



Universidade de Brasília - UnB

Faculdade de Comunicação - FAC

Curso de Comunicação Organizacional

“Você tem WhatsApp?”

**Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de
celular por jovens universitários de Brasília**

Bruna Sthefany Souza dos Reis

Orientador: Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira

Brasília/DF, Dezembro de 2013



Universidade de Brasília - UnB

Faculdade de Comunicação - FAC

Curso de Comunicação Organizacional

“Você tem WhatsApp?”

Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília

Bruna Sthefany Souza dos Reis

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional, sob orientação do Professor Dr. Fábio Henrique Pereira.

Brasília/DF, Dezembro de 2013

“Você tem WhatsApp?”

Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília

Bruna Sthefany Souza dos Reis

Prof. Dr. Fábio Henrique Pereira

(Orientador)

Prof. Dr. Luciano Mendes

(Membro)

Prof. Dr. Edmundo Brandão Dantas

(Membro)

Profa. Dra. Thaís Mendonça Jorge

(Suplente)

Menção Final	
---------------------	--

Dedico este trabalho aos meus pais, Renê e Rozeli, que sempre me mostraram a importância do conhecimento e nunca deixaram de acreditar em mim.

Agradeço a Deus pela oportunidade de ingressar na Universidade de Brasília, aos meus pais e aos meus irmãos pelo apoio, amor e cuidado incondicionais, ao meu orientador por prontamente aceitar o desafio de conduzir esta pesquisa, aos meninos do grupo B por participarem desta etnografia, a Ascom do CNMP por ser flexível com meus horários e a todos que colaboram com o projeto “Ajude uma formanda”.

*“Eu não vivo bem se vivo a vida sem querer saber de mais ninguém. Não há bom proveito nos dias aqui quando o coração anda distante, triste, frio e sem amar.”
(Banda Crombie)*

Resumo

Muitos aplicativos de celulares permitem a troca de mensagens de texto. Entre os mais usados, encontra-se o WhatsApp, que, além dessa funcionalidade, permite grupos de conversas e enviar imagens, vídeos e áudio. Por meio de uma etnografia, esta pesquisa observou como os jovens de Brasília utilizam o aplicativo. Além disso, também foram analisadas as interações sociais, a aceleração temporal ocasionada pelos novos dispositivos tecnológicos e a presença de produtos culturais na cultura digital.

Palavras-chave: WhatsApp, cultura jovem, tecnologias de comunicação, interação simbólica, etnografia.

Sumário

1. Introdução	8
2. O aplicativo WhatsApp Messenger.....	11
2.1 Sobre o WhatsApp	11
2.2 Recursos e funcionalidades.....	11
3. Revisão de Conceitos.....	15
3.1 Convergência de mídias e dispositivos móveis	15
3.1.1 A convergência de mídias no WhatsApp.....	17
3.2 Jovens, cibercultura e WhatsApp.....	18
4. Referencial teórico.....	22
4.1 Interacionismo Simbólico.....	22
4.1.1 Interações e dispositivos tecnológicos: a mediação via celular/ <i>smartphones</i>	23
4.2 Sociabilidade, mídia e Internet.....	24
5. Metodologia.....	26
5.1 Etnografia	26
5.1.1 Netnografia	26
5.2 Cenário de pesquisa	28
5.2.1 Os grupos	28
5.2.2 Procedimentos de análises	29
6. Análise dos resultados	32
6.1 Análise quantitativa do conteúdo das mensagens	32
6.2 A descrição de um dia típico no grupo B.....	36
6.3 Discussões	40
6.3.1 Partilha de produtos culturais.....	40
6.3.2 Convergência e gestão de sociabilidade	44
6.3.3 Gestão do tempo	50
7. Considerações Finais.....	53
8. Referências	55
9. Apêndice.....	69
9.1 Apêndice 1: Histórico de mensagens trocadas no dia 6/8/13:	69
9.2 Apêndice 2: Entrevistas estruturadas enviadas por e-mail.....	79

1. Introdução

As mensagens de texto de celulares, mais conhecidas como *SMS*¹, fazem parte de uma nova fase da comunicação. Em qualquer lugar e momento, podem ser enviadas e respondidas (SANTOS, 2012). O processo de escrita e recepção acontece quase em simultâneo (TEIXEIRA, 2003).

Em 2012, as SMS completaram 20 anos de existência e com o advento dos *smartphones*², muitos aplicativos (apps) de celulares passaram a enviar mensagens de texto, porém de forma gratuita, e assim, competem com o envio de SMS. O número de mensagens enviadas por aplicativos superou o volume de SMS enviados no ano de 2012 (19 bilhões de mensagens x 17,6 bilhões de SMS) e deve dobrar até o fim de 2014 (50 bilhões de mensagens x 21 bilhões de SMS).

O WhatsApp é hoje o app mais popular em 140 países e é apontado como o aplicativo de celular mais importante para os usuários brasileiros. No dia 12/6/2013, o aplicativo WhatsApp registrou o envio de 27 bilhões de mensagens em um único dia, um novo recorde para o serviço. O recorde anterior aconteceu em dezembro 2012 com o envio de 18 bilhões de mensagens. O app tem mais de 350 milhões de usuários em todo o mundo. Neste contexto, é cada vez mais comum uma pessoa ser indagada primeiro se tem o aplicativo, em vez do seu número telefônico.

A partir de uma das funções disponíveis no aplicativo, a criação de grupos de conversas, o objetivo principal é analisar como as mensagens trocadas via WhatsApp são utilizadas como uma possível nova forma de comunicação entre

¹ SMS é a sigla de *Short Message Service*, que significa Serviço de Mensagens Curtas.

² “Smartphones são aparelhos celulares que apresentam, além das funcionalidades comuns aos celulares, uma capacidade maior e mais completa de processamento de informações e aplicativos gerenciados por um sistema operacional.”

alguns jovens universitários de Brasília. A pesquisa também tem como objetivos observar como se configura a cultura desses usuários, suas relações com a cultura de massa e como as novas tecnologias digitais, em especial o WhatsApp, alteram o elemento tempo.

Os problemas de pesquisa são: 1. Como as modalidades das trocas no WhatsApp remetem à cultura do grupo?; 2. Como são estabelecidas as interações sociais dos usuários?; e 3; Essa interação limita-se apenas ao espaço virtual?

Aproximadamente 14% da população brasileira com mais de 16 anos usa *smartphones*. Desses, 73% não saem de casa sem ele e 40% usaram o aparelho todos os dias durante os últimos sete dias. O brasileiro tem, em média, 14 aplicativos de celular baixados e em média, seis apps foram usados nos últimos 30 dias. Cerca de 60% dos jovens nascidos entre 1980 e 2000 checam constantemente as atualizações de conteúdo em seus *smartphones*.

Nesse cenário, o desenvolvimento das mídias digitais cria novas oportunidades aos pesquisadores do campo da comunicação no que refere aos usos sociais dessas tecnologias, à produção e difusão de informações e ao aparecimento de produtos culturais. Assim, comprova-se a importância deste trabalho acadêmico na tentativa de entender como os jovens têm usado as novas tecnologias digitais, em especial o WhatsApp, e os reflexos dessas novas práticas na transformação do tempo ocasionado pelas novas tecnologias e práticas sociais nessa faixa etária, incluindo também, observações referentes ao comportamento e ao consumo de informações.

O levantamento bibliográfico inicial mostrou que o material existente sobre aplicativos de celular e interações sociais na área de comunicação ainda é bem

restrito. O fato de ter sido difícil encontrar autores para fazerem parte do referencial teórico deste trabalho e de estudos anteriores nessa área, serviu como estímulo para levar adiante esta pesquisa.

A cibercultura está presente no pós-mídia (redes de computadores, telefones móveis, televisão interativa, satélites) e é produto da digitalização desses meios, tornando o receptor um emissor em potencial (LEMOS, 2013) A partir da confluência das tecnologias digitais e dos *mass media* de comunicação, há uma nova dinâmica social, redefinindo a noção de espaço e tempo, comunidade e indivíduo. Essa sinergia é o marco da cultura contemporânea (LEMOS, 2013)

O primeiro capítulo apresenta o aplicativo WhatsApp e suas funcionalidades. O segundo capítulo revisa conceitos importantes para o desenvolvimento da pesquisa, como a convergências midiática, a cultura jovem, a cibercultura, as novas configurações espaço-temporais que ela proporciona e tudo isso associado com o WhatsApp.

No terceiro capítulo é introduzida a perspectiva teórica que sustenta o projeto, o interacionismo simbólico e a sua repercussão nos campos da comunicação mediada por dispositivos móveis, na sociabilidade e na mídia.

O quarto capítulo explica a metodologia utilizada, a etnografia, o cenário dos grupos de conversa e os procedimentos utilizados nesta metodologia. Em seguida, no quinto capítulo, são apresentados e discutidos os resultados, por meio de análises quantitativa e qualitativa dos dados, fundamentadas a partir da descrição de um dia típico de conversa.

2. O aplicativo WhatsApp Messenger

Neste capítulo inicial será apresentado o aplicativo WhatsApp, seus recursos e mecanismos.

2.1 Sobre o WhatsApp

O site oficial do WhatsApp Messenger o descreve como

um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular. (...) Não há custo para enviar mensagens e ficar em contato com seus amigos. Além das mensagens básicas, os usuários do WhatsApp podem criar grupos, enviar (...) imagens, vídeos, local, contatos e áudio.

É possível escolher uma foto para aparecer na janela de conversas, tanto nas individuais quanto nas de grupo. Se alguém não possui o número do contato salvo no catálogo de telefones, e ambos participam da mesma conversa em grupo, esta pessoa verá este nome também nesta conversa. A mensagem de status do WhatsApp é um indicador em tempo real do que se está fazendo, mantendo os contatos informados.

2.2 Recursos e funcionalidades

Um dos recursos do WhatsApp são os “tiques verdes” (figura 1), indicadores de confirmação da entrega de uma mensagem. Uma encenação disponível no site *Youtube* retrata os dilemas modernos que a incompreensão do tique duplo do WhatsApp gera. No vídeo, um namorado discute com sua companheira por ela ter visto a mensagem que ele enviou no aplicativo e não ter o respondido. Ela contesta, afirmando que não o ignorou, pois nem abriu o aplicativo na hora em que ele se referia.

A discussão aumenta quando ele replica dizendo que, pelos “duplos tiques”, ela estava mentindo. A garota responde dizendo que os “duplos tiques” são uma lenda urbana. Como o namorado insiste em não acreditar, a jovem rompe com ele e vai embora do local. A encenação ilustra a crença popular, de que o “duplo tique” significa que a mensagem foi visualizada. Quando o usuário vê o “duplo tique” na mensagem, mas não recebe a resposta, sente-se ignorado, frustrado e impaciente, pois acredita que a mensagem realmente foi lida.

Contudo, quando “um tique” aparece, significa que a mensagem foi entregue ao servidor e o “duplo tique”, quando a mensagem foi entregue ao telefone da pessoa com que se conversa. O “duplo tique”, portanto, não indica que a mensagem foi lida, somente que foi entregue, já que para mensagens de grupo, apenas uma marca de tique é visto, indicando que a mensagem foi entregue com sucesso ao servidor.

Figura 1: Marcas de tique no WhatsApp



Fonte: “WhatsApp FAC - O que são essas marcas de tique ao lado de minhas mensagens?” Disponível em <http://www.whatsapp.com/faq/pt_br/general/20951546>. Acesso em 22/9/13.

Outros recursos mencionados na encenação são o “*online*” e “visto pela última vez” (figura 2). Os marcadores informam, respectivamente, se o contato está com o WhatsApp aberto e a hora em que o contato saiu. Ressalta-se que quando o contato está “*online*” não significa, necessariamente, que ele leu a mensagem enviada e se a mensagem foi enviada e não foi respondida, a pessoa pode não ter aberto a tela do aplicativo, saindo sem ler o que foi enviado.

Os usuários do aplicativo no celular iPhone conseguem desabilitar o recurso a partir das próprias configurações do aparelho. Já os usuários do Android, não dispõem do recurso, mas é possível instalar aplicativos que desabilitam a função. Se o marcador “visto pela última vez” não aparece para um dos contatos, pode ser que o usuário tenha sido bloqueado.

Também é possível ver quando o outro participante da conversa está escrevendo. A informação aparece logo abaixo do nome da pessoa (no mesmo lugar onde fica “visto pela última vez”). Em grupos de conversa, não é possível ver se isso acontece.

Outra característica do WhatsApp são os *emojis* (figura 3). Diferentes dos *emoticons*³, que em sua maioria são combinações de sinais ortográficos expressando um sorriso ou piscada, os *emojis*⁴ são imagens com cara de desenho animado. Criados em 1995, o público-alvo dos *emojis* eram os jovens japoneses, que frequentemente usavam SMS e e-mails. A popularização dos *emojis* nos

³ A palavra deriva dos termos em inglês emotion (emoção) + icon (ícone). São imagens ou símbolos que ilustram expressões faciais, objetos, etc.

⁴ O termo *emoji* foi oficialmente incluído no dicionário inglês Oxford, junto com outros 41 termos relacionados à linguagem de internet e tecnologia. O dicionário o definiu como “ícone de expressão para mensagens; emoticon”.

Estados Unidos aconteceu em 2011, quando a Apple inseriu os ícones em seu sistema operacional móvel. Como o objetivo da empresa era atrair os adolescentes japoneses e não os norte-americanos, a grande maioria dos *emojis* refere-se à cultura japonesa.

Figura 2: Visto pela última vez no WhatsApp



Fonte: IKEDA, Ana. "WhatsApp: entenda as setas verdes nas mensagens e evite brigas" UOL, São Paulo, 14/8/13. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/09/aprenda-como-remover-o-visto-pela-ultima-vez-do-whatsapp-noandroid.html>>. Acesso em 25/9/13.

Figura 3: Emojis disponíveis no aplicativo WhatsApp



Fonte: Disponível em <<http://blogdetec.blogfolha.uol.com.br/2013/09/05/os-emojis-sao-racistas-peticao-on-line-quer-incluir-mais-diversidade-no-teclado-do-iphone/>>. Acesso em 5/10/13.

3. Revisão de Conceitos

Nesta seção serão apresentados os principais conceitos que permeiam a pesquisa. Primeiro, será discutida a noção de convergências de mídia aplicada à análise dos dispositivos móveis e a sua relação com o WhatsApp. Em seguida, será feita uma análise do cenário que envolve os jovens e a cibercultura e depois, é apresentado como o fator tempo é percebido na atualidade.

3.1 Convergência de mídias e dispositivos móveis

Em abril de 2013, a primeira ligação realizada de um celular completou 40 anos. Naquela época, em 1973, os aparelhos apenas faziam ligações. Em 1994, foi lançado o *Simon Personal Communicator*, considerado o primeiro celular a ter recursos de *smartphone*. Ele reunia funcionalidades de um palmtop com a de um telefone celular, além de ter sistema operacional e tela *touchscreen*.

