

BOA VISTA E A PÓS-MODERNIDADE: OS JOVENS E OS SITES DE REDES SOCIAIS

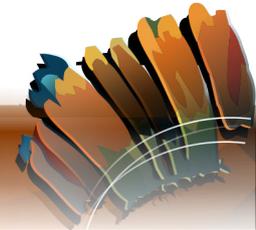
Germano Lopes Ângelo¹⁹

RESUMO

Este artigo mostra a transição do modernismo para o pós-modernismo em Boa Vista, o marco zero deste acontecimento é o uso dos sites de redes sociais pelos jovens como ferramentas para se relacionar. Focaliza os problemas que estas podem ocasionar no futuro caso não se tome as devidas providências.

Palavras-chave: Boa Vista, jovens, pós-modernismo

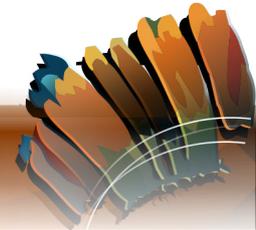
¹⁹ Acadêmico e pesquisador/Bacharelado em Ciências Sociais, Universidade Federal de Roraima—Brasil



ABSTRACT

This article shows the transition from modernism to postmodernism in Boa Vista, ground zero of this event is the use of social networking sites by young people as tools to relate to. It focuses on the problems they can cause in the future if not take appropriate action.

Keywords: Boa Vista, young, post-modernism



INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é identificar o desenvolvimento dos processos de relações sociais dos jovens boa-vistenses por meio de *sites* de relacionamento no período de 2007 a 2012. Através do método quantitativo e qualitativo, partiremos do pressuposto das mudanças comportamentais influenciadas pelos sites de relacionamento, por parte dos jovens que acompanham em tempo real tudo o que é moda imposta pela globalização do tipo capitalista, na qual impera a tecnologia virtual como uns dos avanços mais requisitados pela juventude que é a *internet* e seus *sites* de redes sociais. Os quais são aprovados pela imensa maioria dos jovens do pós-modernismo, como a melhor ferramenta de relacionamento do século XXI.

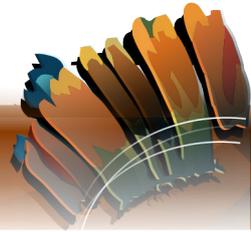
Este trabalho, descritivo de motivação, será desenvolvido por meio de pesquisa quantitativa com questionário semi-estruturados e perguntas abertas, através de amostragem probabilística casual simples. Com objetivo claro e formulação da hipótese inicial; a transição do modernismo para o pós-modernismo em Boa Vista, e os *sites* de redes sociais. Modalidade de observação direta: individual realizada por um pesquisador apenas.

Na primeira fase dissertaremos sobre a origem, e características dos *sites* de relacionamento que fizeram sucesso na comunidade juvenil boavistense. Na segunda analisaremos e qualificaremos os dados coletados, para identificar os prós e contras sobre o uso das redes sociais feitos pelos jovens de Boa Vista.

A maior invenção de todos os tempos foi a escrita, logo após foi considerada a videoconferência, ferramenta da *internet*. A sociedade juvenil boa-vistense não é alheia a estas invenções, prova disso são os sites de redes sociais que são usadas como ferramentas prediletas pelos jovens como meio de fazer novas amizades.

A juventude pós moderna boa-vistense repete as tendências mundiais desenvolvidas pelo capitalismo. Este sistema usa de todos os meios de comunicação para poderem vender seus produtos em qualquer região do planeta onde tenha chegado a globalização. Os jovens roraimenses estão sempre na moda seguindo o modismo que o mundo moderno lhes oferece, prova disso é o uso das chamadas redes sociais, pelo fato de elas mesmas serem um produto e ao mesmo tempo um meio de promover outros produtos.

Partindo de 2007, há exatamente cinco anos a juventude boavistense começava a experimentar as ferramentas oferecidas pela *internet*, no quesito redes de relacionamento tais como: o Flogão, este *site* foi o



mais usado como meio para conhecer e se relacionar com outras pessoas, no início do segundo semestre do mesmo ano apareceu o *Orkut*, esta ferramenta perdurou um pouco mais de três anos entre os jovens, o MySpace teve uma passagem rápida no segundo semestre de 2009, no final do terceiro trimestre de 2010 foi a vez do Twitter, e preciso frisar que esta ferramenta não caiu muito no gosto da massa juvenil boa-vistense, paralelo a este *site*, apareceu outro que rapidamente caiu no gosto da maioria, cresceu e se converteu no boom do momento, ficou na moda ter um perfil no *Facebook*, ferramenta usada atualmente pela totalidade da população juvenil da cidade de Boa Vista, do Brasil e praticamente pelo mundo inteiro.

