

DOI:

THE USE OF SOCIAL NETWORKS AND ITS IMPLICATIONS IN GENERATION Z

O USO DAS REDES SOCIAIS E SUAS IMPLICAÇÕES NA GERAÇÃO Z

Rayane Stefanie Rodrigues Coelho

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9647-7246>

Maria Irene Da Fonseca E Sá

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7077-4664>

Abstract

The general objective was to analyze the influence of excessive use of social networks on Generation Z. To this end, previously published works were explored to understand the behavior of young people and teenagers from Generation Z when using social networks, especially Instagram.

The brain, the way to communicate, concentrate and even how human beings feel has been changing, especially as a result of the increasingly intense use of the internet and social media. How has the informational excess affected young people and adolescents?

It is a research with a qualitative approach and a descriptive level. A survey was carried out on Google Scholar searching for the term "z generation" and "instagram", with the language in Portuguese and date delimitation from 2018 to 2019.

It was found that Generation Z is a big fan of Instagram and this influences their relationships with others - virtually and physically -, the image they build of themselves, the time of concentration and waiting, in addition to causing a clear emotional impact.

How Generation Z has sought information will impact how it is being processed, which in turn will affect areas such as concentration and linear thinking.

According to research from the University of New York (NYU) and Stanford, and also from the Universities of Michigan and Leuven in Belgium, staying on social media has a direct relationship with the increase in unhappiness.

Key words: Internet, Generation Z, Instagram, Social Networks, Youth and Adolescents

Resumo

O objetivo geral visou analisar a influência do uso excessivo das redes sociais na Geração Z. Para tal, foram explorados trabalhos já publicados para entender o comportamento de jovens e adolescentes da Geração Z ao usar as redes sociais, especialmente o Instagram. O cérebro, a forma de se comunicar, de se concentrar e até de como se sentem os seres humanos vem mudando, em especial como consequência do uso cada vez mais intenso da internet e das mídias sociais. De que forma o excesso informacional tem afetado os jovens e adolescentes?

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa e de nível descritivo. Foi realizado um levantamento no Google Acadêmico buscando pelo termo "geração z" e "instagram", com idioma em português e delimitação de data de 2018 a 2019.

Foi constatado que a Geração Z é uma grande adepta do Instagram e isso influencia suas relações com os outros - virtual e fisicamente -, a imagem que constroem de si mesmos, o tempo de concentração e de espera, além de causar um impacto emocional evidente.

O modo como a Geração Z tem buscado informações vai impactar a forma como ela está sendo processada, que por sua vez vai afetar áreas como a concentração e o pensamento linear.

Segundo pesquisas da Universidade de Nova York (NYU) e Stanford, e também das Universidades de Michigan e de Leuven na Bélgica, a permanência nas redes sociais tem uma relação direta com o aumento da infelicidade.

Palavras-chave: Internet, Geração Z, Instagram, Redes Sociais, Jovens e Adolescentes

O USO DAS REDES SOCIAIS E SUAS IMPLICAÇÕES NA GERAÇÃO Z

THE USE OF SOCIAL NETWORKS AND ITS IMPLICATIONS IN GENERATION Z

ABSTRACT

Observing technological advances and the continuous use of digital social networks, one can see a change in behavior in society, in communication and even in the concentration of adherents to such technologies. The research carried out has as theme: The use of social networks and its implications for Generation Z. The objective is to analyze the influence of the use of social networks in young people and adolescents. This study is the result of a qualitative research, in which the applied methodology is a bibliographic research carried out on Google Academic. From the extensive reading of the results found, tables were made containing the reviews of articles and dissertations related to the proposed theme. The research focused on the social network Instagram. During the study, it was found that Generation Z is a great fan of Instagram and this influences their relationships with others - both virtually and physically -, the image they build of themselves, the time spent concentrating and waiting, in addition to having an impact evident emotional.

Keywords: Internet. Generation Z. Instagram. Social Networks. Youth and Adolescents.

RESUMO

Observando os avanços tecnológicos e o uso contínuo das redes sociais digitais, pode-se perceber uma mudança no comportamento em sociedade, na comunicação e até mesmo na concentração dos adeptos de tais tecnologias. A pesquisa realizada tem como tema: O uso das redes sociais e suas implicações na Geração Z. O objetivo é analisar a influência do uso de redes sociais nos jovens e adolescentes. O referido estudo é fruto de uma pesquisa qualitativa, em que a metodologia aplicada é uma pesquisa bibliográfica realizada no Google Acadêmico. A partir da extensa leitura dos resultados encontrados foram confeccionados quadros contendo as resenhas dos artigos e dissertações próprios ao tema proposto. A pesquisa teve como foco a rede social Instagram. Durante o estudo foi constatado que a Geração Z é uma grande adepta do Instagram e isso influencia suas relações com os outros - virtual e fisicamente -, a imagem que constroem de si mesmos, o tempo de concentração e de espera, além de causar um impacto emocional evidente.

Palavras-chave: Internet. Geração Z. Instagram. Redes Sociais. Jovens e Adolescentes.

1 INTRODUÇÃO

O cérebro, a forma de se comunicar, de se concentrar e até de como se sentem os seres humanos vem mudando, em especial como consequência do uso cada vez mais intenso da internet e das mídias sociais. Tal uso, de acordo com estudos realizados, indicam distúrbios psicológicos ligados ao uso excessivo de aparelhos celulares e outros equipamentos eletrônicos. Para Carr (2011), o acesso facilitado à informação *online* não só destrói a capacidade de concentração e memória, como as relações pessoais sofrem mudanças bruscas em sua dinâmica.