No início dos anos 2000, surgem os primeiros celulares com tela colorida, câmera digital integrada, jogos e mp3 player. Em 2005, o dispositivo N70, que aceitava aplicativos e vinha com duas câmeras, difundiu a prática de registrar tudo com o celular. Nele era possível também reproduzir áudio e sintonizar rádio FM. O modelo N70 foi importante para vender a ideia de que o celular poderia um dia substituir o *iPod*⁵.

Em 2007, o lançamento do *iPhone*, pela Apple, marcou uma nova fase na evolução dos celulares, dando origem a sistemas operacionais exclusivos, tela totalmente sensível ao toque, instalação de aplicativos e recursos avançados para conexão com a internet. O *iPhone 3G* foi o celular mais vendido do mundo, posto

⁵ Reprodutor portátil de áudio lançado pela empresa Apple em 2001.

que era ocupado por aparelhos da Nokia desde 1998. No ano seguinte, a empresa Google desenvolveu o *Android*, um sistema aberto que permitiu as fabricantes criarem *smartphones* para concorrerem com o *iPhone*.

Segundo Lemos (2013), o uso das novas tecnologias pela sociedade contemporânea amplia o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas. O telefone celular, portanto, tornou-se um dispositivo de múltiplas convergências midiáticas (LEMOS, 2007). Os aparelhos agregam diversas tecnologias, como câmera fotográfica, filmadora, agenda, gravador de voz, mensagens de texto e músicas. Além das possibilidades geradas pelo acesso à internet, tais como sistema de localização, e-mails, downloads, jogos e bate-papo.

Jenkis (2009) também aponta o telefone celular como exemplo representativo do período que estamos vivenciando. A convergência, segundo o autor, é a mistura de linguagens. Para ele, as novas e velhas mídias se tornam híbridas, alterando a relação entre as tecnologias, indústria, mercados, gêneros e públicos.

Os meios de comunicação sofrem um processo constante de fusão, em que as mídias alternativas fazem permuta com as tradicionais, os produtores de conteúdo para as mídias trocam de papel frequentemente com os consumidores. Essa combinação não atinge somente as plataformas, mas principalmente o conteúdo disponível, gerando, assim conteúdos a partir das diferentes matrizes midiáticas (JENKIS, 2009).

Nesse caso, o conteúdo para mídias digitais não percorre uma linha reta (do produtor ao leitor). Ela possui uma estrutura ramificada, permitindo ainda o acesso

aleatório como resultado da natureza do armazenamento da informação digital. O usuário pode ter acesso a uma pluralidade de ramificações numa mesma plataforma (LEMOS, 2013).

3.1.1 A convergência de mídias no WhatsApp

O jornal *online*, EXTRA, criou uma conta no aplicativo WhatsApp com o objetivo de permitir que o leitor compartilhe notícias e receba informações (fotos, vídeos, áudios e depoimentos). Desde então, o canal de comunicação tem sido fonte de notícias e furos de reportagem por parte do portal de notícias. Os leitores/usuários já denunciaram atrasos no metrô, incêndio, compartilharam fotos e depoimentos da visita do Papa Francisco ao Brasil, entre outros:

Em cem dias, 50 mil mensagens recebidas e dois mil contatos cadastrados. O WhatsApp do EXTRA (...) recebeu mais de 3.200 fotos, muitas delas deram origem a reportagens exclusivas. (...) Desde a criação do WhatsApp do EXTRA, o leitor está a apenas três toques de enviar sua denúncia: um para abrir o aplicativo, outro para fotografar ou filmar, e um para enviar. (...)

O jornal também se utilizou da colaboração via WhatsApp para fazer a cobertura do festival de música que aconteceu em setembro, o *Rock in Rio*. Os leitores foram reunidos em diversos grupos, de acordo com o dia de presença no evento, e enviaram fotos e informações. Segundo o jornal, foram mais de 250 fotos compartilhadas relatando a viagem até chegar ao *Rock in Rio*, os momentos que antecederam os *shows* e as apresentações de músicas. Além disso, a iniciativa promoveu o encontro de usuários que se conheceram por intermédio do aplicativo e dos leitores com a equipe do jornal EXTRA.

O festival de música permite perceber que as “comunidades virtuais eletrônicas são agregadas em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras fixas” (LEMOS, 2013, p. 88). Os interesses de criação do grupo no

WhatsApp são variados, como o que foi criado pela assessoria de imprensa do Ministério Público de Alagoas (já são dois grupos de 30 jornalistas cada em que os participantes mandam fotos, cobertura de sessões plenárias e *releases*⁶) e o grupo “Blitz Vale do Aço”, de uma cidade do interior de Minas Gerais, que diz aos motoristas os locais onde as blitz da Polícia ou DETRAN estão operando.

Diante disso, a cultura de convergência mostra-se como um conceito amplo. O processo de criação de mídia envolve história, produção, pós-produção e meio de distribuição. O recebimento de informações, por exemplo, já não pode mais ser considerado como passivo, pois o receptor quer seja ele usuário, telespectador ou leitor, também é produtor e disseminador (JENKIS, 2009). O indivíduo, portanto, pode emitir e receber informações em tempo real para e de qualquer parte do planeta. A convergência não é apenas das tecnologias, mas, sobretudo da cultura e do modo de agir em sociedade. (JENKIS, 2009).

3.2 Jovens, cibercultura e WhatsApp

O século vinte foi prodígio em diversas áreas, principalmente na comunicação. Da revolução industrial à revolução eletrônica, a cultura contemporânea tem sido construída a partir dessas modificações (LÉVY, 2009). Neste contexto, vários autores têm contribuído para o estudo da comunicação digital, os seus impactos, características e configurações. Para Pierre Lévy (2009), uma referência nos estudos de cibercultura, a Internet não é apenas uma mídia tradicional, mas um ambiente composto de vários instrumentos de comunicação.

⁶ Texto jornalístico distribuído à imprensa.

A cibercultura⁷ amplia os formatos de produção de conteúdo, já que eles não são mais exclusivos da *mass mídia*, gerando uma nova configuração da comunicação (LÉVY, 2009). A internet se apresenta como um elemento da cultura e não um objeto a parte, integrando o âmbito *online e off-line* (AMARAL, FRAGOSO, RECUERO, 2012).

A cibercultura parte do princípio que as novas tecnologias são utilizadas como ferramentas de “efervescência social no compartilhamento de emoções, convivialidade e de formação comunitária” (LEMOS, 2013, p. 91). A mobilidade, a instantaneidade e o acesso direto, possibilitados pelos celulares, permitem que os jovens se comuniquem no decorrer do dia com a sua rede de contatos para obterem informações, combinar encontros, planejar a programação da noite ou do fim de semana, ou mesmo para simplesmente contar algo que acabou de acontecer. (NICOLACI-DA-COSTA, 2006).

A cultura da visibilidade ocasionada pela superabundância das telas, quer sejam de celulares ou computadores, “(...) multiplica ao infinito as possibilidades de se exibir diante dos olhares alheios e, desse modo, torna-se um *eu* visível. (...) É preciso aparecer para ser.” (SIBILIA, 2008, p. 111)

Um caso é ilustrativo da relação entre a ferramenta tecnológica e a cultura jovem. Uma marca de chocolate nos Estados Unidos divulgou um telefone em sua página da rede social Facebook, pediu para os seguidores adicionarem o número no WhatsApp e participarem da brincadeira “*Simon Says*”, parecido com o jogo infantil brasileiro, *O mestre mandou*, em que são dadas ordens para serem cumpridas. As

⁷ Lemos (2003) define o termo como “forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática, a partir da década de 1970.” (p. 11).

missões eram distribuídas para os usuários, que respondiam com textos e fotos. No fim da ação, mais de 2000 adolescentes convidaram a empresa de chocolate para fazer parte de seus contatos e 91% deles completaram missões:

Segundo Wincour (2011), estar desconectado ou “invisível” nas comunidades virtuais é uma ameaça aos jovens. “Estar conectado implica essencialmente estar visível. A visibilidade é a garantia de inclusão em um mundo cuja representação passou do palpável ao comunicável” (WINCOUR, 2011, p. 180).

3.3 As mudanças no tempo e a pós-modernidade

Um dos elementos que se alteram no ambiente da cibercultura é a questão do tempo. Por conta disso, será feita aqui uma revisão sobre as transformações no conceito de tempo a partir da pós-modernidade. Parte-se da ideia do tempo como construção social, cuja percepção se altera a partir das mudanças culturais, econômicas (E.P THOMPSON, 2002) e tecnológicas (LÉVY, 2001 apud PEREIRA, 2004).

Assim, para Lemos (2009), comunicar abrange mensagens, signos, informações e mídia, incluindo dispositivos e ambientes. As mensagens transportadas por meio de qualquer um destes afetam a relação do indivíduo com o espaço e o tempo. Duque afirma que o “mundo moderno é (...) uma teia acelerada de processos” (DUQUE, 2012 p.119). Ele também considera que por conta disso, os indivíduos são dominados pelo desejo da satisfação imediata.

Essa ditadura do tempo real foi instaurada na sociedade em geral e, por isso, o instante, o curto prazo e a velocidade predominam (INNERATIVITY, 2011 apud DUQUE, 2012). Pereira aponta que “o tempo real [de transmissão de informações] é

(...) fruto das exigências do mercado financeiro, onde a velocidade de transmissão de informações estratégicas torna-se um elemento decisivo para a tomada de decisões a partir da década de 70.” (PEREIRA, 2004, p. 6)

A ideia de “interface zero” (LEMOS, 2003), em que há mais acessibilidade e instantaneidade, porém, com menos “cliques”, está diretamente relacionada ao fator tempo. Os ícones de atalhos são uma forma de o usuário chegar ao seu destino final mais rapidamente. O aplicativo WhatsApp permite criar atalhos para os contatos que são usados de forma mais frequente. Um ícone com a foto do contato aparece na tela principal do celular.⁸

⁸ Um modelo de celular foi lançado com um botão físico do WhatsApp. Esta linha de celular é mais barata e destinada aos jovens, já que passam mais tempo conectados à internet.

4. Referencial teórico

Neste capítulo será apresentado o referencial teórico que fundamenta a pesquisa. Serão os trabalhos os principais ligados ao interacionismo simbólico. Em seguida, são apresentados os desdobramentos desta perspectiva nos campos da cibercultura, cultura jovem e da sociabilidade.

4.1 Interacionismo Simbólico

O interacionismo simbólico é uma perspectiva teórica que analisa a maneira como os indivíduos interpretam “os objetos e as outras pessoas com as quais interagem e como tal processo (...) conduz o comportamento individual em situações específicas.” (CARVALHO; BORGES; RÊGO, 2010, p. 148).

Para Brito, o “interacionismo simbólico é uma abordagem realista para o estudo científico da vida humana grupal e da conduta humana.” (BRITO, 2009, p. 5) Assim, a perspectiva foi escolhida para compreender os processos de interações dos atores sociais de um mesmo grupo por meio da comunicação mediada por dispositivo tecnológico, o WhatsApp.

O interacionismo propõe que o significado das coisas para os seres humanos são fundamentais (BRITO, 2009). Contudo,

(...) os significados não são intrínsecos às coisas, e nem provêm de elementos psicológicos do indivíduo, mas surgem a partir do processo de interação entre as pessoas. (...) Logo, o Interacionismo Simbólico vê o significado como um produto social, criado nas e por meio das atividades das pessoas enquanto interagem. (BRITO, 2009, p. 2)

Brito afirma que “a vida em grupo (...) pressupõe interação entre os membros do grupo, ou seja, uma sociedade consiste em indivíduos interagindo uns com os outros.” (BRITO, 2009, p. 3) Ao ocorrer uma interação social, o indivíduo realiza interpretações dos mais diversos símbolos ao seu redor. A interação social é

um processo complexo que acontece nas dimensões estrutural/sociológica e individual/psicológica de um indivíduo, grupo ou comunidade. (PEREIRA, 2009).

4.1.1 Interações e dispositivos tecnológicos: a mediação via celular/*smartphones*

Lemos (2003) aponta que as associações entre a cibercultura e a tecnologia geram novas formas de sociabilidade e vínculos. Segundo ele, a cibercultura redefiniu a percepção espaço-temporal e de comunidade e indivíduo. As tecnologias digitais são marcadas pela instantaneidade, ubiquidade (estar ao mesmo tempo em toda parte) e pela conectividade generalizada (LEMOS, 2003).

Mantovani afirma que antigamente um dos principais mediadores dessa conexão em rede eram os computadores, mas agora, os telefones celulares assumiram esse lugar e “portar um celular significa manter-se inserido em uma rede de potenciais interações” (MANTOVANI, 2005, p.4).

O celular, ao eliminar barreiras vinculadas ao tempo e ao espaço, tornou-se um elemento agregador por possibilitar aos sujeitos um estado de conexão quase permanente. Na atualidade, é possível estabelecer por telefone interações mediadas que incorporam diversos elementos das interações presenciais, devido à possibilidade de manipulação da voz, do som ambiente e da imagem dos sujeitos em interação. (MANTOVANI, 2005, p.2)

As interações sociais que acontecem por meio do celular dão a impressão de “conexão contínua” (AMORIM, CASTRO, 2010). Assim, surgem novas articulações sociais e modalidades de conversas que

ampliam a comunicação descentralizada, multiplicam a capacidade de circulação de informações, alteram a noção de tempo e espaço (...). Tudo isso aliado à liberdade do usuário poder renegociar suas atividades a partir dos novos fluxos, o que denota a ampliação e flexibilização do planejamento das suas ações. (Amorim, Castro, 2010, p.3)

Para Katz e Askhus (2002, apud MANTOVANI, 2005, p.8), os telefones móveis afetaram de um jeito direto ou indireto, diversos aspectos da vida pessoal e profissional dos indivíduos. “A possibilidade de interagir com um outro [sujeito] a qualquer hora e lugar tornou o celular quase uma prótese de interação, ampliando a capacidade de os sujeitos se conectarem uns aos outros, nas situações mais diversas.” (MANTOVANI, 2005, p.8)

No segundo trimestre de 2013, a venda de *smartphones* no Brasil cresceu 110,1%, chegando a 8,3 milhões de unidades. Os resultados mostram que as vendas de *smartphones* superaram as de celulares tradicionais pela primeira vez no país, representando 54% do mercado. Em um contexto de cibercultura, ter um celular, especificamente um *smartphone*, é o reflexo de pertencer em um mundo mediado pelas novas tecnologias de comunicação.

O *smartphone* assume caráter simbólico ao ser requisito para integrar determinado grupo. Colunas de tecnologia até compartilham dicas sobre as melhores opções de preço para quem deseja adquirir um modelos de celulares compatíveis com o aplicativo WhatsApp, porque, para o jovem acessar ao WhatsApp, não basta ter um celular, o aparelho deve ser *smartphone*.

4.2 Sociabilidade, mídia e Internet

De acordo com J.B Thompson (2011, p. 35), “os meios de comunicação (...) se relacionam com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais que são significativos para os indivíduos que os produzem e os recebem”. O autor também afirma que o desenvolvimento desses meios de comunicação permite novas formas de ação, interação e relacionamentos sociais. Uma das interações propostas

por Thompson é a interação mediada, em que “os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço temporal.” (J.B THOMPSON, 2011, p. 119).