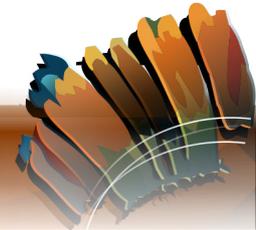
As formas de relacionamento do indivíduo não são próprias da atualidade como vemos no texto:

As Redes Sociais não surgiram com a tecnologia, há tempos nossa sociedade é subdividida em grupos sociais, o próprio nazismo foi uma rede social que reunia membros específicos com uma ideologia em comum, (...) As Redes Sociais nasceram para integrar membros com interesses e ideologias ligados pela relevância de um determinado assunto e para proporcionar integração e interatividade através de comunicação e compartilhamento de conteúdo (...) O Homem é um ser social por natureza (...) Não sabemos o futuro da sociedade, mas o futuro da comunicação, sem dúvida está nas redes sociais.(MESTRESEO, 2011)

Os impactos que causaram os avanços tecnológicos foram de tamanha importância que acabaram influenciando muitos campos na sociedade capitalista, no que diz respeito ao desenvolvimento das novas formas de se relacionar entre indivíduos cada vez mais individualistas. “A tecnologia da informação integrando a televisão, o telefone e o computador (...) transformou o mundo em uma verdadeira aldeia global. Um impacto comparável ao da Revolução Industrial em sua época (...) A tecnologia da informação forneceu as condições básicas para (...) globalização da economia.” (CHIAVENATO, 2010, P.37).

Agora somos uma verdadeira aldeia global porque, de um jeito ou outro, estamos ligados em tempo real através das muitas ferramentas e, em especial a *internet*. Por meio dela, os jovens boa-vistenses ficam sempre a espera das novas tendências a serem seguidas pelo seu gênero.

O que envolve este grande salto no mundo virtual é o tipo de empreendimento empresarial, agora com um novo perfil que, na maioria das vezes, são desenvolvidas por jovens com talentos intelectuais apurados. Eles são considerados no mundo pós-moderno como novo capital intelectual.



O jeito de medir o capital de uma empresa não é mais pelo capital do empresário e sim pelo capital humano. Então se formaram empresas com este perfil e as mesmas alcançaram um alto grau de desenvolvimento na última década. Vivemos na era da revolução intelectual no mundo pós-moderno, e esta é uma das principais características pela qual se pode identificar esta nova era. As idéias materializadas pelos indivíduos que trabalham nestas empresas são os que determinam o valor real do capital das mesmas.

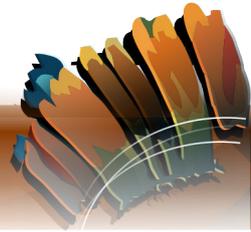
Assim como o capitalismo a cada crise se regenera a informática evolui e impõe moda pelo poder de persuasão que tem frente ao indivíduo que a usufrui, e em especial a comunidade juvenil do mundo inteiro que faz parte desta grande aldeia global, no qual se encontra o jovem boa-vistense.

Acompanhando as novas tendências do mundo globalizado a comunidade juvenil de Boa Vista não é alheia a todas as modas ditadas pelo capitalismo que usam como meio a *internet* na figura das chamadas redes sociais, para ditar moda e consumismo, utilizando estas novas ferramentas. “(...) anunciantes conseguem ajustar as mensagens publicitárias para atingir as pessoas com o perfil mais adequado de consumidor de seus produtos e serviços — ainda que as pessoas não se dêem conta disso (...) “a confiança do consumidor é essencial para o crescimento contínuo da economia digital”, disse o presidente Barack Obama.” (ESTADÃO, 2012)

Os jovens simplesmente acessam estes *sites* de relacionamento com a inocência de uma criança, com o único intuito de fazer novas amizades, e curtir do espaço junto aos amigos. Porém são vigiados e influenciados, através das redes sociais. “A Coca-Cola é a marca com maior presença em redes sociais do Brasil, segundo aponta um estudo do Grupo ECC, realizado em todo o país de março a julho deste ano, em parceria com a E-Consulting.” (CONSULTING, 2011)

Os sites de relacionamento usados ao longo do período de cinco anos pelos jovens boa-vistenses fizeram sua escalada nesta ordem: Flogão (primeiro semestre de, 2007), *Orkut* (segundo semestre de 2007 até o terceiro trimestre de 2010), *MySpace* (segundo semestre de 2009), *Twitter* (início do terceiro trimestre de 2010-2011), *Facebook* (2011-2012).