McLuhan (2003 apud Carr, 2011: 11) diz que, no longo prazo, o conteúdo do meio importa menos do que o próprio meio na influência sobre o modo de pensar e agir. Carr (2011) comenta ainda que, ao dizer que o problema não são as ferramentas e sim o que se decide fazer com elas, os seres humanos são induzidos a ignorar o fato de que as rotinas de suas vidas seguem caminhos que foram traçados por tecnologias que passaram a ser empregadas muito tempo depois de seus nascimentos. Não é como se pudessem ter escolhido não usar mapas e relógios. As recentes descobertas da neuroplasticidade afirmam que as ferramentas que o homem usou para apoiar ou estender seu sistema nervoso - tecnologias que influenciaram como encontrar, armazenar e interpretar informação, como direcionar a atenção e ocupar os sentidos - modelaram a estrutura física e o funcionamento do cérebro humano.

Nesta perspectiva, o foco deste trabalho será a Geração Z, que apesar de controvérsias, compreende-se por indivíduos nascidos a partir do ano de 1998. Termos como “nativos digitais” são atribuídos a eles, já que esta geração tem acompanhado o crescimento da tecnologia na medida em que eles mesmos crescem. Por processarem as informações de maneira diferente, acredita-se que os jovens da Geração Z podem ser até geneticamente diferentes das outras gerações.

Assim, a questão que orientou a pesquisa foi: Diante dos crescentes avanços tecnológicos ampliou-se de forma exponencial as informações na internet, de que forma esse excesso informacional tem afetado os jovens e adolescentes?

O objetivo geral visou analisar a influência do uso excessivo das redes sociais na Geração Z, a partir de pesquisa bibliográfica no Google Acadêmico.

O assunto do presente trabalho surgiu pela percepção do tempo gasto em redes sociais digitais e em como um possível excesso de informação estaria sobrecarregando em especial a Geração Z. Tal questionamento surgiu da vivência e da convivência com jovens e adolescentes que utilizam diariamente aplicativos como Whatsapp, Facebook, Instagram e Twitter, durante longas horas do dia.

Segundo pesquisas da Universidade de Nova York (NYU) e Stanford, e também das Universidades de Michigan e de Leuven na Bélgica, a permanência nas redes sociais tem uma relação direta com o aumento da infelicidade e afirmam que desaparecer de redes como o Facebook reduzem os sentimentos depressivos e melhoram o bem-estar. No entanto, os estudos demonstram que tal fato não ocorre, pois as pessoas não abandonam totalmente as redes sociais. Talvez por valorizarem estar em contato com os amigos com tanta facilidade e poder estar acompanhando as notícias, não perdendo nada do que está acontecendo ao redor do mundo e na vida das pessoas com quem se relacionam.

O efeito dessas informações, em tempo real e veiculadas constantemente, pode ser avaliado como positivo ou negativo, dependendo do ponto de vista. O modo como a Geração Z tem buscado informações vai impactar a forma como ela está sendo processada, que por sua vez vai afetar áreas como a concentração e o pensamento linear.

Portanto, é uma geração que quer obter a informação de forma rápida, ao acesso de um clique, não se atendo a grandes pesquisas ou à confiabilidade do conteúdo disseminado.

2 METODOLOGIA

O foco deste trabalho é explorar as pesquisas sendo feitas para entender o comportamento de jovens e adolescentes da Geração Z ao usar as redes sociais, através de revisão bibliográfica, e, assim, buscar padrões negativos ou positivos. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa e de nível descritivo. Como pesquisa descritiva Gil (2002: 42) define que elas “[...] têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.”.

É uma pesquisa bibliográfica, porque consiste em coletar material publicado sobre o objeto da pesquisa em questão. De acordo com Martins e Theóphilo (2009: 54), “[...] uma pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas. Busca conhecer, analisar e explicar contribuições sobre determinado assunto, tema ou problema.”.

Foi realizado um levantamento no Google Acadêmico buscando pelo termo “geração z” e “instagram”, com idioma em português e delimitação de data desde 2018. Foram encontrados 175 resultados. Para analisar os resultados, foi feita uma leitura dos resumos para determinar quais estavam dentro do tema estabelecido.

3 RESULTADOS

Desde o início do surgimento da raça humana, nos primórdios dos tempos, é feito o registro a fim de reproduzir um momento presente para as futuras gerações. A ideia de informação em massa surgiu a partir da Revolução Industrial, onde com um grande *boom* no desenvolvimento da tecnologia, a imprensa passou a ser mais cultuada, com cunho social e informativo, ao mesmo tempo que procurava distrair.

Segundo Buckland (1991), há três significados de informação: *informação-como-processo*; *informação-como-conhecimento* e *informação-como-coisa*. A *informação-como-processo* é quando alguém é informado e aquilo que conhece é, então, modificado. Na *informação-como-conhecimento*, o termo *informação* é usado para denotar aquilo que é percebido na *informação-como-processo*; ou seja, aquilo que é transmitido. Já na *informação-como-coisa* o termo *informação* também é atribuído para objetos.

Para Agner (2009):

O grande volume de informações disponíveis hoje e a forma como são estruturadas e apresentadas ao público tornam grande parte delas inúteis. O exagero típico na nossa era apagou as diferenças entre dados e informação, entre fatos e conhecimento. Esse fenômeno está na raiz da chamada “ansiedade de informação” - um mal-estar crônico gerado pelo buraco negro que existe entre os dados brutos e o conhecimento. A epidemia, identificada por Wurman, se manifesta como o medo de sermos “esmagados” pelo próprio material de que necessitamos para agir neste mundo: a informação. (Agner, 2009: 115).

Portanto, o crescimento exagerado da disponibilidade de informação, como acontece atualmente, ocasionou um afastamento cada vez maior entre informação e conhecimento. Para se alcançar o conhecimento, é necessário um esforço consciente e individual.

Para Cianconi (2003), informação é dado ao qual se atribui significado e contexto. Pressupõe assimilação e entendimento pelo receptor. Qualquer coisa na natureza é um dado, pois é ausente de significação. Tudo que tiver qualquer tipo de significado passa a ser informação. Já o conhecimento representa a soma das experiências do indivíduo ou da coletividade, é cumulativo, podendo ser tácito (não codificado) ou explícito (codificado, neste caso, tornando-se informação).