O crescimento e a evolução deste tipo de interação criam novas oportunidades e opções para os indivíduos (J.B THOMPSON, 2011), entre elas, o aplicativo WhatsApp, que permite justamente a comunicação entre diferentes contextos espaciais e temporais. Nesse caso específico, também é possível associar a cibercultura e a tecnologia como “(...) novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários.” (LEMOS, 2013, p. 82)

A comunicação mediada por *smartphones* e aplicativos ainda é um fenômeno social recente, e por isso, a bibliografia específica dessa área é escassa ou inexistente. Briggs & Burke (2006) apontam ser mais sensato perceber as novas técnicas dos meios de comunicação como catalisadores e auxiliadores de mudanças sociais, em vez de centralizá-los como agentes de mudança.

Portanto, essa pesquisa não se limitou em analisar somente as pessoas ou objetos, mas todos os processos envolvidos, que se relacionam com aspectos tecnológicos, antropológicos e sociais. “A comunicação implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suportes” (LEMOS, 2009, p.28)

5. Metodologia

Nesta seção será apresentado o procedimento metodológico escolhido para realizar a pesquisa, os cenários dos grupos de conversa e os critérios a serem analisados.

5.1 Etnografia

A etnografia descreve um grupo, suas instituições, comportamentos interpessoais, produções materiais e crenças (ANGROSINO, 2009 apud AMARAL, FRAGOSO, RECUERO, 2012, p. 168). Neste procedimento metodológico, originado na antropologia, o pesquisador insere-se em comunidades para realizar o trabalho de observação e análise (AMARAL, NATAL, VIANA, 2008)

Para serem alcançados, os objetivos desta pesquisa precisam ter contato com detalhes, como a hora em que a mensagem foi mandada e o seu conteúdo. A etnografia, portanto, permitirá entender como alguns jovens universitários de Brasília utilizam o aplicativo WhatsApp, as interações sociais ocasionadas, sua cultura e percepção temporal.

5.1.1 Netnografia

Com o advento das tecnologias virtuais, surge uma nova vertente no campo da etnografia, a netnografia ou etnografia virtual. Para Hine:

a chegada da Internet colocou um desafio significativo para a compreensão dos métodos de pesquisa. (...) As pessoas se encontraram querendo explorar as novas formações sociais que surgem quando as pessoas se comunicam e se organizam via email, websites, telefones móveis e o resto das cada vez mais mediadas formas de comunicação. (HINE, 2005, p. 1, apud, AMARAL, NATAL, VIANA, 2008 p. 37)

As práticas de consumo midiático, um dos elementos de análise desta pesquisa, também são consideradas na netnografia. (BRAGA, 2007 apud , AMARAL, NATAL, VIANA, 2008). Para Amaral, o método pode ser usado no “mapeamento dos perfis de consumo de seus participantes a partir de suas práticas comunicacionais nas plataformas sociais”. (AMARAL, 2007 apud , AMARAL, NATAL, VIANA, 2008, p.37)

Amaral, Natal e Viana apontam que o acesso à informação por meio netnografia é facilitado, já que os dados produzidos são *online*, diferentemente dos métodos face a face de pesquisa qualitativa, em que é necessário transcrevê-los posteriormente para análise. O procedimento tem como vantagem

consumir menos tempo, ser menos dispendiosa e menos subjetiva, além de menos invasiva já que pode se comportar como uma janela ao olhar do pesquisador sobre comportamentos naturais de uma comunidade durante seu funcionamento, fora de um espaço fabricado para pesquisa, sem que este interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente (KOZINETS, 2002 apud AMARAL, NATAL, VIANA, 2008, p.36)

Já a desvantagem, é a perda dos aspectos gestuais que o contato face a face proporciona, pois nem sempre é possível perceber os verdadeiros significados dos *emoticons* e dos textos escritos (AMARAL, NATAL, VIANA, 2008).

Além da observação das interações entre os atores via WhatsApp, esta netnografia foi por complementada com entrevistas estruturadas que foram mandadas por e-mail para os participantes do grupo. As entrevistas foram mandadas por e-mail aos doze participantes, entretanto, dois não responderam até o prazo estabelecido. As entrevistas serão apresentadas na análise de resultados.

5.2 Cenário de pesquisa

5.2.1 Os grupos

Um dos diferenciais do WhatsApp e que não é encontrado em SMS, são os grupos de conversa. Cada usuário pode criar 50 grupos e cada grupo pode conter 50 participantes. Quando alguém cria um grupo, automaticamente torna-se o administrador e somente ele pode adicionar pessoas. Quando o administrador do grupo sai, o aplicativo indicará outro integrante do grupo aleatoriamente como administrador.

Nesta pesquisa, trabalhamos com dois grupos. O grupo A é formado por jovens de 21 e 22 anos estudantes do curso de Biomedicina da Universidade Católica de Brasília. O grupo, composto por três meninas e dois meninos, foi criado em setembro de 2012. A escolha por um público universitário se deu pelo fato da intensa utilização da tecnologia móvel entre o público jovem, comprovados pelos estudos e pesquisas já citados anteriormente.

O grupo B, criado em agosto de 2012, contém doze meninos entre 18 e 20 anos que se conheceram no ensino médio. Entre eles, oito estudam na Universidade de Brasília, sendo dois do curso de Ciências Contábeis, um do curso de Turismo, um do curso de Engenharia de Produção, dois de Direito, um de Estatística, um de História e um de Arquivologia. Ademais, um é do curso de Nutrição da Universidade Católica de Brasília e os outros dois cursam Direito no Centro Universitário de Brasília.

De acordo com a moderadora do grupo A⁹, o grupo já foi mais ativo, porém as interações diminuíram muito, pois ela ultimamente quase não tem contato com os demais integrantes por conta dos horários diferentes das suas matérias na faculdade. Um dos integrantes do grupo comentou que ele e os outros participantes, com exceção da moderadora, possuem outro grupo que foi formado por conta de também estagiarem juntos e que é mais ativo.

Após a observação simultânea dos dois grupos, o grupo B foi escolhido para análise, devido à frequência constante de mensagens compartilhadas. Nesse contexto, já é possível fazer a primeira análise da cultura do grupo, em que o contato diário ou frequente é importante para a manutenção das conversas no aplicativo.

5.2.2 Procedimentos de análises

O procedimento para coletar os dados, no caso recuperar as mensagens, foi por meio de *backup* das mensagens, recurso disponível no próprio aplicativo. As conversas foram apenas observadas e não houve interação com os participantes. O histórico das conversas foi exportado e enviado em anexo por e-mail. O formato do arquivo exportado não exibe os *emojis* trocados pelos usuários. Ressalta-se também que o recurso de mensagens de voz ainda não estava disponível no WhatsApp durante período de realização da netnografia.

O procedimento teve duração de um mês (19/7 a 19/8/2013) em dois grupos de conversa no WhatsApp com jovens universitários, de ambos os sexos, entre 18 e 22 anos e residentes no Distrito Federal. Após a escolha do grupo B para se concentrar a análise, para operacionalizá-la, preferiu-se focar no período de uma

⁹ Depoimento feito por meio do WhatsApp

semana (30/7 a 6/8/2013) por conta do extenso volume do material coletado (cerca de 350 páginas).

Como foram disponibilizadas informações pessoais dos participantes, é importante pensar em critérios que garantam a preservação da identidade e da privacidade dos informantes. Para isso, nomes fictícios foram adotados (escolhidos pelos próprios usuários) e não foram disponibilizadas as imagens e vídeos compartilhados, pois se referiam aos participantes, terceiros e fotos capturas de tela¹⁰ de redes sociais¹¹.

No primeiro dia houve muito receio no conteúdo a ser falado, mas pelo fato de não acontecer interações com o corpus, nos dias seguintes a situação se normalizou. O nosso “silêncio” foi questionado pelo grupo B, perguntando se ainda “estávamos lá”. Também era comum quando os usuários julgavam o conteúdo que acabara de ser compartilhado como inapropriado, desculpar-se com a observadora pela “futilidade” ou “vulgaridade” do assunto. Pela baixa frequência de trocas de mensagens no grupo A e pelo grupo ser formado por homens e mulheres, essas situações não aconteceram.

Ao mesmo tempo em que ter familiaridade com o objeto de estudo foi uma vantagem, foi um obstáculo quanto a se afastar para obter uma visão mais imparcial das situações, pois tanto a linguagem como as modalidades de troca eram comuns e aparentemente óbvias para nós.

¹⁰ O recurso, que não tem relação com o WhatsApp, encontra-se disponível em vários modelos de *smartphone* e permite tirar uma foto da tela do celular.

¹¹ O manual de orientação da Secretaria de Comunicação da Presidência da República define redes sociais como “sistemas online projetados para permitir a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. (...) Elas abrangem diversas atividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras, fotos, vídeos e áudios. (...)”

Pela falta de bibliografia específica sobre o WhatsApp, entre os meses de agosto e novembro de 2013, foi utilizada a ferramenta virtual Alertas do Google para acompanhar as notícias de sites e blogs referentes ao aplicativo. Ao configurar o recurso, são enviadas notificações por *e-mail* quando surgem novos resultados sobre o termo cadastrado na internet. As notícias foram utilizadas para explicar as funcionalidades do WhatsApp, além de fazer associações com a revisão de conceitos e com o referencial teórico.

6. Análise dos resultados

A análise dos resultados foi operacionalizada em duas etapas. Por conta do grande volume de material, num primeiro momento, foi analisado todo o conteúdo do corpus de uma semana com o objetivo de mapear as principais temáticas, a frequência de mensagens compartilhadas durante o período escolhido e apontar indicadores que permitissem a constituição de um corpus para uma leitura qualitativa e em profundidade. Em seguida, dentro da semana observada, foi escolhido um "dia típico" para descrever e analisar, a partir das categorias de análise utilizadas, as interações via WhatsApp do grupo de jovens investigado.

6.1 Análise quantitativa do conteúdo das mensagens

No período de 30/07 a 6/8, foram trocadas 935 mensagens no grupo (ver quadro 1). Durante a observação de temáticas e de conteúdos nessa semana, foram mapeadas quinze categorias mais recorrentes.

A categoria combinação de encontros (7%) são convites de um ou mais participantes para realizarem alguma atividade ou saírem juntos. Aqui foram incluídas as propostas de festas, show, cinema, churrascos, visitas às residências dos participantes ou de terceiros, idas a restaurantes, lanchonetes e bares.

De acordo com Mantovani

(...) o ritmo da vida moderna impõe uma rotina acelerada aos sujeitos. (...) O telefone celular ampliou a possibilidade de coordenar à distância atividades rotineiras. Marcam-se e desmarcam-se encontros durante o congestionamento, recebe-se uma ligação no caminho para a casa, pedindo para passar no supermercado e comprar coisas que faltam na dispensa. (...) (MANTOVANI, 2005, p.8)

Em imagens e vídeos (8%) são compartilhadas fotos dos próprios participantes, de mulheres, de algum evento que está acontecendo, capturas de telas das redes sociais e *memes*¹² de internet. Os vídeos, que são curtos e não ultrapassam a média de dois minutos, costumam ser de conteúdo sexual de terceiros ou algum meme audiovisual. A categoria internet (1%) são os links compartilhados, como de vídeos, e menções a sites, como redes sociais.

Na categoria de saudações (1%) estão inclusas mensagens de bom dia, olá e boa noite. As categorias referentes à linguagem – risadas (10%), *emoticons* e *emojis* (3%), onomatopeias e interjeições (3%), palavrões e gírias (7%) – são elementos da comunicação informal, bem comum no âmbito virtual e no SMS. De acordo com Santos (2012), o SMS é uma maneira “descontraída” do jovem se comunicar, pois ele pode enviar mensagens a alguém próximo sem tantas formalidades. É tanto que os dados (1%) mostram usuários não se importam em corrigir erros de digitação. Assim, esse estilo de comunicação é um elemento que permite ao jovem se identificar com o grupo em que convive (SANTOS, 2012).

Os jovens normalmente apenas citam alguma notícia (1%). A fonte, que costuma ser a televisão e a internet, só é indicada quando algum participante questiona a veracidade da informação. Os assuntos que despertam interesse são futebol, segurança, dicas culturais e gastronomia. As mensagens trocadas via WhatsApp também são uma das primeiras fontes indiretas para o recebimento de notícias imediatas, como o cancelamento de uma festa, um acidente que acabou de acontecer e está causando trânsito.

¹² Idéias (...) que circulam "mente a mente". (...) O meme (...) raramente permanece o mesmo. (...) Ele (...) adquire novos sentidos, é associado com outras idéias, (...)” (RECUERO, 2011) Na internet, um *meme* pode ser uma imagem (única ou montagem), vídeo, ícones e caracteres.

Em contrapartida, os dados (21%) mostram a forte relação entre as sociabilidades reais e virtuais. As mensagens categorizadas como experiências do cotidiano e do momento relatam saídas entre os próprios participantes ou entre eles e terceiros, consumo de álcool e drogas, algo está acontecendo naquele momento ou acabou de acontecer. Quanto mais os jovens interagem e se encontram, mais assunto têm para compartilhar. Neste âmbito, estão inseridas as relações afetivas (9%), em que eles comentam sobre aparência de determinada mulher, os relacionamentos que estão envolvidos ou gostariam de começar.

Maffesoli explica o fenômeno da seguinte maneira:

Por mais que isso horrorize os críticos politicamente corretos, as pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem. A informação serve de cimento social. Mais do que saber se Bush vai ou não invadir o Iraque, um leitor, um ouvinte, um telespectador distante da área desse conflito quer saber, com frequência, de coisas muito menos sérias, mas não menos importantes para a coesão social. (...) O leitor está louco para saber o final da novela ou como foi tal festa num clube da moda. A sociedade da informação, portanto, pode até fazer crer que o mais importante são os seus jornais, televisões e rádios, mas no fundo o que conta é a partilha cotidiana e segmentada de emoções e de pequenos acontecimentos (MAFFESOLI, 2003, p.15).

Nesse contexto de cultura de massa, também é possível perceber outro indicador expressivo dos conteúdos trocados. A ferramenta é usada como espaço de partilha de produtos culturais (25%) que incluem filmes, séries, programas de televisão, música, internet, shows e marcas. Os jovens comentam muito sobre futebol. Quando está passando um jogo na televisão, eles trocam opinião sobre o desempenho dos jogadores. Se um dos participantes não está assistindo o jogo, ele é um dos mais interessados nas informações discutidas, perguntando o placar, quanto tempo falta para o término.

Eles também costumam compartilhar indicações sobre filmes, principalmente para combinarem de irem ao cinema, o que acharam do episódio de alguma série. Também discutem preços em sites de compra coletiva. A programação local de eventos, shows e festas está inclusa nos assuntos que os jovens conversam. Antes de adquirem algum produto ou serviço, os participantes trocam informação sobre aquela marca, preços e vantagens. As categorias de opiniões (2%) e de sugestões e aconselhamento (1%) relacionam-se com esse aspecto, quando os jovens consultam uns aos outros antes de tomarem decisões.