Ao longo do primeiro semestre de 2007, o Flogão, *site* que se resumia a postar fotos dos usuários sujeitos a comentários sempre e quando se forma enquanto parte desta comunidade. Porém qualquer usuário



podia comentar sem precisar ser amigo do dono do perfil. Era de um formato bem simples, rápido e fácil no manuseio. Este *site* de relacionamento fez muito sucesso dentro da sociedade juvenil de Boa Vista, neste período simplesmente o mais popular. Nascendo assim uma nova forma de se relacionar com outros jovens dentro da comunidade.

O modismo tinha chegado e a ordem a ser cumprida era acompanhar as tendências do mundo virtual. Mesmo com alguns obstáculos dentro da realidade local, como a baixa velocidade de transferência de dados, custo altíssimo do serviço e as poucas casas que alugavam máquinas com serviço de internet *Lan Houses*, instaladas nesse período na cidade de Boa Vista.

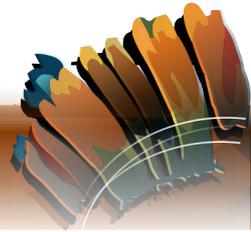
Cabe frisar que os sites de relacionamento que fizeram sucesso dentro da comunidade juvenil de Boa Vista foram fundados quase em tempos paralelos e muitos deles no mesmo ano. Prova disso é o nascimento do *MySpace* no 2003, em 2004 nasceram o Flogão, Orkut e o *Facebook* e por último o *Twitter* no 2006.

Após a hegemonia do Flogão veio o *Orkut*, site fundado em 2004. Porém só “estourou” (palavra usada na linguagem juvenil quando se refere a sucesso) a partir do segundo semestre de 2007 na comunidade juvenil de Boa Vista.

Este site foi criado por *Orkut Büyükkökten* engenheiro de origem turca funcionário do *Google*, criou o *Orkut* com a proposta de possibilitar aos usuários a criação de novas amizades. O público alvo seriam os internautas dos Estados Unidos da América, porém, o maior sucesso alcançado por este site se deu no Brasil e na Índia. A rapidez pela qual esta rede social se difundiu no início foi pelo tipo de processo que tinha que passar o indivíduo para ser parte deste site, a mesma consistia na necessidade de ser convidado por alguém que já pertencia a esta comunidade, para poder usar o *Orkut*.

A sensação de pertencer a um grupo seleto onde só é possível entrar por meio de um convite, seduz o indivíduo pós-moderno, principalmente o jovem, e quando é imposta a moda tem que ser seguida. O jovem boa-vistense não foi alheio a esta tendência, que era a adoção do novo modo de desenvolver suas relações sociais.

Não era novidade *site* que reuniam indivíduos com interesses comuns. No entanto tinha características diferentes ao do Flogão, na qual possibilitava ao usuário a montagem de uma página com seu perfil é



esta inovação que o *Orkut* promovia, servindo assim de plataforma para os futuros site de relacionamento.

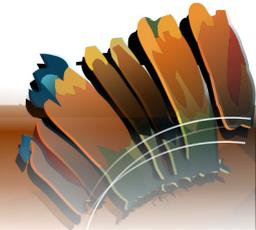
Com o sucesso do Orkut dentro do mercado brasileiro como meio para promover e vender produtos dos mais variados fez com que outras empresas do ramo viessem ao Brasil. Tudo isso pelo fato de ter se mostrado como um mercado em potencial e em total crescimento. Pois os jovens de cada região, estado e cidade do Brasil, faziam destes seus preferidos como meio para se relacionar com outros indivíduos. E é neste quadro que se encontram o *MySpace* e o *Twitter*, estes sites não fizeram o mesmo sucesso em Boa Vista, como em outras cidades, estados e regiões do Brasil, pois os mesmos demandavam uma qualidade de *internet* fato que naquele momento Boa Vista não contava. Além disso, tinham particularidades diferentes ao dos sites que fizeram sucesso entre os jovens boa-vistenses, como não estar em versão brasileira no início.

O *MySpace*, foi considerado o maior precursor das redes modernas, foi criado em 2003.

O MySpace (...) misturava fotos, blogs e perfis de usuário em um lugar só. E mesmo sem uma versão brasileira (criada posteriormente em 2007), a rede se popularizou por aqui com o MySpace Music, perfil voltado para músicos, uma inovação que guinou a carreira de diversas bandas e cantores do cenário independente como a brasileira Mallu Magalhães. Ele possibilitava incluir até 10 músicas e habilitava o download inclusive (...) foi a primeira rede social a se tornar mundialmente famosa e hoje conta com 110 milhões de usuários em todo mundo, o Myspace além de ser uma rede social possui um blog totalmente personalizável, onde é possível escrever posts, adicionar, vídeos, fotos e músicas.(MESTRESEO, 2011)

Outro ícone foi o *Twitter*, que” tentou mais não pegou” no gosto e muito menos caiu na moda dos jovens boa-vistenses.