Para Tarapanoff, Araújo Júnior e Cornier (2000), a informação dispersa não constitui inteligência. A partir da estruturação da informação é que a inteligência passa a existir. A geração do conhecimento vai estar apoiada em dois aspectos interligados: valor da informação e validade da informação para o processo decisório.

Com as tecnologias cada vez mais avançadas e atingindo um número maior de pessoas, o acesso à informação e às redes fica mais facilitado. Atualmente a internet está presente no dia a dia das pessoas, se tornando um componente essencial. Uma das formas mais comuns de utilizá-la é através do aparelho celular, que permite que o indivíduo possa acessá-la em qualquer lugar. Dados retirados do site Agências Brasil (Villela, 2016) indicam maior presença de acessos móveis nos domicílios brasileiros, que ocorrem principalmente por meio do uso dos telefones celulares. Também apresenta dados em que o Brasil aparece em 5º lugar no ranking de países que mais utilizam o aparelho celular diariamente. Agner, em 2009, já afirmava que: “No Brasil, um milhão de novos usuários inserem-se no mundo digital a cada quatro meses.” (Agner, 2009: 92).

As redes sociais humanas romperam barreiras de espaço por meio das tecnologias de comunicação e informação. A Web 2.0 propiciou uma maior interação entre indivíduos, permitindo que pessoas com interesses em comum se aproximasse, e também, uma enorme disseminação de todo tipo de informação.

O conceito básico de rede pressupõe um conjunto de pessoas, objetos ou até mesmo computadores e dispositivos interligados entre si. Rede social, segundo Marteleto (2001: 72), representa “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses partilhados.”. Sociologicamente a formação de redes é uma prática antiga dos seres humanos, mas nesse “tempo de tecnologias”, as redes conseguiram uma vida nova, transformando-se em redes de informação energizadas pela internet (Castells, 2003).

No capítulo 3 de seu livro *Geração Superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros*, Carr (2011) vai mencionar algumas tecnologias que nos influenciaram como sociedade ao longo do tempo, como por exemplo, o mapa que promoveu a evolução do pensamento abstrato, dando ao homem uma nova mente capaz de uma maior compreensão, mais apta a entender seus arredores e a sua existência. O relógio também é um bom exemplo. A vida era livre de pressa e seguia os passos agrários até a invenção dos relógios mecânicos, que foram progredindo rapidamente diante da necessidade de um maior rigor na programação e na sincronização do trabalho.

Carr (2011) diz que toda tecnologia intelectual incorpora uma ética intelectual, assim como o mapa e o relógio colocaram uma nova ênfase na mensuração e na abstração, na percepção e definição de formas e processos, além daqueles aparentes aos sentidos. A ética intelectual consiste então na mensagem que um meio ou outro instrumento transmite às mentes e cultura de seus usuários.

Borges diz que: “Cada vez mais as tecnologias digitais permeiam as atividades humanas, mas isso também demanda que os indivíduos desenvolvam consistentes habilidades técnicas, cognitivas e sociais.” (Borges et al., 2012: 2). Assim, a adaptação à tecnologia exige mais de nós do que podemos perceber. Apesar de aparentar ser gratuita, pagamos o preço pelas tecnologias digitais de muitas formas. Carr (2011)

defende ainda que, mesmo o volume de informação na *web* sendo difícil de processar, é possível processá-la, mesmo que de maneira superficial.

Por sua vez, a *web* é definida como uma plataforma de interação entre desenvolvedores e usuários, que conta com recursos diferenciados, como blogs corporativos, aplicativos e redes sociais próprias e agregadas. A *web* 2.0 foi desenvolvida com a ideia de interação, criação e consumo de conteúdo por qualquer pessoa com acesso à internet. Seu maior e mais conhecido exemplo pode-se dizer que é a *Wikipédia*, que se autodefine como “a enciclopédia livre que qualquer pessoa pode editar”.

Para Agner (2009: 98), “As tecnologias de informação e comunicação têm alterado substancialmente o modo como a informação é organizada e acessada, assim como a quantidade de informação disponível.” A qualidade da informação também é algo que deve ser da preocupação de todos, até porque um volume tão grande produzido como vemos hoje toma muito de nosso tempo e torna árdua a tarefa de concentração.

Andrew Keen, um dos empreendedores pioneiros do Vale do Silício, fala em seu polêmico livro *O Culto do amador* (2009) sobre a *web* 2.0 (Google, Youtube e Wikipédia). Em 2012, lança o livro *Vertigem Digital: por que as redes estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?*, compartilhando sua visão sobre a *web* 3.0 (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn e Instagram). Keen (2012: 46) afirma que “A Web 3.0 é a terceira grande onda de inovação tecnológica, tão profunda quanto a invenção do computador e da própria *world wide web*.” E continua, dizendo que os grandes empreendedores do Vale do Silício chegaram à conclusão de que sendo o ser humano um ser social, deveria ser o futuro também social. Porém Keen tem um vislumbre de um futuro antissocial, em que a mídia social, “[...] a despeito de todas as suas promessas comunitárias, nos divide, em vez de nos aproximar; [...] Em nossa era digital, ironicamente, nos tornamos mais divididos que unidos, mais desiguais que iguais, mais ansiosos que felizes, mais solitários que socialmente conectados.” (Keen, 2012: 77).

Para Davidoff (2000: 145), o ser humano está acostumado a prestar pouca atenção e ter mudanças bruscas de foco. Para ela, o ser humano faz muita coisa automaticamente, sem um cuidadoso exame a curto e/ou a longo prazo, mas tal ação não é necessariamente ruim. Davidoff ainda diz que as estratégias de desatenção e automatismo são eficientes na maior parte do tempo, o que nos permite sempre direcionar a atenção para novos assuntos que nos possam ser úteis naquele momento ou não.