Mesmo com laços afetivos, nem sempre os participantes das conversas têm interesse em saber tudo sobre a vida do outro. Mesmo que os participantes do grupo partilhem de assuntos comuns, sempre estão acontecendo negociações entre eles para dar voz e espaço uns aos outros, principalmente pelo fato do grupo possuir doze membros.

Quadro 1: Distribuição das mensagens do grupo por temáticas

Temática	Frequência (porcentagem e quantidade)
Combinação de encontros	7% (61)
Correção de palavras erradas	1% (9)
<i>Emoticons e emojis</i>	3% (26)
Experiências do cotidiano e do momento	21% (192)
Expressões que indicam risadas	10% (92)
Imagens e vídeos	8% (71)
Internet	1% (13)
Notícias	1% (10)
Onomatopeias e interjeições	3% (30)
Opinião	2% (19)
Palavrões e gírias	7% (65)
Produtos culturais	25% (236)
Relações afetivas	9% (85)
Saudações	1% (13)
Sugestões e aconselhamentos	1% (13)
	Total: 935 mensagens

6.2 A descrição de um dia típico no grupo B

Considerando o volume do material coletado, apenas um dia foi selecionado para ser apresentado e analisado. O dia escolhido foi terça-feira, 6/8/13. Não foram feitas alterações no texto para manter a originalidade da conversa, incluindo erros de digitação e abreviações, para mostrar a cultura e hábitos do grupo, além dos outros elementos analisados, como expressões que indicam risadas, gírias, onomatopeias e palavrões. Serão utilizados apenas alguns trechos representativos dos diálogos, sendo que a íntegra do histórico deste dia encontra-se em apêndice (Apêndice 1).

A conversa começa com uma saudação de bom dia, que é utilizada por um ou outro membro. Nem todos os usuários respondem ao cumprimento e a falta de resposta não gera desentendimento entre eles. Há um grande intervalo de tempo até um assunto ser iniciado. As temáticas variam muito, podendo ser algo que algum participante está fazendo no momento, convites para sair ou lembrança de algum acontecimento, como ocorre frequentemente na segunda feira.

8h10 6 de ago - Jenilson: Bday*

9h36 6 de ago - Marcos: Bday*

11h35 6 de ago - Jenilson: O sushi e bom ?*

11h38 6 de ago - Marcos: Po é sim*

11h38 6 de ago - Marcos: Mas debu é melhor*

11h38 6 de ago - Marcos: O melhor de lá é o hot pqp mt bom*

11h44 6 de ago - Jenilson: Carai*

11h44 6 de ago - Jenilson: To desejando*

Não é possível criar um padrão na rotina das conversas, a demanda depende da iniciativa de algum participante. Mas de uma forma geral, eles envolvem

experiências e situações que sejam comuns pelo menos para a maioria dos usuários. Alguns indivíduos monopolizam a fala com menos intervenções, mas assuntos paralelos também podem acontecer sem problema. A menção dos produtos da indústria cultural ocorre naturalmente e serve até como uma forma de gerar assunto.

12h01 6 de ago - Bruce: Milk*

12h01 6 de ago - Bruce: Breaking bad¹³*

12h01 6 de ago - Bruce: Ta sinistro*

12h01 6 de ago - Jenilson: Pq ?*

12h01 6 de ago - Bruce: ??*

12h02 6 de ago - Bruce: Heinsenbergr ta mto bandido*

12h17 6 de ago - Anapolino: Partiu red hot, o rappa, yeah yeah yeahs e jota quest em belo horizonte!!!*

Os usuários sempre compartilham o que está acontecendo naquele momento, ou que estão fazendo, quer seja para passar o tempo, dividir emoções ou compartilhar a rotina.

15h45 6 de ago - Marcos: To aq na facil*

15h45 6 de ago - Marcos: Q vida fudida*

15h46 6 de ago - Jenilson: Kkkkkkkkkkk*

15h46 6 de ago - Jenilson: Novidade*

15h47 6 de ago - Jenilson: Larguei essa vida em 2009*

15h51 6 de ago - Marcos: 50' na fila*

15h51 6 de ago - Marcos: E nem to na escadinha ainda*

¹³ Série de televisão americana que em agosto de 2013 entrou para o Livro dos Recordes, como a série mais bem avaliada de todos os tempos e no mês seguinte ganhou prêmio na categoria de melhor drama.

Nos fins de semana observa-se uma mudança nas interações, pois os participantes normalmente se encontram presencialmente e o fluxo de mensagens cai bastante. Os jovens não costumam frequentar a bares e casas noturnas. Eles costumam organizar festas e churrascos ou irem a eventos organizados por seus amigos.

Como o grupo é formado exclusivamente por homens, não há pudor e nem timidez em falar deliberadamente de mulheres e sexo. A temática é bem expressiva entre os jovens (9%). Eles não se limitam em falar gírias e palavrões (7%).

17h45 6 de ago - Bruce: Sonhei que tava comendo a yo*

17h45 6 de ago - Mario: explica ai*

(...)

17h45 6 de ago - Mario: VTNC SONHOU ISSO Q DIA*

(...)

17h45 6 de ago - Bruce: Ontem*

17h45 6 de ago - Mario: SONHEI HJ ISSO*

20h28 6 de ago - Anapolino: Pqpq*

20h28 6 de ago – Rafael: Kkkkkkkkk*

20h28 6 de ago – Rafael: É foda*

20h28 6 de ago - Anapolino: Vei pqp*

Os participantes se apropriaram da função “retweet,” ou “RT,” da rede social Twitter¹⁴ e constantemente a utilizam nas conversas. O “RT” é a réplica de uma determinada mensagem de um usuário para os seus seguidores. Neste contexto de

¹⁴ Microblog que permite aos usuários enviarem e receberem atualizações de outros contatos, em textos de até 140 caracteres, os tweets. A abreviação é TT.

conversa no WhatsApp, a expressão é utilizada em sentido de concordância com o que foi dito.

22h51 6 de ago - William: Nebolizador é paia*

22h52 6 de ago - Jenilson: Kkkkkkkk*

22h52 6 de ago - William: Odeio akele negocio*

22h54 6 de ago - Jenilson: Tua mae te obrigava a ficar sentado usando aquilo ne fi ??*

22h54 6 de ago - Jenilson: Hauahauhauh*

22h54 6 de ago - Jenilson: Eu odeio por isso*

22h54 6 de ago - Bruce: RT Jenilson**

Também nesse contexto de internet, há indicações de vídeos e partilhas de experiências na rede. Quando o usuário não compartilha o vídeo em si, ele envia o link do vídeo no Youtube e as menções de site costumam ser de redes sociais.

Não foi observado que a ferramenta serviu como espaço de partilha de questões íntimas, como problemas familiares, troca de confidências e desabafos. É possível que isso aconteça quando os jovens se encontrem pessoalmente. As saudações de boa tarde e boa noite raramente são utilizados. As conversas não têm começo e fim preciso. Se algum assunto continua pela madrugada, raramente ele é retomado pela manhã.

A linguagem utilizada é bem informal. São usadas muitas abreviações, vícios de linguagem e palavras sem acento. As mensagens costumam ter poucas palavras e por isso, nem sempre as frases têm sentido completo. Talvez seja por isso o grande número de mensagens trocadas, pois é comum usar três ou quatro mensagens para dar sentido total a uma ideia que se deseja compartilhar.

6.3 Discussões

A categorização do conteúdo mostrou uma ênfase em textos que partilham experiências do cotidiano desses jovens (21%) e de produtos culturais (25%). Assim, finalizaremos esta análise discutindo os resultados gerados por meio da etnografia a partir das três categorias de análise escolhidas: consumo de produtos culturais, sociabilidade e o elemento tempo. Com isso buscamos compreender as interações do grupo, a partir de um diálogo entre uma perspectiva mais comunicacional (a relação dos indivíduos com a cultura de massa e com as mídias online) e sócio-antropológica (o estudo de um grupo social cujas trocas são mediadas por um dispositivo tecnológico).

Nesta seção, serão utilizadas algumas citações das respostas obtidas nas entrevistas por e-mail, que também teve a originalidade do texto mantida. A íntegra de todas as entrevistas com os usuários podem ser visualizadas no apêndice desta pesquisa (Apêndice 2).

6.3.1 Partilha de produtos culturais

Os elementos da cultura de massa representaram um quarto do conteúdo das mensagens analisadas. Os participantes compartilham assuntos relacionados à televisão (séries, filmes, futebol), shows, música. É o caso da menção a série americana *Breaking Bad*, mencionada na seção anterior. De Assis, afirma que:

a relação entre consumo cultural e juventude é uma das formas de se verificar como o indivíduo percebe e constrói a sua identidade dentro de um círculo social. Assim, aquilo que o indivíduo assume gostar de possuir e consumir em termos de música, arte e outras expressões de cultura e lazer contribui para identificá-lo e localizá-lo na estrutura da sociedade. (...) (DE ASSIS, 2012, p.126)

Os usuários não consomem ou pelo menos não mencionaram durante o tempo que foram observados, produtos da área de literatura. O consumo está centrado na área de futebol, eventos de entretenimento, cinema, filmes e séries.

Já em momentos de partilhas de experiências de produtos e serviços, é possível perceber que:

a incorporação e uso das tecnologias móveis tornam os sujeitos mais produtivos, mais integrados, mais cientes do que se passa ao seu redor, provocando a sensação de que são capazes de realizar melhores escolhas por conseguirem reunir um conjunto de informações mais completo e dinâmico que, em última instância, permitem-lhes tomar decisões mais acertadas. (MANTOVANI E MOURA, 2012, p. 73)

Para Terra, estamos lidando com consumidores muito informados, o que impacta na maneira como tomam decisões, já que “(...) aprendem com experiências de outros consumidores, buscam mais informações sobre marcas, produtos e serviços, além de procurar negócios e incentivos.” (TERRA, 2012, p.81)

Os grupos de conversa podem ser visto pela comunicação organizacional como espaços estratégicos que permitem partilhas de decisões e a criação de formadores de opinião. De maneira semelhante a empresas que pagam *blogueiros* para divulgarem produtos e serviços em seus sites, os grupos no WhatsApp podem ser vistos como um canal promocional e de interação com o seu público, parecido como a ação da empresa de chocolate no Facebook, citada na seção 3.2 (jovens, cibercultura e WhatsApp) deste trabalho. Contudo, ressalta-se que a publicidade poderia posicionar-se de maneira predatória. O aplicativo também poderia ser usado como um canal de comunicação interna na empresa ou para facilitar na gestão de equipes no trabalho.

O dispositivo não é um espaço que se encerra em si mesmo, sendo então, uma primeira modalidade de trocas e interação. No WhatsApp, as diferentes esferas da sociedade são mencionadas e apropriadas em um contexto, de acordo com a percepção de mundo dos usuários, neste caso, os jovens. A comunicação pode se utilizar deste espaço para compreender melhor este tipo de público alvo, acompanhado seus hábitos, consumos e práticas.

23h06 6 de ago - William: Coloquem na band ai*

23h06 6 de ago - William: Reportagem sobre a industria porno*

23h06 6 de ago - Júlio: Delicinha*

23h06 6 de ago - Júlio: Essa mina*

(...)

23h07 6 de ago - Júlio: E filme porno*

23h07 6 de ago - William: Nao*

23h07 6 de ago - Júlio: Qual nome dessa atriz*

23h07 6 de ago - William: Entrevista e bababa*

23h07 6 de ago - William: Nao sei*

23h07 6 de ago - William: Fale vc*

23h07 6 de ago - Júlio: N sei*

23h07 6 de ago - Júlio: E linda*

23h07 6 de ago - Júlio: Demais*

Podemos dizer que próprio WhatsApp é um produto cultural. A convergência midiática do dispositivo agrega valor simbólico ao aplicativo e o torna um objeto de consumo. Em entrevista, os participantes responderam:

Não tem um recurso em especial que gosto no aplicativo, acho que o conjunto e o dinamismo que ele propõe é muito interessante; ao mesmo tempo que se pode conversar por mensagem, se pode enviar uma imagem, um áudio.

É uma inovação e tanto, praticamente elimina a necessidade de outro app no celular.

Todos os recursos são perfeitos, essa combinação de atividades em um único aplicativo deixou a comunicação mais fácil.

As falas dos usuários reforçam o resultado da pesquisa, realizada por uma consultoria e mencionada logo na introdução, que considerou o WhatsApp o aplicativo preferido dos brasileiros. O levantamento perguntava qual aplicativo às pessoas instalariam em seu *smartphone*, caso pudessem escolher apenas um.

Lasen observou que os indivíduos frequentemente seguram o celular, mesmo sem usá-lo. (2004, apud SILVA, 2007) Além disso, os dispositivos constituem “tecnologias afetivas” (LASEN, 2004, apud SILVA, 2007) e medeiam as emoções e os laços sociais. Lasen afirma que os “usuários possuem um relacionamento emocional com seus telefones e sentem-se ligados a eles.” (2004, p.11, apud SILVA, 2007)

20h26 6 de ago - Anapolino: Teve um acidente no pistao, ai eu fui fazer o retorno, e n vi oscones*

20h26 6 de ago - Anapolino: Eu simplesmente peguei todos os cones*

(...)

20h28 6 de ago - Anapolino: Nao dirijo mexendo no celular*

20h28 6 de ago - Anapolino: Foi por causa do celular*

Um participante comentou

(...) há vezes que quando você para e olha pros lados, todo mundo está mexendo no celular, é um vício (...)

Em análise semelhante, é possível associar que os usuários do WhatsApp também se apegam ao dispositivo. A metáfora utilizada no título deste trabalho, “Você tem WhatsApp?”, abre margem a uma pluralidade de inferências. A utilização

do WhatsApp permite saber se a pessoa está inserida neste contexto de cibercultura, de aplicativos populares no momento, se possui *smartphone*, o tipo de ciclos sociais que está envolvida.

(...) por exemplo, quando não consigo falar com alguém pelo whatsapp, na maioria das vezes não tento outro meio por considerar esse o mais eficaz, e esqueço que tem várias outras opções, acabo ficando dependente desse tipo de comunicação porque com muitas pessoas só consigo falar através do aplicativo.

Quando perguntados se o aplicativo WhatsApp faz parte do cotidiano, oito, dos dez usuários, responderam sim à pergunta. Os outros dois não foram tão assertivos, mas infere-se que eles também consideram o aplicativo como parte do seu dia a dia.

Considero sim. Porque uso como um dos principais meios de comunicação e uso diariamente sem falta.

Porque com ele eu programo meu dia-a-dia, mantenho contato com meus amigos e conhecidos e, por ser uma rede social, fico à parte de todas as novidades e notícias do meu meio social.