No ano de 2006 criado pela Obvios Corp, seria lançada a rede social Twitter, até então considerada a mais inovadora no que se refere à velocidade da informação. O termo Twitter foi inspirado no som de um pássaro que emite sons para comunicar os demais pássaros sua atual localização e atividade(...)Com características bem diferentes das demais redes sociais, e com apenas 140 caracteres para publicação de algum conteúdo o Twitter passou alguns anos no anonimato. O Orkut até meados de 2008 era grande preferência da maioria dos brasileiros, mas, a partir do ano de 2009 o Twitter foi conquistando cada vez mais espaço se tornando hoje uma das principais redes sociais do mundo.(ALEXA,2007)



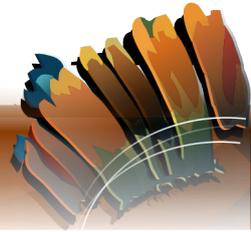
Tudo isso não se refletiu em Boa Vista, por razões já mencionadas. Por tudo, era uma preferência regional/estadual e não local. Tanto é assim que no vocabulário da comunidade juvenil boa-vistense, passou a existir numa baixa escala fato pela qual não fez nem faz parte da grande maioria como ferramenta usada para se relacionarem. O *Orkut* ainda predominava na comunidade juvenil de Boa Vista até o terceiro trimestre de 2010.

Mesmo com as investidas do *MySpace* e o *Twitter*, o *Orkut* não saiu da preferência dos jovens boa-vistenses, pois este ainda se manteve firme até a chegada do período pós-moderno a sociedade de Boa Vista. Chegou atrasado em comparação a outras regiões do país justamente pela sua localização geográfica dentro da Federação. Com a chegada do período pós-moderno, a comunidade juvenil boa-vistense se deu através da tendência mundial que era o site de relacionamento *Facebook*. Por fim estávamos ligados como um só organismo. Este mais complexo, nos colocando como membros à aldeia mundial. Com o advento do *Facebook*, entramos numa nova era na qual não existia moda regional/estadual o local, agora era de uma tendência geral. A comunidade juvenil boa-vistense fazia parte deste organismo complexo. Tudo isto se resume a característica principal desta nova era que é o modismo ou padronização de uma tendência.

A invenção do relógio mecânico e sua difusão entre virtualmente todos os membros da população foram de significação-chave na separação entre o tempo e o espaço (...) O tempo ainda estava conectado com o espaço e o lugar até que a uniformidade de mensuração do tempo pelo relógio mecânico correspondeu à uniformidade na organização social do tempo. Esta mudança coincidiu com a expansão da modernidade (...) um de seus principais aspectos é a padronização em escala mundial dos calendários. (GIDDENS, 1991, p.24)

Esta é uma característica que marca o passo do pré-modernismo para uma era moderna no final do século XVIII. Assim como o *Facebook* é um marco para nossa era, com a padronização de um jeito de se relacionar. Os *sites* de relacionamento mudam a comunidade juvenil boa-vistense, marcando assim nosso passo a era pós-moderna.

A rede social *Facebook* surgiu em 2004. Começou oferecendo soluções de relacionamento para universitários. Depois de certo período obteve características inovadoras como, por exemplo, poder chatear com outros membros ao mesmo tempo; permite procurar pessoas, partilha mensagens, pode-se deixar *scrap*, postar vídeos, e outros.



Até então o mercado virtual não estava sendo explorado na sua magnitude no Brasil e por consequência em Boa Vista. Motivo pelo qual se demorou em assimilar os outros sites que já existiam, e que de um modo ou outro já faziam sucesso mundo a fora. Só se experimentou isto a partir da segunda década do século XXI, com a chegada do pós-modernismo à sociedade boa-vistense. Ela passou a ser parte da grande aldeia global. Acompanhando assim o desenvolvimento mundial dentro do mercado virtual em tempo real, graças à melhoria dos serviços que envolvem a internet.

O pós-modernismo chegou à sociedade juvenil boa-vistense na figura do site de relacionamento *Facebook*, neste período realmente se tem uma clara visão do que é acompanhar uma tendência mundial.

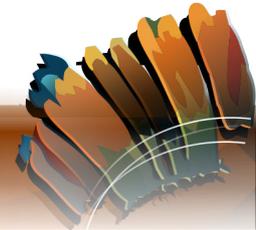
Não se pode afirmar nos casos anteriores como *Fotolog*, *Flogão* o *Orkut* o *Twitter*, *MySpace*, como uma tendência mundial e sim regional. Diferente do *Facebook* que realmente era um fenômeno mundial, próprio de um mundo globalizado.