Redes como Instagram, Twitter, Facebook e aplicativos de mensagens como WhatsApp estão entre os favoritos nas telas dos smartphones dos adolescentes.

O Facebook foi criado em 2004 por Mark Zuckerberg como uma rede social, inicialmente, limitada aos alunos da Universidade de Harvard. Desde então, tem crescido em quantidade de usuários e se destacado como a maior rede social *online* já existente. O Twitter também conquistou um grande número de internautas brasileiros por oferecer um diferencial. A mídia é um microblog que possui o mesmo conceito do blog, porém com publicações de até 280 caracteres, na maioria das vezes bem aproveitados pelos usuários. É muito conhecido por aproximar empresas de consumidores e ídolos de fãs.

O Instagram é uma mídia social que funciona a partir de um aplicativo de celular, cujo principal objetivo é o compartilhamento de imagens. Criada em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrome e pelo brasileiro Mark Krieger, logo se tornou uma das mais populares do mundo, principalmente entre os mais jovens, que veem nela uma alternativa ao Facebook, mídia social com maior número de usuários. Quem cria um perfil no aplicativo pode postar imagens e pequenos vídeos para uma rede de

seguidores, que podem interagir com os conteúdos fazendo comentários ou acionando a opção “curtir” para sinalizar que gostou da publicação.

Assim, o Instagram é uma rede social para o compartilhamento de fotos onde, com as ferramentas que a própria plataforma disponibiliza, os usuários podem editar, retocar e mudar cores e tons de suas fotos com a escolha de um entre os diferentes filtros oferecidos, antes do compartilhamento do conteúdo. Desde agosto de 2016, foi disponibilizado um novo recurso: o modo *Stories* (histórias, em português). O recurso permite que seus usuários compartilhem de forma instantânea imagens de seu cotidiano, com a possibilidade de aplicação de alguns filtros ou de inscrições sobre as imagens ou vídeos divulgados, como caracteres de texto e rabiscos a mão livre. Só é possível compartilhar fotos tiradas nas últimas 24 horas e que estejam na galeria do aparelho. E, por fim, talvez o aspecto mais significativo do recurso: tudo que é compartilhado se autodestrói em um dia, sem a possibilidade de revisitar aquele conteúdo.

Com essa nova característica, o conteúdo no modo *stories* é sempre renovado e os usuários entram em contato com o cotidiano e o momento atual no qual está inserida sua rede de contatos a partir de fragmentos compartilhados ao longo do dia. O recurso não pressupõe a criação de nenhuma espécie de memória: é sempre o eterno momento presente – ou seja, o instantâneo imediato e sempre renovado – que interessa visualizar. A vida cotidiana é então retratada e o que parece interessar é o constante fluxo e a constante renovação do conteúdo, lembrando um fluxo de espetáculo constante.

O conceito de sociedade do espetáculo apareceu pela primeira vez em 1967, quando o anarquista francês Guy Debord publicou seu livro *La société du spectacle*, estudo crítico sobre capitalismo, consumo e sociedade. Debord (2000) considerava que, na emergente sociedade do espetáculo, o que contava mesmo era parecer, num crescente processo de sobrevalorização da forma sobre o conteúdo. Numa das proposições contidas em seu livro, ele formula uma espécie de “resumo” do perfil da sociedade moderna: A sociedade capitalista se apresenta como sociedade do espetáculo. Importa mais do que tudo a imagem, a aparência, a exibição. A aparência se impõe por cima da existência. Parecer é mais importante do que ser. Portanto, na sociedade do espetáculo a verdade não tem importância, o que vale são as versões, as visões que podem ser criadas e recriadas.

Portanto, Guy Debord há muito tempo percebeu que o mundo passaria a ser, definitivamente, comandado pelo poder da imagem, que, em quase todas as situações, pode muito bem substituir a própria realidade das coisas, e até de pessoas; tudo isso, com vantagens para quem produziu o espetáculo. Segundo Keen (2012: 21), “[...] agora nós estamos todos em exposição permanente, todos somos apenas imagens de nós mesmos neste admirável mundo novo transparente.”

A sociedade do espetáculo começou a ser perceptível na era do rádio, que na época, era o veículo de comunicação de massas com maior alcance e imediatismo. A chegada da televisão reforçou ainda mais esse conceito espetacular que, com uma programação quase totalmente ao vivo, composta de telejornais, teleteatros, programas musicais, de variedades e esportivos, passou a ingressar nos lares familiares.

Devido ao avanço das novas tecnologias, logo surgiram outros tipos de mídias; as chamadas redes sociais, como o Facebook e o Instagram, alavancando ainda mais toda essa cultura narcisista e espetacular. Ao expor apenas as viagens, a ida a bons restaurantes e as melhores fotos de si mesmo, é criada uma pressão para a perfeição constante e se tende a esquecer que a vida não é feita unicamente de bons momentos, ocasionando a distorção entre o que é a realidade e o que são apenas aparências. Ocorre então a fase extrema do processo de alienação, em que a falsa realidade é aceita como real e a vida humana e social é reduzida a imagens.

Para entendermos a relação desses grupos com a questão das redes sociais digitais, é necessário caracterizá-los, sendo que esta caracterização não é claramente definida apenas temporalmente, ou seja, por faixa etária, pois dependendo das condições sociais, econômicas ou culturais em que o indivíduo está integrado não é possível definir claramente sua geração tendo como base apenas as idades que possuem.