6.3.2 Convergência e gestão de sociabilidade

Os jovens em análise se conheceram no ensino médio e ainda mantém contatos na faculdade. Kupermann (2003, apud DAHIA 2008) comenta que o ato de rir representa intimidade entre aqueles que compartilham o riso e produz um laço social. A categoria de expressões que indicam risada é relativamente alta (10%), o que poderia apontar a profundidade do relacionamento entre os jovens. De acordo Santos a mensagem de texto não é o meio mais utilizado pelos jovens “(...) para comunicar formalmente com alguém que desconhecem ou com a qual não têm relações de amizade (...)” (SANTOS, 2012, p.21)

Um participante relatou:

Faço parte de um grupo que vem junto desde o ensino médio e mesmo com outras redes sociais não teríamos continuado tão próximos se não fosse o grupo criado após o término do ensino médio. Assim fez estreitar as relações e manter a amizade que já havia, ajudou a criar reuniões e eventos para os integrantes se verem e assim continuar uma amizade que já vinha desde antes.

Dessa forma, percebe-se que tão importante quanto ter o WhatsApp para fazer parte do grupo de conversa, manter concomitantemente o convívio é elemento essencial para o diálogo ser constante. Ao contrário do que muitos acreditam, a Internet não causa o isolamento e nem o distanciamento das pessoas. “As comunicações eletrônicas não substituem os contatos face a face ou a relação com o espaço urbano.” (LEMOS, 2009, p.32) A resposta de um dos participantes, utilizada no final do tópico anterior, reforça a característica de sociabilidade presente no aplicativo:

“(...) [por meio do WhatsApp] fico à parte de todas as novidades e notícias do meu meio social.”

Uma das categorias de conteúdo quantificadas, combinação de encontros, e até bem expressiva (7%) foi mencionada pelos participantes na entrevista

(...) O aplicativo facilitou para que eu me comunique com meus amigos para que possamos marcar encontros, cinemas, lanches. (...)

16h26 6 de ago - Mario: nao vai rolar nada amanha?*

16h26 6 de ago - Jenilson: Estação da bebidas*

16h26 6 de ago - Jenilson: 20hr*

16h27 6 de ago - Mario: so pode crerdes*

16h31 6 de ago - Mario: é ctz??*

16h36 6 de ago - Jenilson: Yes mtfocher*

16h37 6 de ago - Mario: ok cabron*

16h49 6 de ago - Bruce: 20hs estação das bebidas*

16h49 6 de ago - Bruce: Estarei lá*

16h50 6 de ago - Jenilson: Rt bruce*

(....)

O vocabulário utilizado entre os participantes contém códigos linguísticos e culturais que remetem a aspectos do cotidiano e relações *off-line*, limitando o entendimento da articulação entre o grupo a um estranho, por exemplo. Além disso, percebe-se que há níveis de linguagem que para quem está de fora do grupo, podem ser até indecifráveis. O convívio cria estilos de conversas específicos, gerando muitas vezes a banalização da língua.

19h56 6 de ago - Jenilson: Antonio* ta cafageste vei*

19h56 6 de ago - Jenilson: Pqp*

19h56 6 de ago - Jenilson: Na festinha sabado td hr uma mina*

19h56 6 de ago - Jenilson: Pqp*

19h56 6 de ago - Mario: ah eu quero eh news*

19h57 6 de ago - Jenilson: Festa do improviso >>>>> anapolinos*

19h57 6 de ago - Jenilson: Sinto dizer*

19h57 6 de ago - Mario: barulhando ou pegando?*

19h57 6 de ago - Bruce: RT Jenilson*

19h57 6 de ago - Jenilson: Kkkkkkkkkkkkkkk*

19h57 6 de ago - Jenilson: Se apresentava cm outros nome*

19h57 6 de ago - Jenilson: Mlk tava chapado*

A cultura de massa também se mistura a esses códigos, servindo de abertura para diálogos.

18h14 6 de ago - Mario: vai ter Cristiano Araújo no muquem huheueh chora haters¹⁵*

18h14 6 de ago - Mario: de graca*

¹⁵ Aqui acontece outra apropriação de termo linguístico da internet. “Hater” é alguém que discorda do que está sendo discutido, criticando opiniões e comentários. Este perfil de pessoa é comum em fóruns e bloggers. Na fala do usuário, o termo foi usado para provocar quem não gosta do cantor Cristiano Araújo.

18h14 6 de ago - Jenilson*: Se pa vasco e Corinthians aq dia 25

18h14 6 de ago - Jenilson*: hahauahauahauahau

18h15 6 de ago - Mario*: uhuhu

18h16 6 de ago - Jenilson*: Vm matar os gaviao

18h16 6 de ago - Mario*: ai eh frequêz patinho

18h17 6 de ago - Mario*: nao tem paulin mas tem RA8

18h19 6 de ago - Jenilson*: Aq tem andre9

18h19 6 de ago - Jenilson*: Terror do Chicão

18h19 6 de ago - Jenilson*: Hauahauahauahau

18h20 6 de ago - Mario*: chicoa foi pro fla?

Para Umberto Eco, os meios de massa não são conservadores, pois eles têm constituído

(...) um conjunto de novas linguagens, têm introduzido novos modos de falar, novos estilemas, novos esquemas perceptivos (basta pensar na mecânica de percepção da imagem, nas novas gramáticas do cinema, da transmissão direta, na estória em quadrinhos, no estilo jornalístico...) (...) (ECO, 1976, p.48)

Ainda neste aspecto de relações em grupo, o dispositivo móvel

(...) assume valor social, como reforço do laço grupal e comunitário e, em muitos casos, ele é usado para compartilhar momentos em determinados lugares. Assim com fotos e vídeos, as mensagens de texto são objetos de troca entre pessoas distantes, mas que têm entre elas, laços afetivos e de proximidade. (LEMOS, 2009, p.31)

Mesmo que os integrantes do grupo não compartilhem de problemas pessoais, frequentemente eles conversam sobre sexo, um tema há alguns anos considerado tabu na sociedade e utilizam constantemente também gírias e palavrões em suas mensagens. Além disso, constantemente, os jovens fazem comentários debochados e depreciados, sem sentirem-se mal. Essas características não são do dispositivo WhatsApp, mas faz parte do perfil do grupo, já que a título de

ilustração, não foi observado no grupo A, que era misto, uma proporção parecida de palavrões e gírias.

20h28 6 de ago - Anapolino*: Pqpq

20h28 6 de ago - Ricardo*: Kkkkkkkkk

20h28 6 de ago - Ricardo*: É foda

20h28 6 de ago - Anapolino*: Vei pqp

12h02 6 de ago - Luís*: Uai fi vai ficar de spoiler¹⁶ agr?

12h02 6 de ago - Jenilson*: Vao se fuder

12h02 6 de ago - Bruce*: Kkkkkk sorry luis

12h03 6 de ago - Marcos*: Kkkkkkkkkkkkkkk

12h03 6 de ago - Marcos*: Gordo fdp

12h17 6 de ago - Anapolino*: Partiu red hot, o rappa, yeah yeah yeahs e jota quest em belo horizonte!!!

Teixeira afirma que nas mensagens de texto

Pode-se falar com o outro (a) sem nos expormos fisicamente (...) As mensagens SMS embora escritas, não possuem as (...) limitações do (...) processo de escrita [não necessitam de elementos materiais físicos (papel, caneta) e nem de conhecimentos sobre a localização de quem queremos que receba a informação] , possuindo (...) as vantagens da oralidade sem os riscos da exposição pessoal. Assim como o catolicismo inventou, através da confissão onde o confessor e o confessando não se veem, um processo em que o penitente expõe a sua interioridade a alguém sem o face-a-face físico, as mensagens SMS também permitem “confissões” íntimas sem o pudor da exposição física. Daí uma das causas do seu grande sucesso, sobretudo entre os adolescentes (TEIXEIRA, 2003, p.10)

A fala de um participante reforça a ideia

Com certeza, é muito mais prático e cômodo conversar com alguém por um aplicativo de celular. (...) Ao meu ver isso estreita a relação, mesmo que você não seja tão próximo da pessoa. É menos constrangedor em alguns casos.

¹⁶ Contar do enredo de filmes, livros, séries e novelas.

As relações são horizontais. Nem mesmo o administrador exerce liderança no grupo. Os participantes costumam recorrer a ele para pedir a saída de um membro quando um ou outro membro realiza comentários desqualificados. Para Castells (2009), as comunidades virtuais são comunidades, contudo, não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas. O autor também afirma que apesar de a comunicação *online* permitir discussões desinibidas e sinceras, há um alto “índice de mortalidade das amizades *online*, pois um palpite infeliz pode ser sancionado pelo clique na desconexão.” (CASTELLS, 2009, p. 445)

Por meio do dia típico, percebe-se também que conversar coletivamente não é conversar com todos. Observaram-se três modalidades de conversa: grandes bate-papos coletivos, diálogos entre dois ou três usuários com pequenas intervenções e momentos que a fala é centralizada em um único usuário, como é possível ver pela recorrência de um único nome durante um período de tempo. Dessa forma, a sociabilidade apresenta-se não como estanque, mas conectada e envolvida.

(...)

20h26 6 de ago - Anapolino: Teve um acidente no pistao, ai eu fui fazer o retorno, e n vi oscones*

20h26 6 de ago - Anapolino: Eu simplesmente peguei todos os cones*

20h26 6 de ago - Anapolino: Minha sorte*

20h26 6 de ago - Anapolino: Nao tinha detran*

20h26 6 de ago - Anapolino: So bombeiro*

20h27 6 de ago - Anapolino: Eai ele me parou*

20h27 6 de ago - Anapolino: E so tirou os cones de baoixo do carro*

20h27 6 de ago - Anapolino: E eu sai*

20h27 6 de ago - Anapolino: Eu tava sem carteira*

20h27 6 de ago - Anapolino: E de samba canção*

Não é possível identificar quem propõe assunto no grupo. As conversas no WhatsApp poderiam exemplificar o mito de democratização da fala presente na internet. A conectividade generalizada, a liberalização do polo de emissão e a reconfiguração espaço temporal fazem com que a internet caminhe para o modelo universal total, caracterizando o fenômeno como minoritário e hegemônico, já que interfere na vida de todos (LÉVY, 2009). Mas ainda assim, como toda mídia, ela ainda é excludente, quer seja na linguagem, na tecnologia ou na cultura. (LÉVY, 2009)

6.3.3 Gestão do tempo

Para Castells (2009), as novas tecnologias de comunicação derrubam as barreiras temporais por conta da instantaneidade, que permite o acompanhamento simultâneo dos acontecimentos, diálogos em tempo real e diminuição em minutos ou até, segundos de respostas. Na verdade, “as pessoas moldam a tecnologia para adaptá-las às suas necessidades.” (Castells, 2009, p. 449). As necessidades podem ser questões espaciais e temporais.

Tais aspectos mencionados pelo autor são observados nas conversas do aplicativo. O *backup* não mostra os segundos, apenas a hora e o minuto em que a mensagem foi enviada. Contudo, percebe-se que algumas mensagens têm o mesmo marco temporal de minutos, percebendo-se então, que o intervalo de resposta é de segundos.

20h38 6 de ago - Ricardo: A polícia foi na tua casa ?*

20h38 6 de ago - William: É foda*

20h38 6 de ago - William: Foi nao*

20h38 6 de ago - Júlio: Proximo semestre vou pra asa norte*

20h38 6 de ago - William*: Tao roletando a quebrada atraa dele

20h38 6 de ago - William*: Sem contar o irmao delr que tem 5 anos pra puxar

Sibilia (2008) comenta que para agilizar a comunicação, tornou-se comum a abreviação de palavras e a utilização de *emoticons* para demonstrar sensações e expressões. Apesar dos participantes não usarem muitos *emoticons*, eles utilizam bastante a norma não culta da língua e não gastam tempo corrigindo o que foi digitado errado, como mostra também o trecho de conversa acima. As mensagens de texto têm um formato de escrita diferente dos outros meios tradicionais. Para Teixeira (2003), por conta quase do processo quase que simultâneo de escrita e a sua recepção, a instantaneidade tornou-se altamente atrativa.

Além disso, o aplicativo conta com os mecanismos “escrevendo” e “*online*”, o que pode levar o usuário a sentir pressionado a abreviar palavras e usar expressões simplificadas, como o RT, para se comunicar mais rápido. Lembrando que nas conversas em grupo esses dois recursos não estão disponíveis, o que poderia indicar que o uso dos termos simplificados seria uma forma de ganhar tempo para escrever tudo que se pretende, já que não há como saber se mais algum usuário também está digitando ou até competir com os outros usuários para ver quem responde mais rápido, reforçando o grande volume de mensagens trocadas e a velocidade com a qual são escritas.

O WhatsApp em si não possui “botão sair” ou para ser desligado. Enquanto o usuário estiver conectado a internet, o aplicativo estará funcionando. Os lapsos temporais estão articulados com a vida *off-line* dos usuários, indicando que eles podem estar ocupados para responderem as mensagens, sem acesso a internet para manter o aplicativo conectado ou *smartphone* está sem bateria. O contato

contínuo e a instantaneidade fazem parte da essência do aplicativo. A conversação em tempo real traz uma nova dinâmica social, ampliando-se a dimensão espaço-temporal. “O indivíduo está presente fisicamente, mas é absorvido por outro mundo tecnologicamente mediado” (GERGEN, 2002, apud MANTOVANI, p.5).

7. Considerações Finais

Neste trabalho, realizamos um estudo sobre as interações empreendidas por jovens universitários de Brasília por meio do aplicativo WhatsApp. O objetivo era compreender como as mensagens trocadas via WhatsApp são utilizadas como uma possível nova forma de comunicação entre os jovens de Brasília, como se configura a cultura dos usuários, suas relações com a cultura de massa e como as novas tecnologias digitais, em especial o WhatsApp, alteram o elemento tempo. Para isso, realizamos uma observação das trocas empreendidas por um grupo formado por 12 jovens entre 18 e 20 anos. Complementamos a observação com entrevistas por e-mail.

Os três elementos analisados - produtos culturais sociabilidade e tempo - coexistem e a tarefa de analisá-los individualmente é árdua, já que suas características se vinculam umas a outras. Para que haja assunto para se conversar nos grupos do WhatsApp, é preciso haver práticas cotidianas que interliguem os participantes. As relações virtuais são complementadas pelas relações face a face. Os produtos da indústria cultural por proporcionarem afinidades, também geram assunto.

O WhatsApp não cria algo novo, mas se apoia no que já existe. O aplicativo é uma extensão das relações sociais dos jovens e é usado mais para compartilhar o cotidiano dos usuários do que informações midiáticas, conforme apresentam nossos resultados (21% x 1% respectivamente). Entretanto, não é possível generalizar que esta dinâmica de funcionamento como padrão nos grupos de conversa do WhatsApp. É importante levar em consideração os hábitos, costumes e a cultura de cada grupo observado. Além do que, é possível criar grupos de temáticas

específicas, mesmo que ele seja composto por usuários desconhecidos, Neste caso, eles são formados a partir de um interesse comum e não necessariamente por vínculos afetivos.