Aproximadamente sete anos após sua criação, é o símbolo que marca a ruptura de um tempo para outro, saímos do modernismo para o pós-modernismo. Fica explícito na quantidade de usuários alcançado por esta rede social que esta em torno de 750 milhões como afirma o *site* (PONTOCOMTEUDO, 2011)

As redes sociais conquistaram ao longo desses 10 anos a atenção de internautas do mundo inteiro. Aqui no Brasil, não poderia ser diferente o brasileiro anseia por interação e relacionamento. Seleccionamos o top 10 das redes sociais mais acessadas no mundo e no Brasil (...) referente ao mês de dezembro de 2011: no mundo; 1° Facebook.com, 2° Youtube.com, 3° Twitter.com, (...) 8° Orkut.com, 9° tagged.com, 10° NIng.com. No Brasil; 1° Facebook.com, 2° Youtube.com, 3° Orkut.com, 4° Twitter.com, (...) 10° Foursquare.com. (ADRIANO, 2011)

A juventude boa-vistense, como outros jovens do mundo inteiro foram levados a adotar modos que regem o mundo, como a ferramenta chamada internet. Este é um novo tipo de alienação ao quais os jovens estão submetidos nesta nova fase do capitalismo.

Neste estado que o jovem fica mais vulnerável para o consumismo. Fator principal para alavancar o desenvolvimento do sistema capitalista. Este é o maior negócio de todos os tempos, dentro de um mercado que faz lucrar muito os donos destas empresas e os que usam para promover



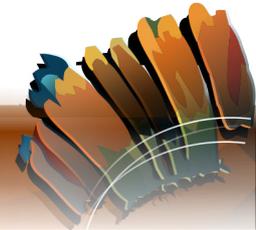
seus produtos. “As redes sociais ganharam vida, e conquistaram um espaço enorme na vida de cada membro e também das empresas (...) Sem dúvida alguma, o Facebook foi a rede que mais se destacou. Conseguiu ‘desbancar’ o Orkut em número de usuários, passou por transformações de layout e de funcionalidades, e conquistou muitos fãs.”(COISAETALE, 2011)

O aumento de aplicativos é a principal característica pela qual faz sucesso, inventa moda a todo instante para manter enganchado os jovens, pois depende muito dos usuários para se manter operando em tempo real. “O Facebook não para (...) A mais nova inquietude da turma de Mark Zuckerberg chama-se “Messages” e já está sendo vista como a nova proposta de revolução no meio digital (...) Os contatos – não as mensagens – passariam a ser o valor mais importante dessas conversações.”(EMEDIATA, 2010)

Nesta segunda fase, partindo do pressuposto modista, vamos qualificar os dados levantados através de um questionário aplicado aos jovens de Boa Vista numa faixa etária entre 20 e 30 anos. Foi aplicado um questionário com 17 perguntas, com o intuito de colher dados a respeito ao tipo de redes sociais usados pelos mesmos, a partir de 2007. Vamos analisar os dados coletados para identificar até que ponto os sites de relacionamento influenciam a comunidade juvenil no modo de se relacionar entre eles, além de identificar os prós e contras sobre o uso das redes sociais feitos pelos jovens de Boa Vista.

A pesquisa descritiva (...) de motivação: busca saber as razões inconscientes e ocultas que levam (...) o consumidor a utilizar determinado produto ou que determinam certos comportamentos ou atitudes (...) a pesquisa descritiva (...) trabalha sobre dados ou fatos colhidos da própria realidade (...) são utilizados, como principais instrumentos, a observação, a entrevista, o questionário e o formulário (Técnica de coleta de dados) (...) probabilística: Amostragem casual simples: também chamada de simples ao acaso, aleatória, casual, simples, elementar, etc., é equivalente a um sorteio lotérico. Nela, todos os elementos da população têm igual probabilidade de pertencer à amostra (...) As questões podem ser “abertas” ou “fechadas”; as primeiras não restringem a resposta do entrevistado; e as segundas fornecem certo número de opções codificadas (incluindo “outras”).(MANZATO; BARBOSA, 2012).