Quanto às gerações humanas contemporâneas, geralmente a literatura enumera cinco distintas gerações: Geração Veteranos; Geração Baby Boomers; Geração X; Geração Y; Geração Z (*Zapping*) ou Geração Polegar, sendo que esta caracterização não é claramente definida apenas temporalmente, ou seja, por faixa etária, pois dependendo das condições sociais, econômicas ou culturais em que o indivíduo está integrado não é possível definir claramente sua geração tendo como base apenas as idades que possuem. A geração Veteranos é composta por pessoas que nasceram entre 1925 e 1945, no período das grandes crises econômicas. Viveram a época da 2ª Guerra Mundial. A geração denominada Baby Boomer acompanhou eventos históricos marcantes, como a chegada do homem à Lua, a Guerra do Vietnã, o surgimento dos anticoncepcionais, os movimentos feministas e homossexuais, o sucesso do Rock and Roll, a luta pelos direitos civis e pela liberdade sexual e política, uma vez que essa geração engloba os nascidos entre os anos de 1946 a 1964. A geração seguinte, representada pela letra X, é formada por pessoas nascidas, aproximadamente, entre os anos de 1965 e o fim da década de 1970, tendo acompanhado as transformações na composição familiar e no âmbito do trabalho e participado de revoluções políticas e sociais importantes. Presenciaram a Guerra Fria, a queda política e simbólica do muro de Berlim, a proliferação da AIDS e a modificação de conceitos tradicionais impostos pela sociedade anterior. No que diz respeito à Geração Y, que envolve os indivíduos que nasceram nas décadas de 1980 e 1990, o tempo histórico é marcado, entre outros acontecimentos, pela retomada da democracia em muitos países, pelo alargamento da noção de globalização, pelas inovações tecnológicas que passaram a ofertar aparatos de comunicação nos ambientes domésticos e empresariais, como os computadores (Tapscott, 1999; Forquin, 2003 apud Santos; Lisboa, 2014).

Embora classificadas pelo ano de nascimento, não há consenso para o intervalo de datas em relação a cada geração na atualidade. Os intervalos sobre o começo da Geração Z (*Zapping*) vão de sujeitos que nasceram após o ano de 1990 e após o ano de 2000. (Reis e Tomaél, 2017). Tapscott (2010) acredita que a Geração Z agrega indivíduos nascidos depois do ano 1998. Levando em consideração as divergências referentes ao ano de surgimento dessa geração, consideraremos neste trabalho a Geração Z como nascida a partir de meados da década de 1990.

Desta forma, a Geração Z agrupa jovens que se desenvolveram em contato com computadores, dispositivos móveis, com a velocidade dos meios de comunicação e informação e outros recursos tecnológicos, tornando-se pessoas com senso de imediatismo elevado, causado pelo uso contínuo de internet que permite que tudo seja solucionado com extrema rapidez. O que impacta o seu comportamento, às vezes tido como individualista e antissocial.

Pode-se dizer que, a Geração Z não sabe diferenciar o que é o universo conectado ou desconectado e não enxerga a possibilidade de lidar com coisas básicas do dia a dia sem utilizar a internet. A instantaneidade, ansiedade e a superficialidade são marcantes. Alguns indivíduos da Geração Z sofrem quando estão desconectados e podem sentir, por exemplo o fenômeno FOMO, que é o medo de perder algo que pode estar acontecendo no momento e que saberia através da internet.

O FOMO (sigla em inglês para *fear of missing out*) se caracteriza por uma ansiedade causada por não estar presente de alguma forma em eventos ou lugares em que pessoas

de seu círculo de amigos - ou apenas pessoas de suas redes sociais – estão, causando a sensação de estar por fora ou de não ter sido convidado. Diversos sentimentos podem ser desencadeados por causa desse medo, como tristeza, ansiedade e rejeição.

Também, ao ver-se - pelo Instagram, por exemplo, - pessoas em restaurantes, viajando, ostentando roupas e acessórios, dos quais não é possível desfrutar e dispor, há uma inevitável comparação entre as diferentes vidas. Assim, é vivenciado um padrão de vida inalcançável e que muitas vezes não é real, o que causa todos os sentimentos e sensações citados acima.

O fenômeno JOMO vem da expressão em inglês *joy of missing out*, que consiste em se afastar da intensa interação das redes sociais, escolhendo passar um tempo distante do que as outras pessoas estão postando nessas redes, se permitindo focar no presente e nas atividades que se está executando no momento (Canal Futura).

Esse movimento além de evitar as sensações ruins causadas pelo uso das redes sociais, também pode ter surgido a partir da conscientização cada vez maior da falta de privacidade com os dados pessoais na internet.

É fato que a geração Z é a primeira geração a lidar com o exibicionismo na *web*, sendo praticamente levada a ceder aos encantos da vida compartilhada *online*. Mas há um questionamento - que tem crescido – quanto à percepção de privacidade, compartilhamento e realidade.

De forma a atingir o objetivo do trabalho, foi realizado um levantamento no Google Acadêmico buscando pelo termo “geração z” e “instagram”, com idioma em português e delimitação de data de 2018 a 2019. Foram encontrados 175 resultados. Destes, foram selecionadas nove referências bibliográficas que, a partir da leitura dos respectivos resumos, atendiam ao tema estabelecido pela pesquisa. Seguem os trabalhos selecionados e as respectivas considerações:

Cadini, Elizabeth. (2018). *A percepção da geração Z na cidade de Getúlio Vargas sobre a configuração dos estereótipos no Instagram*. 58 f. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2018. Recuperado de <http://repositorio.upf.br/handle/riupf/1581>.

O trabalho visou identificar e compreender o nível de influência que a rede social Instagram exerce sobre o jovem pertencente à chamada Geração Z. O estudo conclui que os jovens da Geração Z, entre 18 e 23 anos, homens e mulheres, percebem a nítida existência dos estereótipos na plataforma Instagram e que mesmo de maneira sucinta, sentem a influência deles em sua autoestima, porém têm estado mais atentos a essa influência e com o pensamento mais crítico.

Silva Júnior, Sandoval Artur da. (2018). *Os likes como expressão da afetividade em rede no Instagram*. 110f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Recuperado de <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/26575>.