Até a finalização desta pesquisa, não foram encontrados trabalhos que tratassem do aplicativo WhatsApp e as suas dinâmicas sociais. As dificuldades de execução e, principalmente, norteio foram grandes. A maioria dos materiais disponíveis trata de comunicação mediada por computador ou de celulares, mas ainda são escassos os estudos com *smartphones* e aplicativos de celular, em especial o WhatsApp. É possível que futuramente as conclusões levantadas sejam desconsideradas. Até lá, esta etnografia pode servir de base para questionamentos e problemáticas.

Outra dificuldade foi a inserção em um grupo de conversa no WhatsApp. Foram enviadas mensagens a diversas pessoas que possuíam o aplicativo e se concordariam em participar deste trabalho. Foi um exaustivo processo de negociação por meio intermédio de algum membro do grupo para a realização da etnografia.

O argumento era o mesmo: o grupo era privado e não gostariam de ter a intimidade exposta. Mesmo com a garantia do anonimato e de não ser divulgado informações que poderiam comprometê-los, apenas o grupo A e B concordaram em participar da pesquisa. A entrada nesses dois grupos aconteceu por meio de indicações de pessoas próximas a nós.

Ressalta-se que não é o objetivo deste trabalho levantar aspectos que podem ser considerados positivos ou negativos quanto às novas características das interações sociais ocasionadas pelas tecnologias digitais. Além de não querer definir o que seria de fato o WhatsApp, uma mídia, rede social ou outro.

8. Referências

- AMARAL, A. Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm. In: FREIRE FILHO, J., HERSCHMANN, M. (orgs) **Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. In: AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. (orgs.). **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Famecos/PUCRS, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/download/4829/3687>>. Acesso em 7/11/13.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Famecos/PUCRS, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/download/4829/3687>>. Acesso em 7/11/13.
- AMORIM, Paula Karini Dias Ferreira; CASTRO, Darlene Teixeira. **Mídias digitais: uma nova ambiência para a comunicação móvel**. Alcar no I Encontro de História da Mídia da Região Norte, na UFT, em Palmas, TO, 2010. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/Midias%20digitais%20uma%20nova%20ambiencia%20para%20a%200comunicacao%20movel.pdf>>. Acesso em 7/10/13.
- ANGROSINO, M. Etnografia e observação participante, Porto Alegre: Artmed, 2009. In: AMARAL, A; FRAGOSO, S; RECUERO, R. **Métodos de pesquisa para internet**, 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

- BRAGA, A. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf Acesso em 2/3/8. In: AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Famecos/PUCRS, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/download/4829/368>>. Acesso em 7/11/13.
- BRASIL, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Manual de orientação para atuação em redes sociais**. 2012.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- BRITO, Ruan Carlos Sasaki. **Interacionismo Simbólico e Comunidades Virtuais: Uma Alternativa Metodológica à “Comunidade Diluída”**. II Simpósio Nacional ABCiber - Dias 16 a 18/11 - ESPM/SP, 2009. Disponível em <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art49.pdf>. Acesso em 2/11/13.
- CARVALHO, Virgínia Donizete; BORGES, Livia de Oliveira Borges; RÊGO, Denise Pereira do. **Interacionismo simbólico: origens, pressupostos e contribuições aos estudos em Psicologia Social**. Psicologia, Ciência e Profissão, 2010, p. 146-161. Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=282021781011>>. Acesso em 9/8/13.
- CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, v. 1, 4ª ed, 1999.

DE ASSIS, Rodrigo Viera. **Jovens, consumo Cultural e distinção Social**. Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais-IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 126 - 142 Agosto. 2012. Semestral. Disponível em:< www.habitus.ifcs.ufrj.br>. Acesso em: 2/9/13.

DUQUE, E. Contributos para a compreensão da aceleração do tempo. In: Emília Araújo & Eduardo Duque (Orgs.). **Os tempos sociais e o mundo contemporâneo. Um debate para as ciências sociais e humanas**. Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade / Centro de Investigação em Ciências Sociais, 2012, p. 117-127. Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1556/1458>. Acesso em 25/10/13.

ECO, U. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Ed. Perspectiva. 1976

GERGEN, Kenneth J. The challenge of absent presence. In: **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Katz, J. E. & Aakhus (orgs). NY: Cambridge University Press, 2002. In: MANTOVANI, Camila Maciel, 2005. **Telefonia Celular : Informação e Comunicação em Novo Espaço de Fluxo**. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/79903392067139223359944593220619405378.pdf>>. Acesso em 25/10/13.

HINE, C. Virtual Ethnography. London: Sage, 2000. In: In: AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. (orgs.). **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Famecos/PUCRS, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008. Disponível em

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/download/4829/3687>>. Acesso em 7/11/13.

INNERATY, D. A Sociedade invisível - Como observar e interpretar as transformações do mundo actual. Lisboa: Teorema. 2009. In: DUQUE, E. **Contributos para a compreensão da aceleração do tempo**. In: Emília Araújo & Eduardo Duque (Orgs.). **Os tempos sociais e o mundo contemporâneo. Um debate para as ciências sociais e humanas**. Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade / Centro de Investigação em Ciências Sociais, 2012, p. 117-127. Disponível em [Disponível em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1556/1458>](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1556/1458). Acesso em 25/10/13.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.

KATZ, J. E. AAKHUS, M. (org.). Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance. NY: Cambridge University Press, 2002. In MANTOVANI, Camila Maciel. **Telefonia Celular: Informação e Comunicação em Novo Espaço de Fluxo**, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em [Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/79903392067139223359944593220619405378.pdf>](http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/79903392067139223359944593220619405378.pdf). Acesso em 25/10/13.

KOZINETS, R. V. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. 2002. In: AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. (orgs.). **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação**

digital. Famecos/PUCRS, Porto Alegre, V.1, N.20, p. 34-40, 2008. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/download/4829/3687>>. Acesso em 7/11/13.

KUPERMANN, D. Ousar rir: humor, criação e psicanálise. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003 In: DAHIA, Sandra Leal de Melo. **A mediação do riso na expressão e consolidação racismo no Brasil.** Sociedade e estado, vol.23, nº.3 Brasília, Sept./Dec. 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-9922008000300007&script=sci_arttext>. Acesso em 12/11/13.

LASEN, A.; HAMILL, L. Mobile World: Past, Present, and Future. New York, Springer, 2005. In: SILVA, Sandra Rúbia da. **“EU NÃO VIVO SEM CELULAR”:** **Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas.** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-17, jul. 2007. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3457/4131>>. Acesso em 25/9/13.

LEMOS, André. **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEMOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM).** Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, Vol. 4, nº10, p.23-40, ju. 2007. Disponível em <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/view/5016/4640>>. Acesso em 12/9/13.

LEMOS, André. **Cultura da Mobilidade.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 40,

Dez. 2009, quadrimestral. Disponível em
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6314/4589>> . Acesso em 13/9/13.

LEMOS, André. **Cibercultura - Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informação. São Paulo, Editora 34, 1993. In PEREIRA, Fábio Henrique. **O mundo dos jornalistas: aspectos teóricos e metodológicos**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação São Paulo, v.32, n.2, p. 217-235, jul./dez. 2009
Disponível em
<<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/268/261>>. Acesso em 12/10/13.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 2009

MAFFESOLI, Michel. **A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação)**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 20, abril 2003, quadrimestral.
Disponível em
<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/336/267>>.
Acesso em 12/11/13.

MANTOVANI, Camila Maciel. **Telefonia Celular: Informação e Comunicação em Novo Espaço de Fluxo**, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/79903392067139223359944593220619405378.pdf>>. Acesso em 25/10/13.

MOURA, Maria Aparecida; MANTOVANI, Camila Maciel. Fluxos informacionais e agregação just-in-time: interações sociais mediadas pelo celular. Revista TEXTOS de la CiberSociedad, n.6. 2005. In MANTOVANI, Camila Maciel. **Telefonia Celular: Informação e Comunicação em Novo Espaço de Fluxo**, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/79903392067139223359944593220619405378.pdf>>. Acesso em 25/10/13.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Jovens e celulares: a cultura do atalho e da sociabilidade instantânea. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel M. de; EUGENIO, Fernanda (Orgs.). **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens**. Rio de Janeiro: Mauad Ed., 2006,

PEREIRA, Fábio Henrique. **O mundo dos jornalistas: aspectos teóricos e metodológicos**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação São Paulo, v.32, n.2, p. 217-235, jul./dez. 2009 Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/268/261>>. Acesso em 12/10/13.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Sandra Rúbia da. **“EU NÃO VIVO SEM CELULAR”**: Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-17, julho/dezembro 2007. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3457/4131>>. Acesso em 25/9/13.

TERRA, C. **Como identificar o usuário-mídia, o formador de opinião online no ambiente das mídias sociais**. Revista Internacional de Relaciones Públicas, vol. 2, Nº 4 (jul-dez), 73-96, 2012. Disponível em <<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/106/80>>.

Acesso em 26/8/13.

THOMPSON, E. P. **'Tempo, disciplina, de trabalho e capitalismo industrial' in Costumes em Comum – Estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo, Cia das Letras, 2002.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011

WINOCUR, Rosalía. **O lugar da intimidade nas práticas de sociabilidade dos jovens**. **Revista Matrizes**, Ano 5 – nº 1 jul./dez. 2011 - São Paulo p. 179-193 Disponível em <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/206/352>>. Acesso em 8/11/13.

Teses

TEIXEIRA, J. **O Q É Q É +IMPORTT N1 MSG? (Mensagens SMS e novos usos da escrita)**, Diacrítica Série Ciências da Linguagem, nº 17/1, Universidade do Minho, Braga. 2003 Disponível em <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4522/1/SMS%2520-%2520escrita.pdf>>. Acesso em 26/5/13

SANTOS, Andre. **SMS: uma nova forma de comunicação, uma influência na Língua Portuguesa**, Universidade de Avelro, 2012. Disponível em <<http://ria.ua.pt/bitstream/10773/9836/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em 26 de maio de 2013

Na internet

_____ “Smartphones são aparelhos celulares que apresentam, além das funcionalidades comuns aos celulares, uma capacidade maior e mais completa de processamento de informações e aplicativos gerenciados por um sistema operacional.” Disponível em <<http://www.ucel.com.br/smart.asp>>. Acesso em 26/5/13.

_____ “Composição do metrô fica 20 minutos parada na estação do Maracanã” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 1/7/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/rio/composicao-do-metro-fica-20-minutos-parada-na-estacao-do-maracana-8878124.html>>. Acesso em 21/9/13.

_____ “Dicionário Oxford adiciona verbetes 'bitcoin', 'emoji' e 'phablet'; veja lista”. Folha de São Paulo, São Paulo, 29/8/13. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1333896-dicionario-oxford-adiciona-verbetes-bitcoin-emoji-e-phablet-veja-lista.shtml>> Acesso em 5/10/13.

_____ “Envie para o Extra fotos e depoimentos da visita do Papa Francisco ao Brasil” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 23/7/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/rio/jmj-2013/envie-para-extra-fotos-depoimentos-da-visita-do-papa-francisco-ao-brasil-9140659.html#ixzz2fdrVruYu>>. Acesso em 21/9/13

_____ “Envie para o Extra fotos e depoimentos da visita do Papa Francisco ao Brasil” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 23/7/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/rio/jmj-2013/envie-para-extra-fotos-depoimentos-da-visita-do-papa-francisco-ao-brasil-9140659.html#ixzz2fdrVruYu>>. Acesso em 21/9/13

_____ “Incêndio atinge rua do Encantado; fogo está perto de casas”. Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 1/7/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/rio/incendio-atinge-rua-do-encantado-fogo-esta-perto-de-casas-8876186.html#ixzz2fdqXtJNP>>. Acesso em 21/9/13

_____ “Rock in Rio: cobertura do EXTRA terá participação dos leitores via WhatsApp” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 13/9/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/rock-in-rio-cobertura-do-extra-tera-participacao-dos-leitores-via-whatsapp-9943143.html#ixzz2fdtNnU84>>. Acesso em 21/9/13

_____ “WhatsApp já ultrapassou a barreira de 350 milhões de usuários”. Redação Olhar Digital, 22/10/13. Disponível em <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/whatsapp-ja-ultrapassou-a-barreira-de-350-milhoes-de-usuarios/38403>>. Acesso em 22/10/13.

_____ Appannie. <<http://www.appannie.com/app/ios/whatsapp-messenger/ranking/#view=ranks&date=2013-04-09>> Acesso em 26/5/13.

_____ “Aprenda como remover o ‘visto pela última vez’ do WhatsApp no Android” Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/09/aprenda-como-remover-o-visto-pela-ultima-vez-do-whatsapp-no-android.html>>. Acesso em 25/9/13.

_____ “Conheça a evolução do telefone celular, que completa 40 anos.” Jornal O Globo, 2/4/13. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/conheca-evolucao-do-telefone-celular-que-completa-40-anos-8013024#ixzz2etBsJ5aE>>. Acesso em 11/9/13.

_____ “Empresa lança celular com botão especial para o WhatsApp” G1, São Paulo, 24/4/13. Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/empresa-lanca-celular-com-botao-especial-para-o-whatsapp.html>. Acesso em 21/9/13.

_____ “FAQ - Como uso a conversa em grupo?” Disponível em http://www.whatsapp.com/faq/pt_br/general/21073373. Acesso em 26/9/13

_____ “Grupo no whatsapp avisa locais de blitz no Vale do Aço” G1, Coronel Fabriciano – MG, 16/9/13. Disponível em <http://g1.globo.com/mg/vales-mg/vc-no-g1-intertvmg/noticia/2013/09/grupo-no-whatsapp-avisa-locais-de-blitz-no-vale-do-aco.html>. Acesso em 7/10/13

_____ “Incêndio atinge rua do Encantado; fogo está perto de casas”. Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 1/7/13. Disponível em <http://extra.globo.com/noticias/rio/incendio-atinge-rua-do-encantado-fogo-esta-perto-de-casas-8876186.html#ixzz2fdqXtJNP>. Acesso em 21/9/13

_____ “Leitores utilizam WhatsApp para mandar fotos e notícias sobre os trens para o Jornal.” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 6/10/13. Disponível em <http://extra.globo.com/casos-de-policia/leitores-enviam-imagens-denuncias-pelo-whatsapp-do-extra-10269726.html#ixzz2gySIBixs>. Acesso em 7/10/13

_____ “RebuscameTV: Corto sobre el Whatsapp y las parejas” RebuscameTV, 2/3/12. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=D5zaF61DeJQ>. Acesso em 22/9/13.

_____ “Rock in Rio: cobertura do EXTRA tem participação pelo WhatsApp e contato direto com leitores” Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 20/9/13. Disponível em

<<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/rock-in-rio/rock-in-rio-cobertura-do-extra-tem-participacao-pelo-whatsapp-contato-direto-com-leitores-10048800.html#ixzz2fdvkhaTm>>. Acesso em 21/9/13

_____ “Como alterar meu perfil no WhatsApp?” Disponível em <http://www.whatsapp.com/faq/pt_br/general/23740821>. Acesso em 22/9/13.

