas palavras “informação” e “oportunidade” o caminho da modificação, da revolução, da oportunidade de todos os indivíduos ao desejoso lugar ao sol, ansiado por muitos. De acordo com os autores, com o tempo, os *millennials* vão se tornar a próxima geração grande.

² “Adolescência é o conceito amplo que compreende a fase biológica e também a mudanças no comportamento e no status social do indivíduo.” (MUSS, 1972. p.14) “Cronologicamente, é o tempo que se estende de aproximadamente doze ou treze anos até a casa dos vinte e um, vinte e dois, com grandes variações individuais e culturais. [...] tende a ocorrer mais cedo para as moças do que para os rapazes [...]. Os termos “adolescência”, “idade adolescente”, “período adolescente” e mesmo *teen-ager* são usados intercambiavelmente. Landis acrescenta, como sinônimo adicional, “juventude”, que ele usa para descrever o final do período da adolescência enquanto Gesell usa o termo “juventude” para designar o período de dez a dezesseis anos de idade. (*Id*, 1972, p.14)

³ Termo licenciado pela Wi-Fi Alliance para explicar as redes sem fio baseadas no padrão IEEE 802.11. Ou seja, uma tecnologia que permite a conexão entre vários dispositivos sem fio. Leia mais em:

<http://tecmundo.com.br/197-o-que-e-wi-fi-.htm#xzz1VgdhCcHJ>

⁴ Tecnologia móvel que permite ao usuário navegar na internet em alta velocidade sem a utilização de fios. Pode ser utilizada através de modem (para computadores e notebooks) ou por celulares, *smartphones* e *tablets*. Leia mais em: <http://tecmundo.com.br/226-o-que-e-3g-.htm#ixzz1Vgh6iRXk>

Gênero: Artigo

Título: Abordagens no campo da comunicação e o desafio contemporâneo da mobilidade: jovens e *smartphone*

Autor: Diocsianne Correia de Moura

Fecha: 23/07/2013.

Breve semblanza del autor: Diocsianne Correia de Moura, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba - Brasil.

diocky@gmail.com

Resumo

O presente artigo traz reflexões e apontamentos sobre o desenvolvimento de estudos comunicacionais no decorrer das últimas décadas, observando suas distintas abordagens e perspectivas de investigação, bem como a consideração dos jovens e o impacto de suas apropriações às plataformas móveis, como o *smartphone*. Aborda a relevância de se observar, sob diferentes aspectos, a geração conhecida como *millennials*, refletindo sobre os contextos a eles relacionados a partir de perspectivas expostas por Barbosa (2002), Braga (2010), Winocur (2009), Castells (2001), Scolari (2008) entre outros.

Palavras chave

Campo Comunicacional; jovens; *smartphone*; mobilidade.

Abstract

This article presents reflections and notes on the development of communication studies in the last decades, noting their different approaches and research perspectives, as well as consideration of young people and the impact of its appropriations to mobile platforms such as the smartphone. Discusses the relevance of observing, under different aspects, the generation known as millennials, reflecting on the contexts related to them from prospects exposed by, Winocur (2009), Castells (2001), Scolari (2008) among others.

Keywords

Communication area; young; smartphone; mobility.