Este estudo buscou entender como os usuários das redes sociais utilizam a ferramenta de interação conhecida como “Like” ou “curtir” para comunicar seus afetos. Observou-se que 59,6% dos entrevistados utilizam os Likes no Instagram para se comunicar de forma não verbal com outros usuários da rede, usando dessa “linguagem” para expressar afetividades em rede. Sendo assim, pode-se afirmar que a afetividade se expressa no Instagram ressignificando valores simbólicos, transformando comportamentos e práticas sociais e formando novas linguagens e processos mediados apenas por interatividade entre pessoas.

Junger, Alex Paubel. et al. (2018). A geração imediatista e a comunicação audiovisual.

Research, Society and Development, [s.l.], v. 7, n. 11, p. 01-27, 2018. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v7i11.441>.

No presente artigo foi realizado um estudo para entender o motivo da Geração Z de ser intitulada por imediatista e como se comportam mediante a sociedade e a tecnologia. Com base nos dados coletados, foi concluído que a Geração Z é imediatista e completamente “líquida”, ou seja, seus gostos e costumes não são feitos para durar, mas sim para se adaptar e se reformular com frequência.

Bavaresco, Paulo R. Colognese, Sílvio A. Crestani, Taíza G. Z. (2018). Cyber-relações: sujeitos e identidades nas redes sociais. *Ambivalências*, [s.l.], v. 6, n. 11, p. 322-347, jan./jun. 2018. Recuperado de <https://doi.org/10.21665/2318-3888.v6n11p322-347>.

O objetivo central da pesquisa foi refletir sobre as formas de utilização de redes sociais por indivíduos nascidos na década de 1990. Para os entrevistados, o ingresso no ciberespaço a partir da criação de um perfil virtual numa rede de relacionamento foi incentivado por amigos próximos. A ideia de “ser deixado pra trás” aparece, neste sentido, como justificativa, evidenciando que a constante atualização dos acontecimentos é urgente e o passado (isto é, o não atualizado) deve ser evitado a todo o custo. Pode-se perceber, através da pesquisa de campo, que alguns definem o mundo virtual e o mundo real como opostos complementares. O mundo desconectado - sem photoshop e sem copiar/colar - seria mais cruel e, portanto, menos atrativo. Pelo estudo, pode-se perceber, pela dependência, que o ciberespaço tem grande interferência na rotina, nas atividades e nas formas de viver da Geração Z.

Gonçalves, Débora Cristina de O. (2018). *A cibercultura e sua influência sobre o comportamento humano*. 47 f. Monografia – Bacharel em Psicologia, Faculdade de Educação e Meio Ambiente – FAEMA, Ariquemes, 2018. Recuperado de http://repositorio.faema.edu.br:8000/bitstream/123456789/2327/1/TCC%20-%20D%C3%A9bora%20Pessoa_A%20cibercultura%20e%20sua%20influ%C3%Aancia%20sobre%20o%20comportamento%20humano_assinado%28%20pronto%29.pdf.

A elaboração do estudo se deu pela preocupação com a falta de sociabilidade nas reuniões de interações sociais: as pessoas se reúnem, mas não se fazem totalmente presente, e sim parcialmente, com o celular na mão a todo instante. O trabalho concluiu que a psicologia, como ciência que busca a saúde do indivíduo, necessita compreender melhor as novas dinâmicas postas pela cibercultura, estudando o funcionamento do indivíduo contemporâneo para auxiliá-lo em meio às novas configurações de sofrimento provocados pela vida virtual. Na ausência de representações simbólicas por conta da massificação alienante da vida em rede, deve-se refletir sobre o impacto provocado pela internet e as novas formas de adoecimento decorrentes de seu uso.

Reis, Juliane de Santana. (2018). *O consumo de internet no processo de construção social da identidade de adolescentes integrantes de uma ONG em Jaboatão dos Guararapes*. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência da Computação) - Departamento de Computação, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2018. Recuperado de <http://repositorio.ufrpe.br/handle/123456789/917>.

Através da internet, tem-se a possibilidade de conexão instantânea com lugares, pessoas, objetos de consumo, artistas, bandas e “milhões de amigos” ou “seguidores”, a depender de como se lida com essas ferramentas, o que parece ser um facilitador para as relações sociais e para a vida material. As redes sociais se estabelecem como local por excelência onde as identidades são assimiladas junto com o desejo de inserção em grupos sociais.

Diante dos relatos, em entrevista com os/as adolescentes, 73% indicaram que possuem ídolos e que acompanham suas vidas em redes sociais. Esses dados refletem que tipo de influência os adolescentes têm e, portanto, na admiração a seus ídolos, os adolescentes aspiram modas, costumes, e opiniões que contribuem para a formação de suas identidades. Foi possível identificar que a internet, com seus avanços tecnológicos, faz parte da construção da identidade social dos adolescentes, além de ser um lugar de entretenimento e lazer.

Melo, Diego Gomes da Silva. et al. (2018). Dependência tecnológica: a doença da contemporaneidade no contexto familiar. *Psicologia.pt*. Recuperado de <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1276.pdf>.

O artigo cita alguns autores que discutem a dependência tecnológica, dizendo que a intensidade do uso pode causar dependência, pois a praticidade de resolver tudo com um click é um dos fatores de "encantamento" que atrai as pessoas. Apesar dos diversos benefícios, o uso excessivo da internet pode trazer consequências a níveis psicológicos e pode interferir nos relacionamentos, em especial na família.

O objetivo geral da pesquisa foi verificar os danos psicológicos que as tecnologias causam nas relações familiares, especificamente na relação pais e filho. Através dos dados levantados, foi verificado que ambos (filhos e pais) relataram passar quase 1/3 da vida conectados em redes sociais, consequentemente, afetando as rotinas do cotidiano como: as principais refeições à mesa e o diálogo face a face.

Loncomilla, Gina Viviane Mardones. (2019). Eu-cidade: percepções do outro em tempos de redes sociais – uma analogia da arquitetura de vidro com os dispositivos móveis. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E CIDADES, Londrina. Anais... Londrina: UEL, 2019, p. 88-102. Recuperado de <http://anais.uel.br/portal/index.php/comcid/article/view/514>.