_____ “Composição do metrô fica 20 minutos parada na estação do Maracanã”
Jornal EXTRA. Rio de Janeiro, 1/7/13. Disponível em <<http://extra.globo.com/noticias/rio/composicao-do-metro-fica-20-minutos-parada-na-estacao-do-maracana-8878124.html>>. Acesso em 21/9/13.

_____ “Klik 2013 - whatsapp campaign case study”. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Bcxm753Zjcg>>. Acesso em 21/9/13.

_____ “Teleco – Inteligência em telecomunicações”. Disponível em <<http://www.teleco.com.br/smartphone.asp>>. Acesso em 21/9/13.

_____ “WhatsApp FAC - O que "visto pela última vez" e "online" significam, exatamente?” Disponível em <http://www.whatsapp.com/faq/pt_br/general/20971848>. Acesso em 22/9/13.

_____ WhatsApp. Disponível em <<http://www.whatsapp.com/>>. Acesso em 26/5.

_____ “Nosso Planeta Mobile: Brasil. Como entender o usuário de celular”
Disponível em <http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_brazil_pt_BR.pdf>. Acesso em 26/5/13.

AGUILHAR, Ligia. “Uso de apps de mensagens supera SMS”. Estadão Online, São Paulo, 29/4/13. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/uso-de-apps-de-mensagens-supera-sms/>>. Acesso em 26/5/13.

BARROS, Tiago. “Celulares baratos com WhatsApp: descubra as melhores opções” TechTudo, 8/9/13. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/09/celulares-baratos-com-whatsapp-descubra-melhores-opcoes.html>>. Acesso em 21/9/13.

Conselho Nacional do Ministério Público. “Comitê de Políticas de Comunicação do Ministério Público – CPCOM - Relatório da reunião de 6 e 7 de maio de 2013.” Disponível em <http://www.cnmp.mp.br/portal/images/stories/cpcom/Documentos/Reunioes/cpcom_maio2013_encaminhamentos.pdf>. Acesso em 7/10/13

FRAGA, Nayara Fraga. “WhatsApp se torna ferramenta de trabalho”. Estado de S. Paulo, 8/6/13. Disponível em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-geral,whatsapp-se-torna-ferramenta-de-trabalho,155959,0.htm>>. Acesso em 9/11/13.

HAMMERSCHMIDT, Roberto, Tecmundo, 20/8/8. Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/multitouch/177-o-que-e-touch-screen-.htm#ixzz2etERj57BTecmundo>>. Acesso em 11/9/13.

PAIVA, Fernando. “WhatsApp é o aplicativo preferido dos brasileiros, revela pesquisa”. Disponível em <<http://www.mobiletime.com.br/13/11/2013/whatsapp-e-o-aplicativo-preferido-dos-brasileiros-revela-pesquisa/361061/news.aspx>>. Acesso em 14/11/13.

RECUERO, Raquel. “Pôneis e outros memes, TTs e Contexto”, 9/8/11. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2011/08/poneis-trending.html>>. Acesso em 14/11/13.

SALLOWICZ, Mariana “Uso de mensagens instantâneas dispara com aplicativos.” Folha de São Paulo Online, São Paulo, 7/7/12. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1116638-uso-de-mensagens-instantaneas-dispara-com-aplicativos.shtml>>. Acesso em 26/5/13.

WALTENBERG, Guilherme. “60% dos jovens checam ‘compulsivamente’ seus smartphones, diz pesquisa”. Estadão Online, 13 de dezembro de 2012. Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/radar-tecnologico/2012/12/13/60-dos-jovens-checam-compulsivamente-seus-smartphone-diz-pesquisa/?doing_wp_cron=1369624204.4654328823089599609375>. Acesso em 26/5/13

9. Apêndice

9.1 Apêndice 1: Histórico de mensagens trocadas no dia 6/8/13:

7h38 6 de ago - Luís*:¹⁷ B day bros!

7h42 6 de ago - Anapolino*: Anem vcs acordam cedo demais

7h42 6 de ago - Anapolino*: Isso me doi

8h10 6 de ago - Jenilson*: Bday

9h36 6 de ago - Marcos*: Bday

11h35 6 de ago - Jenilson*: O sushi e bom ?

11h38 6 de ago - Marcos*: Po é sim

11h38 6 de ago - Marcos*: Mas debu é melhor

11h38 6 de ago - Marcos*: O melhor de lá é o hot pqp mt bom doguin

11h44 6 de ago - Jenilson*: Carai

11h44 6 de ago - Jenilson*: To desejando

11h44 6 de ago - Jenilson*: Pqp

12h01 6 de ago - Bruce*: Milk

12h01 6 de ago - Bruce*: Breaking Bad

12h01 6 de ago - Bruce*: Ta sinistro

12h01 6 de ago - Jenilson*: Pq ?

12h01 6 de ago - Bruce*: 🤔¹⁸

12h02 6 de ago - Bruce*: Heinsenbergr ta mto bandido

12h02 6 de ago - Luís*: Uai fi vai ficar de spoiler agr?

12h02 6 de ago - Jenilson*: Vao se fuder

12h02 6 de ago - Bruce*: Kkkkkk sorry luis

12h03 6 de ago - Marcos*: Kkkkkkkkkkkkkkk

12h03 6 de ago - Marcos*: Gordo fdp

¹⁷ *Nomes fictícios

¹⁸ Emojis que não são possíveis de serem vistos em backup

12h17 6 de ago - Anapolino*: Partiu red hot, o rappa, yeah yeah yeahs e jota quest em belo horizonte!!!

12h17 6 de ago - Anapolino*: □□□□□

12h18 6 de ago - Jenilson*: Uhu

12h26 6 de ago - Luís*: Dps n sabe pq ta sem dinheiro um fdp desse

12h27 6 de ago - Marcos*: E n paga as dividas

12h27 6 de ago - Marcos*: Quebra o retrovisor do carro dele luis

12h27 6 de ago - Júlio*: Yeah yeah yeahs

12h27 6 de ago - Júlio*: E o nome da vida?

12h27 6 de ago - Júlio*: Banda*?

12h36 6 de ago - Bruce*: Que lixo

12h36 6 de ago - Bruce*: Massa *

12h37 6 de ago - Antonio*: q bosta

12h37 6 de ago - Antonio*: legal*

12h39 6 de ago - Jenilson*: Qe anapolino

12h39 6 de ago - Jenilson*: Bosta*

12h40 6 de ago - Jenilson*: Massa ****

12h54 6 de ago - Abelardo*: Quinta é que dia?

12h57 6 de ago - Marcos*: 8

12h59 6 de ago - Marcos*: Ah

12h59 6 de ago - Marcos*: Ok

13h49 6 de ago - Júlio*: Assista a "Leleco 22 e Bonde da Stronda - Hell de Janeiro" no YouTube -
http://www.youtube.com/watch?v=aOUHQ78eojQ&feature=youtube_gdata_player

15h45 6 de ago - Marcos*: To aq na facil

15h45 6 de ago - Marcos*: Q vida fudida

15h46 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkkkkkk

15h46 6 de ago - Jenilson*: Novidade

15h47 6 de ago - Jenilson*: Larguei essa vida em 2009

15h51 6 de ago - Marcos*: 50' na fila

15h51 6 de ago - Marcos*: E nem to na escadinha ainda

16h26 6 de ago - Mario*: nao vai rolar nada amanha?
16h26 6 de ago - Jenilson*: Estação da bebidas
16h26 6 de ago - Jenilson*: 20hr
16h27 6 de ago - Mario*: so pode crerdes
16h31 6 de ago - Mario*: é ctz??
16h36 6 de ago - Jenilson*: Yes mtfocher
16h37 6 de ago - Mario*: ok cabron
16h49 6 de ago - Bruce*: 20hs estação das bebidas
16h49 6 de ago - Bruce*: Estarei lá
16h50 6 de ago - Jenilson*: Rt bruce
16h59 6 de ago - Bento*: Onde é isso?
17h01 6 de ago - William*: Onde é?
17h02 6 de ago - Bruce*: Águas claras
17h02 6 de ago - Bento*: Perto da onde?
17h02 6 de ago - Abelardo*: Onde é?
17h05 6 de ago - Abelardo*: Rt bruce
17h45 6 de ago - Bruce*: Sonhei que tava comendo a yo
17h45 6 de ago - Mario*: explica ai
17h45 6 de ago - Júlio*: Quem sao os envolvidos
17h45 6 de ago - Mario*: VTNC SONHOU ISSO Q DIA
17h45 6 de ago - Júlio*: Da pra resumir isso em duas linhas
17h45 6 de ago - Bruce*: Coisa delas pede pra elas
17h45 6 de ago - Bruce*: Ontem
17h45 6 de ago - Mario*: SONHEI HJ ISSO
17h46 7 de ago - Bruce*: KKKKKKKKKK
18h14 6 de ago - Mario*: vai ter Cristiano Araújo no muquem huheueh chora haters
18h14 6 de ago - Mario*: de graca
18h14 6 de ago - Jenilson*: Se pa vasco e Corinthians aq dia 25
18h14 6 de ago - Jenilson*: hahauhauhauhauhau
18h15 6 de ago - Mario*: uhuhu

18h16 6 de ago - Jenilson*: Vm matar os gaviao
18h16 6 de ago - Mario*: ai eh frequêns patinho
18h17 6 de ago - Mario*: nao tem paulin mas tem RA8
18h19 6 de ago - Jenilson*: Aq tem andre9
18h19 6 de ago - Jenilson*: Terror do Chicão
18h19 6 de ago - Jenilson*: Hauahauahauahau
18h20 6 de ago - Mario*: chicao foi pro fla?
18h28 6 de ago - Jenilson*: Sei n
18h39 6 de ago - Júlio*: Qm tem nebulizador em ksa?
19h01 6 de ago - Mario*: novo album o rappa na pre Venda
19h01 6 de ago - Mario*: acho que vou chorar
19h02 6 de ago - Anapolino*: OH LORD
19h38 6 de ago - Anapolino*: Fui humilhado no tt :(
19h56 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkk
19h56 6 de ago - Jenilson*: Antonio* ta cafageste vei
19h56 6 de ago - Jenilson*: Pqp
19h56 6 de ago - Jenilson*: Na festinha sabado td hr uma mina
19h56 6 de ago - Jenilson*: Pqp
19h56 6 de ago - Mario*: ah eu quero eh news
19h57 6 de ago - Jenilson*: Festa do improviso >>>>> anapolinos
19h57 6 de ago - Jenilson*: Sinto dizer
19h57 6 de ago - Mario*: barulhando ou pegando?
19h57 6 de ago - Bruce*: RT Jenilson
19h57 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkkkkkkkkkk
19h57 6 de ago - Jenilson*: Se apresentava cm outros nome
19h57 6 de ago - Jenilson*: Mlk tava chapado
19h58 6 de ago - Júlio*: Kkkkkk
19h59 6 de ago - Mario*: <Mídia omitida>
19h59 6 de ago - Mario*: p a r t I u
20h00 6 de ago - Jenilson*: Hauahau
20h00 6 de ago - Jenilson*: Sim

20h00 6 de ago - Jenilson*: So ostentando

20h00 6 de ago - Jenilson*: Cm umas piranha

20h02 6 de ago - Júlio*: Tem uma nega aqui

20h02 6 de ago - Júlio*: Da cor da carla

20h02 6 de ago - Júlio*: So fica latindo

20h02 6 de ago - Júlio*: O tempo todo

20h02 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkkkkkkkkkkk

20h06 6 de ago - Júlio*: Tem uma bonitinha aqui

20h06 6 de ago - Júlio*: Quando abre a boca

20h07 6 de ago - Júlio*: E uma mistura de r10 com fenomeno sem arrumar os dente

20h07 6 de ago - Júlio*: Ainda tem a lingua presa

20h22 6 de ago - Anapolino*: VCS N IMAGINAM A MERDA Q FIZ

20h23 6 de ago - Jenilson*: An

20h23 6 de ago - Anapolino*: Meu deus

20h24 6 de ago - Abelardo*: Hum?

20h26 6 de ago - Anapolino*: Teve um acidente no pistao, ai eu fui fazer o retorno, e n vi oscones

20h26 6 de ago - Anapolino*: Eu simplesmente peguei todos os cones

20h26 6 de ago - Anapolino*: Minha sorte

20h26 6 de ago - Anapolino*: Nao tinha detran

20h26 6 de ago - Anapolino*: So bombeiro

20h27 6 de ago - Anapolino*: Eai ele me parou

20h27 6 de ago - Anapolino*: E so tirou os cones de baoixo do carro

20h27 6 de ago - Anapolino*: E eu sai

20h27 6 de ago - Anapolino*: Eu tava sem carteira

20h27 6 de ago - Anapolino*: E de samba cançao

20h27 6 de ago - Anapolino*: Pqp

20h27 6 de ago - Anapolino*: N dirijo mais

20h27 6 de ago - Ricardo*: Kkkkkkkkk

20h27 6 de ago - Ricardo*: E eu q bati o carro agr

20h28 6 de ago - William*: Roda presa

20h28 6 de ago - Ricardo*: A mulher freio do nada e bati na traseira dela a pior coisa

20h28 6 de ago - Anapolino*: Nao dirijo mexendo no celular

20h28 6 de ago - Anapolino*: Foi por causa do celular

20h28 6 de ago - Anapolino*: Pqpq

20h28 6 de ago - Ricardo*: Kkkkkkkkk

20h28 6 de ago - Ricardo*: É foda

20h28 6 de ago - Anapolino*: Vei pqp

20h28 6 de ago - Jenilson*: Cone arranho teu carro td

20h28 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkk

20h29 6 de ago - Ricardo*: O bombeiro pago sapo?

20h29 6 de ago - William*: Estrago mt anapolino ?