Aludi-se que foram entrevistados 30 jovens em 4 bairros diferentes da cidade. Por meio dos entrevistados, tem-se que: (83%) usaram o Flogão, (100%) Orkut, (6,7%) MySpace, (6,7%) Twitter, (10%) outros, antes da chegada do Facebook. (66,7%) responderam que o MySpace e o

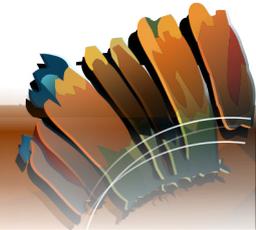


Twitter não fizeram o mesmo sucesso que o Flogão, Orkut e o Facebook pelo motivo língua (inglês) já para os outros (33%) foi a pouca versatilidade. (77%) consideram os sites de relacionamento uma ferramenta que facilita conhecer e fazer novas amizades comparadas ao modo tradicional (23%) prefere o modo tradicional. Quando questionados pelas respostas, a maioria dos que responderam “sim” declarou é mais simples fazer um clic e adicionar a alguém como amigo que apertar a mão olhando para a face do indivíduo. A minoria dizia que era mais interessante ter aquele corpo a corpo com o novo amigo que simplesmente tê-lo do outro lado de uma tela de um computador. Quando questionados se consideravam ter mais amigos hoje graças às redes sociais, tem-se que: Sim (73%) Não (27%). No entanto só mantém uma relação pessoal com os que já conheciam. Outra questão era os motivos pela qual eles usufruíam estes sites, como a pergunta era aberta foi necessária fazer um balanço quanto idéia central do por que ou uso das mesmas. Foram unânimes quanto à questão conhecer novas pessoas e estar atualizados. Você tem uma rede social favorita? (100%) responderam que “sim” qual? (100%) responderam Facebook. Quando questionados o motivo pela qual fazem o uso da mesma, (100%) dos entrevistados concordaram que possuir um perfil no Facebook, era de suma importância, pois todos possuíam um. Era o meio pela qual estavam sempre ligados uns aos outros ao mesmo tempo em que acompanham todas as novidades do âmbito local (como festas, e outros) nacional e internacional (lançamentos de novas músicas, filmes, e outros).

Uma das perguntas era. Você considera que um dos itens para estar na moda hoje é possuir um perfil no Facebook? (10%) responderam que “sim”, (90%) responderam “não”

Os jovens boa-vistenses parecem um pouco paradoxos quanto a suas respostas num momento concordam noutra discordam quanto ao conceito sobre os sites de relacionamento, se são bons ou ruins como meio para desenvolver suas relações com os outros indivíduos. Dizem não serem influenciados a aderir modas por meio destes, o que difere das respostas dadas pelos mesmos no questionário aplicado. Não têm uma idéia clara do significado de amizade e muito menos sabem que fazem parte de um mercado consumidor de grande potencial, “Nunca foi tão fácil manter contato e conhecer gente nova pela internet. Graças às redes sociais, nunca tivemos tantos amigos. Mas isso está transformando a própria definição de amizade.” (COSTA, 2011)

O conceito de amizade segundo especialista é muito complexo e vai mais além de trocar mensagens. O processo de se relacionar é algo



de suma importância no desenvolvimento do indivíduo. O conceito de amizade hoje está banalizado. O significado de amizade para os jovens do pós-modernismo está resumido simplesmente ao ato de clicar de conversar através de uma tela de um computador. A essência de uma relação de amizade é sentir o calor do teu semelhante é ver seu semblante ao falar contigo é saber quem é teu “amigo”.

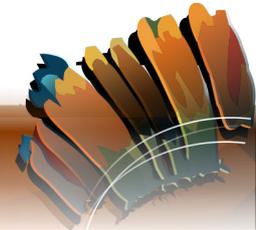
Os processos de escolha de uma amizade dentro das redes sociais têm uma particularidade quanto à definição de um amigo. O indivíduo pode escolher suas amizades mediante os mecanismos que as redes sociais te oferecem. Dentro das quais estão: amizade simétrica e assimétrica.

Amizade pós-moderna (...) a internet e as redes sociais se baseiam em dois tipos de relação: Amizade simétrica. É recíproca: se eu quiser ter você como amigo e acessar o seu perfil, você precisa autorizar o pedido e se tornar meu amigo também. **Pró:** Privacidade. Você decide quem terá acesso às suas informações. **Contra:** Reduz a possibilidade de conhecer gente nova. Exemplos: Facebook / Orkut / Flickr / LinkedIn / MSN / Last.fm. Amizade assimétrica. Não é recíproca: eu posso adicionar ou seguir você sem precisar pedir permissão (e posso inclusive fazer isso sem que você saiba) **Pró:** Torna muito mais fácil a formação de laços e comunidades. **Contra:** Mais difícil de virar amizade íntima, pois a interação é pública. Exemplos: Twitter / Buzz / Tumblr / Blip.fm .(COSTA, 2011)

A vantagem que as redes sociais te oferecem para ampliar seu círculo de amizade realmente é muita, mas, isso acarreta outros problemas.