Para os indivíduos da atual sociedade têm sido mais fácil estabelecer conexões se isolando atrás de uma tela de aparatos tecnológicos, como por exemplo, o celular. No lugar onde tudo é planejado, não existe acaso ou imprevisto e a probabilidade de erros é diminuta. A tela assegura, desta forma, a distância e o controle, assim, os jovens de 18 a 22 anos de idade (Geração Z) representam a geração mais solitária do momento. Sem a intrusão do corpo alheio tem-se a ilusão do auto controle, do próprio mundo. A perspectiva psicossocial traz sua contribuição, neste estudo, ao abordar o atual estado de experiências como uma problemática que diz respeito muito mais à condição emocional do sujeito do que à própria tecnologia em si. Portanto, a pesquisa conclui que quando o indivíduo passa a projetar seu *self* numa tela de celular, isso significa que as atuais experiências reais estão em colapso e que boa parte das discussões sobre o problema deveriam preferencialmente confluir para o ser humano.

Cirilo, Reinaldo de Sá. (2019). *Hiperconectados: Perfil e comportamento dos nativos digitais*. 133 f. Dissertação (Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Recuperado de <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1853>.

A quantidade de informação que circula pelos mais variados meios e mídias, exige que se esteja cada vez mais tempo conectado, o que limita o tempo para outras atividades. Esse novo cenário é o ideal para o surgimento da hiperconectividade, que é o excesso de conexão com a *web*, interagindo, gerando conteúdo e mantendo contatos, mesmo que superficiais, por meio de uma rede. A pressão por respostas imediatas, a vontade de não perder nenhuma notícia ou assunto, de estar sempre disponível *online*, alterou sobremaneira a dinâmicas do cotidiano. O autor conclui elencando algumas das marcas deixadas pela hiperconexão, são

elas: a dependência da internet, FOMO - o ansiedade de perder algo, síndrome da tela eletrônica (STE), síndrome do "pescoço de texto - que causa danos a cervical pelo ângulo incorreto do celular e sintomas depressivos.

Após a leitura e análise dos trabalhos, foi possível constatar que:

- A Geração Z está presente em massa nas redes sociais e as utilizam durante grande parte do dia.
- No Instagram, foi percebido que os estereótipos de beleza e vida perfeita foram tidos como existentes e compõem grande parte do conteúdo dessa plataforma, influenciando em média a metade de seus usuários e também alterando a autoestima dos mesmos, ainda que cerca de 90% tenha afirmado não acreditar no conteúdo postado na rede.
- É possível manter uma relação, um diálogo não verbal e até mesmo uma troca de afetividade através do valor simbólico que se atribui nas redes sociais digitais aos *Likes*.
- Existe uma nova configuração das relações contemporâneas mediadas pelo ciberespaço e estas implicam na modificação da forma de observar, sentir e se expressar.
- Há relações virtuais de amizade que se baseiam em curtidas mútuas, acompanhando a vida um do outro de longe, sem nunca estreitar esses laços.
- Nota-se que a utilização da rede virtual possibilita ao indivíduo selecionar criteriosamente o que mostrar e o que esconder.
- A intensidade do uso das plataformas sociais digitais pode causar uma dependência e um isolamento, intencional ou não. Esta-se sozinho, com medo de intimidade.

Assim, a leitura e avaliação dos textos, fez com que se concluísse que na sociedade do século XXI, os indivíduos estão cansados física, psicológica e emocionalmente para lidar com o outro, e parte disso deve-se ao processo típico do sistema capitalista que desde o início do século XIX impõe gradativamente um ritmo frenético de produção. Quando o indivíduo passa a projetar seu *self* numa tela de celular, isso significa que as atuais experiências reais estão em colapso ou não importam tanto quanto as virtuais.

Estudiosos acreditavam que esses jovens tinham menor capacidade de concentração, mas na verdade eles são incrivelmente aptos a filtrar rapidamente o conteúdo que não lhes desperta interesse para poder focar no que lhes interessa. Portanto, a Geração Z se adaptou para classificar rapidamente e avaliar enormes quantidades de informações.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do embasamento teórico, foi possível verificar que a disponibilidade de informação têm crescido de forma descontrolada. Nesse contexto, surgiu a internet e a partir dela as redes sociais virtuais. Essas redes sociais humanas romperam barreiras de espaço a partir do uso das tecnologias de comunicação e informação.

Elas crescem no ciberespaço, denominado *Web*, que pode ser definido como uma plataforma de interação entre desenvolvedores e usuários. A *web* foi criada com a ideia de interação, criação e consumo de conteúdo por qualquer um com acesso à internet. Apesar da *web* ter sido projetada para ter um efeito social - de agrupamento e maior comunicação -, o que se observa são pessoas solitárias fazendo parte de uma multidão conectada, além do aumento perceptível do individualismo.

Retornando à questão que orientou a pesquisa: Diante dos crescentes avanços tecnológicos ampliou-se de forma exponencial as informações na internet, de que forma esse excesso informacional tem afetado os jovens e adolescentes? , pode-se concluir que com o advento das redes sociais, é possível perceber a criação de uma vida virtual perfeita, que não condiz com a realidade do dia-a-dia. Importa mais do que tudo a

imagem, a aparência, a exibição. A aparência se impõe por cima da existência. Temos então, um ambiente propício para a competição, que acaba gerando sentimentos de inferioridade e ansiedade por viagens e eventos que se está constantemente perdendo.

Os jovens nativos digitais registram e compartilham as suas atividades corriqueiras através de fotos e vídeos no momento dos acontecimentos, ficando disponível por apenas 24 horas grande parte desses. Ocasionalmente numa memória imediatista, feita apenas para o momento presente.

Quanto ao objetivo geral que visou analisar a influência do uso excessivo das redes sociais na Geração Z, foi possível concluir que a Geração Z agrupa jovens que se desenvolveram em contato com computadores, dispositivos móveis, com a velocidade dos meios de comunicação e informação e outros recursos tecnológicos, estando diretamente inseridos nessa nova era digital. O que acarreta diversos efeitos negativos. Mas sabe-se que o problema pode ser mais cultural do que tecnológico.