20h29 6 de ago - Júlio*: tu mexe mais no celular do q dirigir

20h30 6 de ago - Ricardo*: o da mulher não mas o meu

20h30 6 de ago - Ricardo*: Meu capô ficou amassado e meu farol quebrou

20h31 6 de ago - William*: Puta merda hein bixo

20h31 6 de ago - William*: Dois preju hein

20h31 6 de ago - Anapolino*: Nao pagou

20h31 6 de ago - Ricardo*: Velho não tava nem a 30 e a rapariga q tava errada mas pró seguro se vc bater atrás vc é o errado

20h31 6 de ago - Anapolino*: Porque tava ocupado

20h31 6 de ago - Anapolino*: Foi acodente feio

20h31 6 de ago - Anapolino*: Mas eu fiquei tremendo

20h31 6 de ago - Anapolino*: Pedindo desculpa

20h31 6 de ago - Anapolino*: Perdao perdao perdao

20h31 6 de ago - Ricardo*: O carro dela tá de boa william nem teve arranhao

20h32 6 de ago - Mario*: entao a culpa foi tua msm

20h32 6 de ago - William*: Menoa mal ne

20h32 6 de ago - Ricardo*: Aqui em águas é um cú pra dirigir irmão

20h32 6 de ago - Mario*: jah justice

20h33 6 de ago - Ricardo*: *Foi bem na frente da facul do jenilson*

20h33 6 de ago - Ricardo*: *Jah é o Caralho a égua começou a andar e do nada freio Porra ela até pediu desculpa pra mim e tal*

20h36 6 de ago - William*: *Kkkkkk*

20h36 6 de ago - William*: *To bad*

20h36 6 de ago - Ricardo*: *Pq?*

20h36 6 de ago - Júlio*: *Q foi migo*

20h36 6 de ago - Júlio*: *Qm foi preso*

20h36 6 de ago - William*: *Os civil tao atras de um broderzao meu aqui*

20h36 6 de ago - William*: *O mlk entro pra vida do crim kabuloso*

20h37 6 de ago - Júlio*: *Uai q passar a mao na cabeça*

20h37 6 de ago - Júlio*: *De noiado*

20h37 6 de ago - William*: *Mlk cresceu comigo vei, nao sei como disvirtua dessa maneira*

20h37 6 de ago - Ricardo*: *Amizades erradas irmão*

20h38 6 de ago - Ricardo*: *A polícia foi na tua casa ?*

20h38 6 de ago - William*: *É foda*

20h38 6 de ago - William*: *Foi nao*

20h38 6 de ago - Júlio*: *Proximo semestre vou pra asa norte*

20h38 6 de ago - William*: *Tao roletando a quebrada atraa dele*

20h38 6 de ago - William*: *Sem contar o irmao delr que tem 5 anos pra puxar*

20h39 6 de ago - Júlio*: *Era so mais um neguinho da favela*

20h39 6 de ago - Júlio*: *Um dia vamos ter paz irmao*

20h39 6 de ago - Júlio*: *Vale a pena esperar*

20h39 6 de ago - William*: *Amem*

20h39 6 de ago - Júlio*: *De q vale o crime irmao*

20h39 6 de ago - Júlio*: *Se ele vem te cobrar*

20h40 6 de ago - Ricardo*: *Kkkkkk foda william*

20h40 6 de ago - Ricardo*: *Mas ele q escolheu esse caminho irmão*

20h43 6 de ago - Mario*: *melhor preso do que morto*

20h43 6 de ago - Mario*: *experiencia propria*

22h56 6 de ago - William*: Que nunca acabava

22h56 6 de ago - William*: Kkkkkk

22h56 6 de ago - Jenilson*: Ai qeria brincar cm a maguerinha qe saia um ar bolado

22h56 6 de ago - Abelardo*: Kkkkkkkkkk

22h56 6 de ago - Jenilson*: Ngm drixava

22h56 6 de ago - Júlio*: No intervalo da facul

22h56 6 de ago - Júlio*: Rola uma rodinha

22h56 6 de ago - Júlio*: De crente

22h56 6 de ago - Júlio*: Cantando

22h57 6 de ago - Jenilson*: Vaila julio

22h57 6 de ago - Marcos*: Kkkkkkkkkk

23h04 6 de ago - Júlio*: Vou pra asa norte

23h04 6 de ago - Júlio*: Eu e mário

23h05 6 de ago - Marcos*: Esses crente

23h05 6 de ago - Marcos*: Fdp

23h05 6 de ago - Marcos*: Poha

23h05 6 de ago - Marcos*: Rezando no meio da facul. Vou fazer uma reclamação

23h06 6 de ago - William*: Coloquem na band ai

23h06 6 de ago - William*: Reportagem sobre a induatria porno

23h06 6 de ago - Júlio*: Delicinha

23h06 6 de ago - Júlio*: Essa mina

23h06 6 de ago - Júlio*: E porno?

23h06 6 de ago - Júlio*: E porno?

23h07 6 de ago - Júlio*: E filme porno

23h07 6 de ago - William*: Nao

23h07 6 de ago - Júlio*: Qual nome dessa atriz

23h07 6 de ago - William*: Entrevista e bababa

23h07 6 de ago - William*: Nao sei

23h07 6 de ago - William*: Fale vc

23h07 6 de ago - Júlio*: N sei

23h07 6 de ago - Júlio*: E linda

23h07 6 de ago - Júlio*: Demais

23h12 6 de ago - Júlio*: 27 cm de comprimento

23h12 6 de ago - Júlio*: 19 de largura

23h26 6 de ago - Anapolino*: <Mídia omitida>

23h28 6 de ago - Marcos*: Pqp

23h28 6 de ago - Marcos*: Tu segue esse bixo anapolino?

23h29 6 de ago - Anapolino*: "Sigo por educação" lopes, milla

23h29 6 de ago - Marcos*: Parei com essa historinha

23h30 6 de ago - Marcos*: N gostei doq postou/twittou é unfollow kkkkk

23h30 6 de ago - Marcos*: Essa parada de educação era ensino medio q via a pessoa todo dia e ficava sem graça de unfollow

23h31 6 de ago - Anapolino*: Coloca sua opinião numa caixinha que depois a gnt lê vlw

23h31 6 de ago - Jenilson*: Rt anapolino

23h32 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkkkkkkkkkkkakkkkk

23h32 6 de ago - Jenilson*: Fav tb anapolino

23h32 6 de ago - Marcos*: Ta certo

23h35 6 de ago - Júlio*: William deve ta morrendo

23h35 6 de ago - Júlio*: Na punhenta

23h38 6 de ago - William*: To de boa firma

23h38 6 de ago - William*: Nao ta faltando buceta pra comer por aqui

23h38 6 de ago - William*: Kkkkkkkkkkk

23h38 6 de ago - William*: Brinks

23h38 6 de ago - Jenilson*: Kkkkkkkkkkk

9.2 Apêndice 2: Entrevistas estruturadas enviadas por e-mail

1) *Você considera que o aplicativo WhatsApp faz parte do seu cotidiano? Por quê?*

Participante 1: Sim, porque é um meio em que praticamente todos meus amigos estão presentes, facilitando o contato.

Participante 2: Sim o wpp faz parte da minha vida, ajuda a me relacionar com as pessoas q eu gosto, com parentes tbm, facilitando bastante a comunicação, so de nao ter q pegar o pc pra entra no bate papo do face! e no meu caso, eu nao sou muito fa de redes sociais tipo twitter,instagram snap e ate o proprio face, e o wpp me faz aproximar dos meus amigos e amigas.

Participante 3: Considero sim. Porque uso como um dos principais meios de comunicação e uso diariamente sem falta.

Participante 4: Sim,pois no momento da necessidade de comunicação instantânea,este se mostra o meio mais eficiente. E nos momentos de entretenimento,o aplicativo possibilita conexão entre meus amigos.

Participante 5: Sim, essa facilidade de poder se comunicar por mensagem seja de voz ou texto com outra pessoa ou grupo de forma instantânea é muito atrativa. Me poupa bastante tempo, e acho particularmente bom pelo fato de não gostar tanto de ter que ligar para resolver ou contar coisas pequenas e as vezes sem tanta importância.

Participante 6: Sim, o WhatsApp faz parte do meu cotidiano. É por esse aplicativo que mantenho a maior parte das minha conversas diárias, tanto com amigos, namorada e até familiares quando não estou na presença deles.

Participante 7: Sim,porque utilizo ele quase a maior parte do dia.

Participante 8: Sim, faz parte do meu dia-a-dia por diversos motivos. Interação social, por nao me encontrar todos os dias com meus amigos acabamos nos comunicando pelo whatsapp que é uma maneira prática e fácil e mais barata que ligações e mensagens. O whatsapp também está presente e auxiliando com a facilidade quando se trata de assuntos academicos e acaba tendo uma comunicação no dia-a-dia sobre tais assuntos.

Participante 9: Porque com ele eu programo meu dia-a-dia, mantenho contato com meus amigos e conhecidos e, por ser uma rede social, fico à parte de todas as novidades e notícias do meu meio social.

Participante 10: Desde a criação do aplicativo, a comunicação com as pessoas ficou mais fácil, e a economia também, você não precisa mais gastar créditos para enviar mensagens ou ligar, apenas usa a internet do celular.

2) Qual recurso do WhatsApp você mais gosta e por que? (mensagens, criar grupos, enviar imagens, vídeos, local, contatos e áudio, entre outros)

Participante 1: Acho que a criação de grupos, um recurso que diferencia esse app que facilita o convívio no ciclo de amizades.

Participante 2: Acho o aplicativo como um todo muito interessante, mas o que mais me chama atenção é a possibilidade de mandar fotos e vídeos com uma facilidade enorme.

Participante 3: A possibilidade de interação em grupos, pois este recurso permite a união de amigos de longa data ou pessoas com o mesmo perfil de interesses.

Participante 4: O fato do aplicativo mostrar se a pessoa está com o celular com internet móvel/wifi (última visualização), se tem condições de te responder (estar online) e a opção de mandar áudio porque poupa tempo e é mais prático do que digitar.

Participante 5: Msgs pq não tem outra maneira de se comunicar, e áudio pq de vez em quando é bom ouvir a voz da pessoa q vc tá conversando tbm contar uma piada e falar algo q por msg seria muito grande de escrever.

Participante 6: Não tem um recurso em especial que gosto no aplicativo, acho que o conjunto e o dinamismo que ele propõe é muito interessante; ao mesmo tempo que se pode conversar por mensagem, se pode enviar uma imagem, um áudio.

Participante 7: Grupo, para interagir com seu ciclo social mais próximo de até 50 pessoas em conversas instantâneas.

Participante 8: Todos os recursos são perfeitos, essa combinação de atividades em um único aplicativo deixou a comunicação mais fácil.

Participante 9: Apenas mensagens, basicamente. Pois é mais simples e prático. Os outros recursos são pouco utilizados por mim mas claro que complementam a minha conversa no cotidiano.

Participante 10: O meu recurso preferido é o de mensagens em si. A facilidade de poder questionar, fazer um convite por uma simples mensagem é sensacional. Ao poder se comunicar de uma maneira mais aumenta a proximidade das pessoas, por isso meu recurso preferido é o de mensagens.

3) O que a junção desses recursos multimídias em um único aplicativo representa para você?

Participante 1: É uma inovação e tanto, praticamente elimina a necessidade de outro app no celular.

Participante 2: Um novo tipo de relacionamento com as pessoas mas q na minha opinião prejudica aquele contato físico aquele olho no olho, eu por exemplo prefiro o olho no olho.

Participante 3: Penso que é como caminha o mundo da tecnologia, sempre tentando facilitar as coisas e assim deixando a disposição todo tipo de recurso para ser usado em um único aplicativo. Isso mostra que temos em nossas mãos vários tipos de tecnologia.

Participante 4: Comodidade e rapidez na comunicação com meus contatos. Possibilidade de uma interação mais informal.

Participante 5: A corrida por uma fórmula de fidelidade do consumidor com a empresa, ter novos atrativos e atualizações mostra a preocupação da empresa com as mudanças tecnológicas e com as necessidades que o cliente constantemente está quase que “gritando” nas mídias sociais, conversas casuais e etc

Participante 6: Representa a evolução tecnológica que o homem criou, e a versatilidade que ele traz aos seus usuários dando-os opções diversas em um único app.

Participante 7: Novamente, facilidade e sem dúvidas uma diversão e aproximação maior, visto que não é possível estar presente em todos os momentos ao lado de seus amigos e pessoas que gosta e utilizando o whatsapp isso torna a interação possível, mesmo sendo de caráter virtual. Tais recursos tornam a forma de sair, de marcar encontros mais fácil.

Participante 8: Acessibilidade, de ter em um único aplicativo inúmeros recursos

Participante 9: Representa evolução e praticidade pois, substitui outros meios de comunicação e outros aplicativos, mesclando várias opções que antes eram disponíveis em aplicativos separados ou outras redes sociais incompletas e que não competiam diretamente com o whatsapp.

Participante 10: Comodidade e versatilidade.

4) Você acha que a tecnologia, em especial o aplicativo, tem alterado as suas relações com as pessoas?

Participante 1: Sim, para bem e para mal. O aplicativo afasta as pessoas que estão perto e aproxima as pessoas que estão longe.

Participante 2: Sim, me deixa mais conectado com amigos que não consigo ver diretamente.

Participante 3: Ao mesmo tempo q ela facilita, tanto em conversar e tbm e economizar com msgs de textos, atrapalha tbm pq começa a ficar desacostumada com o contado com o antigo jeito de conversar. mas em geral mais ajuda do q atrapalha.

Participante 4: Alterou e muito, pois faço parte de um grupo que vem junto desde o ensino médio e mesmo com outras redes sociais não teríamos continuado tão próximos se não fosse o grupo criado após o término do ensino médio. Assim fez estreitar as relações e manter a amizade que já havia, ajudou a criar reuniões e

eventos para os integrantes se verem e assim continuar uma amizade que já vinha desde antes.

Participante 5: Sim, o WhatsApp permite a proximidade entre pessoas que nem sempre estão em contato no dia-dia.

Participante 6: Com certeza, é muito mais prático e cômodo conversar com alguém por um aplicativo de celular em que você tem vários recursos tanto temporais quanto multimídia. Ao meu ver isso estreita a relação, mesmo que você não seja tão próximo da pessoa. É menos constrangedor em alguns casos. A tecnologia em si creio que tenha esse papel de melhorar o cotidiano das pessoas, o aplicativo cumpre o que propõe de forma fácil e interativa, tudo que quem tem smartphone (algo não tão fácil de usar) quer, afinal a tendência é cada vez ficar mais popular. Você acaba se organizando a partir dessas pequenas tecnologias, por exemplo quando não consigo falar com alguém pelo whatsapp, na maioria das vezes não tento outro meio por considerar esse o mais eficaz, e esqueço que tem várias outras opções, acabo ficando dependente desse tipo de comunicação porque com muitas pessoas só consigo falar através do aplicativo.

Participante 7: Pessoalmente penso que não, pois não sou muito ligado a tecnologia, ainda sinto aquela vontade e necessidade de conversar com as pessoas pessoalmente, não consigo apenas ficar no celular. Porém, no meu ciclo de amigos, às vezes, a tecnologia (principalmente o celular) atrapalha bastante a interação, há vezes que quando você para e olha pros lados, todo mundo está mexendo no celular, é um vício que só tende a aumentar.

Participante 8: Sim, bastante, é notável que estamos menos comunicativo interpessoalmente falando, e mais ligado virtualmente é não sabemos até que ponto isso é bom

Participante 9: Sim, alterou em todos os sentidos contrapondo pesquisas que afirmam que a proximidade virtual "afasta" o contato físico. O aplicativo facilitou para que eu me comunique com meus amigos para que possamos marcar encontros, cinemas, lanches. Facilita a vida acadêmica ao perguntar sobre o que aconteceu na aula caso você tenha faltado por exemplo. Concluindo, sob minha visão o aplicativo me aproximou dos meus amigos pois facilita a comunicação.

Participante 10: O aplicativo ajuda à aproxima-las mas também afasta aqueles que realmente levam à sério o uso da rede social. Em ambientes públicos, por exemplo, em que pessoas e amigos trocam a conversa "ao vivo" pela da tela no celular.