O físico e especialista em redes Augusto de Franco (...). O problema (...) é que a maioria das redes na internet é simétrica: se você quiser ter acesso às informações de uma pessoa ou mesmo falar reservadamente com ela, é obrigado a pedir a amizade dela, que tem de aceitar. Como é meio grosseiro dizer “não” a alguém que você conhece, mesmo que só de vista, todo mundo acabava adicionando todo mundo. E isso vai levando à banalização do conceito de amizade. “As pessoas a quem você está conectado não são necessariamente suas amigas de verdade”, diz o sociólogo Nicholas Christakis, da Universidade Harvard (...) “A internet faz com que você consiga desacelerar o processo, mas não salva as relações”, acredita o antropólogo Robin Dunbar. (COSTA, 2011)

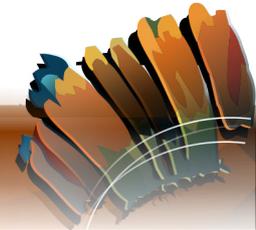
Analisando as respostas dos jovens entrevistados detecta-se que existe certo grau de alienação, a maioria se dizia não ser influenciados pelas redes sociais, porém eles acompanhavam as novidades por meio delas.



Jovens alienados ao computador têm prejuízos tão graves quanto aos que usam drogas (...) Escrever sobre as conseqüências da internet parece está fora de moda, mas enganam-se quem pensa isso, ainda mais quando estamos falando sobre o efeito que elas causam sobre os jovens, afinal, eles são os maiores usuários dessa tecnologia (...) Sexo, álcool e drogas deixaram de ser as únicas dependências entre os jovens (...) Segundo uma pesquisa realizada pela University College of London (...) Quando os jovens brasileiros foram questionados sobre o uso da internet, notou-se que o lazer, é o principal atrativo deles nas redes. O uso para o conhecimento está longe de ser o motivo para procurá-la. (TRIBUNA AMAPAENSE, 2011)

De fato é de suma importância acompanhar o processo de desenvolvimento na relação dos nossos jovens, pois existem comportamentos que precisam ser mudados, do contrário corremos sérios riscos de perder a essência do que realmente significa ser amigo de alguém o mesmo não saber mais como se relacionar com alguém pessoalmente. As futuras gerações não conheceram mais o jeito tradicional de se fazer novas amizades. O que vai acontecer dentro das escolas, universidades e outros meios onde antes tinham um papel de socialização, chegará ao ponto em que cada jovem terá seu próprio mundo, com fones de ouvido e aparelhos nas mãos com acesso a internet, cada vez mais acontecerá um individualismo emocional de cada indivíduo. Tudo isto acarretará sérios problemas dentro das futuras gerações. Mesmo sendo muitos indivíduos dentro de um espaço deixaremos de ser seres sociais, pois não manteremos mais uma relação direta entre os atores que formam uma sociedade, dizia Durkheim que as escolas serviam como meios para desenvolver o processo de socialização do indivíduo. “Os jovens estão cada vez mais se isolando do mundo, passando a maior parte do seu tempo em Cyber Cafés ou dentro dos seus quartos na frente de seus computadores, eles se tornam pessoas anti-sociais para com as outras ao seu redor. Estão imergindo nesse ‘mundo virtual’ e esquecendo-se do real.” (TRIBUNA AMAPAENSE, 2011)

Ter milhares de amigos virtuais não deixa ninguém menos solitário. Recentemente, sociólogos, psicólogos e antropólogos (...) concluíram a comunicação via redes sociais não conseguem suprir as necessidades afetivas mais profundas dos indivíduos. A internet tornou-se um vasto ponto de encontro de contatos superficiais. (...) diferente de uma praça, um clube ou um bar, esse é o espaço no qual as pessoas trocam informações sobre as novidades cotidianas de sua vida (...) Os sites podem ser úteis para manter amizades separadas pela distância ou pelo tempo e para unir pessoas com interesses comuns (...) Em excesso, porém, o uso dos sites de relacionamentos pode ter um efeito negativo: as pessoas se isolam e tornam-se dependentes de um mundo de faz de conta, em que só se sentem à vontade para interagir com os outros protegidas pelo véu da impessoalidade. (SHERRY, 2012)

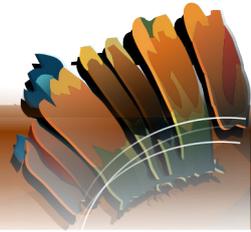


Uma palavra de muita relevância nesta situação é a solidão, estado emocional do cunho depressivo ao qual o jovem inconscientemente se está submetendo ao praticar em excesso este tipo de atividade como a ferramenta principal para se relacionar com seus semelhantes.

O processo de se relacionar com outro indivíduo é algo a mais que um simples ato de trocas de mensagens virtualmente.