Tomando consciência dos fatos abordados até aqui, o que se pode fazer para melhorar esse quadro é: orientar os mais jovens e as novas gerações quanto a uma dosagem de uso equilibrada das redes sociais, repensar e instigar outras a refletir sobre o exibicionismo, sobre a vida particular e continuar a fazer estudos e divulgar os resultados dos que têm sido realizados.

REFERÊNCIAS

Agner, Luiz. (2009). *Ergodesign e arquitetura da informação: trabalhando com o usuário*. Rio de Janeiro: Quartet.

Bavaresco, Paulo R. Colonese, Sílvio A. Crestani, Taíza G. Z. (2018). Cyber-relações: sujeitos e identidades nas redes sociais. *Ambivalências*, [s.l.], v. 6, n. 11, p. 322-347, jan./jun. 2018. Recuperado de <https://doi.org/10.21665/2318-3888.v6n11p322-347>.

Borges, Jussara et al. (2012). Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, Brasília, v. 5, n. 1.

Buckland, M. K. (1991). Information as thing. *Journal of the American Society for information science (JASIS)*, [s.l.], v.45, n.5, p.351-360.

Cadini, Elizabeth. (2018). *A percepção da geração Z na cidade de Getúlio Vargas sobre a configuração dos estereótipos no Instagram*. 58 f. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda). Curso de Publicidade e Propaganda. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2018. Recuperado de <http://repositorio.upf.br/handle/riupf/1581>.

Canal Futura. (2019). *O que é JOMO?* [Programa Conexão]. Recuperado de <https://www.agrosoft.com.br/2019/09/12/o-que-e-jomo/>.

Carr, Nicholas. (2011). *A Geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

Castells, Manuel. (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..

Cianconi, Regina de Barros. (2003). *Gestão do conhecimento: visão de indivíduos e organizações no Brasil*. Orientadora: Regina Maria Marteleto. 2003. 287 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2003. Recuperado de <http://ridi.ibict.br/handle/123456789/675>.

Cirilo, Reinaldo de Sá. (2019). *Hiperconectados: Perfil e comportamento dos nativos digitais*. 133 f. Dissertação (Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Recuperado de <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1853>.

Davidoff, Linda L. (2000). *Introdução à Psicologia*. São Paulo: Makron.

Debord, G. (2000). *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

Gil, Antonio Carlos. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.

Gonçalves, Débora Cristina de O. (2018). *A cibercultura e sua influência sobre o comportamento humano*. 47 f. Monografia – Bacharel em Psicologia, Faculdade de Educação e Meio Ambiente – FAEMA, Ariquemes, 2018. Recuperado de http://repositorio.faema.edu.br:8000/bitstream/123456789/2327/1/TCC%20-%20D%C3%A9bora%20Pessoa_A%20cibercultura%20e%20sua%20influ%C3%Aancia%20sobre%20o%20comportamento%20humano_assinado%28%20pronto%29.pdf.

Junger, Alex Paubel. et al. (2018). A geração imediatista e a comunicação audiovisual. *Research, Society and Development*, [s.l.], v. 7, n. 11, p. 01-27, 2018. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v7i11.441>

Keen, Andrew. (2009). *O culto do amador: como blogs, MySpace; YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Rio de Janeiro: Zahar.

Keen, Andrew. (2012). *Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando*. Rio de Janeiro: Zahar.

Loncomilla, Gina Viviane Mardones. (2019). Eu-cidade: percepções do outro em tempos de redes sociais – uma analogia da arquitetura de vidro com os dispositivos móveis. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E CIDADES, Londrina. Anais... Londrina: UEL, 2019, p. 88-102. Recuperado de <http://anais.uel.br/portal/index.php/comcid/article/view/514>.

Marteleto, Regina Maria. (2001). Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ci. Inf.* [online], Brasília, v.30, n.1, p.71-81.

Martins, Gilberto de Andrade; Theóphilo, Carlos Renato. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas.

Melo, Diego Gomes da Silva. et al. (2018). Dependência tecnológica: a doença da contemporaneidade no contexto familiar. *Psicologia.pt*. Recuperado de <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1276.pdf>.

Reis, E. V.; Tomaél, M. I. (2017). A geração z e as plataformas tecnológicas. *Informação & Informação*, Londrina, v. 22, n. 2, p. 371-388, 2017. Recuperado de <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/31460>.

Reis, Juliane de Santana. (2018). *O consumo de internet no processo de construção social da identidade de adolescentes integrantes de uma ONG em Jabotão dos Guararapes*. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência da Computação) - Departamento de Computação, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2018. Recuperado de <http://repositorio.ufrpe.br/handle/123456789/917>.

Santos, W. P.; Lisboa, W. T. (2014). Os “nativos digitais” brasileiros e suas práticas de consumo e de relacionamento com as empresas: perspectivas, tendências e oportunidades às relações públicas. *Prisma.com*, [s.l.], n. 24, p. 139-161. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/73144>.

Silva Júnior, Sandoval Artur da. (2018). *Os likes como expressão da afetividade em rede no Instagram*. 110f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Recuperado de <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/26575>.

Tarapanoff, K.; Araujo Junior, R.; Cornier, P. M. (2000). Sociedade da informação e inteligência em unidades de informação. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 29, n. 3, p. 91-100, set./dez. 2000. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n3/a09v29n3.pdf>.

Tapscott, D. (1999). *Geração digital: A crescente e irreversível ascensão da Geração Net*. São Paulo: Makron Books.

Tapscott, Don. (2010). *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios.

Villela, Flávia. (2016). Celular é principal meio de acesso à internet no Brasil, diz IBGE. *Agências Brasil*, Brasília. Recuperado de <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-internet-na-maioria-dos-lares>.