Portanto o modo de se relacionar da comunidade juvenil boa-vi-tense, não é das mais apropriadas do ponto de vista de muitos especialistas, deve-se tomar providências imediatas antes de cair num problema maior no futuro em relação à sociedade. Pois os jovens de cada sociedade são o futuro da mesma. E um dos motivos é o afastamento entre eles, por meio desta ferramenta chamada sites de relacionamento. Aos poucos iremos perdendo a sensibilidade e os verdadeiros sentimentos ficarão de lado, não saberemos distinguir mais a alegria da tristeza e a expressão dos gestos de um amigo real. Daí a suma importância de se cultivar as antagônicas e boas formas de se relacionar com outro indivíduo, não se pode perder totalmente a parte humana de cada ser, para cair simplesmente num modismo.

Afinal, o caminho traçado pelo sistema de sociabilidade atual é puramente comercial, tendo como alvos principais os jovens os quais se tornam presas fáceis pelo fato de não ter ainda experiência de vida. Alienados desde cedo a um mundo onde impera o desrespeito à condição humana e a falta de amor ao próximo e a si mesmo onde tudo é sintético e artificial de passagem rápida. Fica um alerta para todos os jovens que fazem parte desta aldeia global, que num tempo não muito longínquo as formas tradicionais do “corpo a corpo” de se relacionar com outras pessoas vão ser perdidas, ficará nas lembranças dos mais velhos como era diferente se relacionar com outros indivíduos a mesma era através do calor humano no aperto de uma mão no abraço e num beijo olhando sempre para o semblante da pessoa. Que isto não fique só como uma mera lembrança de tempos outrora. O mais importante é que não se pode resumir todo um processo de suma simplesmente a um modismo. Enfim, o que caracteriza uma amizade no pós-modernismo é o processo realizado através da internet por meio dos sites de relacionamento chamados também de redes sociais.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADRIANO. **Top 10 mais**, 2011. Disponível em: <http://top10mais.org/top-10-sites-de-redes-sociais-no-brasil-e-no-mundo/>> Acesso em: 3 jun. 2012

ALEXA, 2011. Disponível em: <http://www.alexa.com>> Acesso em: 24 maio. 2012

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

COISAETALE, **Retroespectiva 2011 as redes sociais**, 2011. Disponível em: <http://www.coisaetale.com.br/2011/12/retroespectiva-2011-as-redes-sociais>> Acesso em: 2 de jun. 2012

CONSULTING, 2011. Disponível em: <http://www.e-consultingcorp.com.br/midia/e-consulting-na-midia/coca-cola-lidera-em-redes-sociais-no-brasil-1>-> Acesso em: 23 de maio de 2012

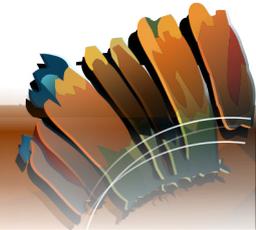
COSTA, Camila. **Como a internet está mudando amizade**, 2011. Disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/como-internet-esta-mudando-amizade-619645.shtml>> Acesso em: 06 jun. 2012

COTIDIANO, 2011. Disponível em :<http://super.abril.com.br/cotidiano/como-internet-esta-mudando-amizade-619645.shtml>> Acesso em 16 maio.2012

EMEDIATA, 2010. Disponível em: <http://emediata.com.br/2010/11/15/messages-a-nova-proposta-de-revolucao-do-facebook/>> Acesso em: 25 maio. 2012

ESTADÃO. **Obama propõe novo código de privacidade**, 2012. Disponível em:<http://blogs.estadao.com.br/link/obama-propoe-novo-codigo-de-privacidade>> Acesso em: 15 jun. 2012

GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*; tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.



MANZATO; BARBOSA, 201 2. Disponível em: www.dcce.ibilce.unesp.br/~adriana/ensino/quest.doc 2012> Acessado em

MESTRESEO. A evolução das redes sociais e a publicidade 2, 2011 Disponível em: <http://www.mestreseo.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-a-publicidade-2>> Acesso em: 24 maio. 2012

PONTOCOMTEUDO, 2011. Disponível em: <http://pontocomteudo.com/2011/07/29/infografico-a-historia-do-facebook-e-f-commerce>> Acessado em: 24 maio 2012

SHERRY, Turkle. Redes sociais, 2012. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/tag/redes-sociais/>> Acesso em: 25 maio 2012

TRIBUNAAMAPAENSE. **Internet-excessiva-jovens-alienação**, 2011. Disponível em: <http://tribunaamapaense.blogspot.com.br/2011/08/internet-excessiva-jovens-alienacao.html>> Acesso em: 25 maio 2012