

Produção científica brasileira na temática da mobilidade e redes sociais na internet entre 2005 e 2009: um olhar.¹

Angela Schaun²

Maria de Lourdes Bacha³

Mariza Reis⁴

Fred Izumi Utsunomiya⁵

Universidade Presbiteriana Mackenzie - Centro de Comunicação e Letras CCL

Resumo

O artigo apresenta um panorama da produção científica brasileira, sobre os temas mobilidade e redes sociais no Brasil, entre 2005 e 2009. A base da pesquisa foi o levantamento de artigos publicados em anais de Congressos como Intercom (Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação), Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), ABCiber (Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura) e do Banco Digital de Teses e Dissertações (BDTD). Dos 344 artigos mapeados, verificou-se que: predominam trabalhos de descrição teórica, a fundamentação é mais descritiva do que conceitual, o que é compreensível por ser um fenômeno emergente e há todo um campo a ser trilhado. O tema cultura digital e suas conexões está em franco processo de construção, observando-se uma multiplicidade de termos e objetos para serem analisados.

Palavras-chave

Mobilidade; redes sociais, internet.

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Mobilidade, redes e espaço urbano”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Doutora em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora Adjunto e Coordenadora de Pesquisa do CCL- Universidade Presbiteriana Mackenzie. Líder Grupo Pesquisa Comunicação, Culturas e Mídias Contemporâneas, CNPq, e-mail: angelaschaun@yahoo.com.

³ Pós-doutora em Comunicação e Semiótica PUC SP, docente Centro de Comunicação e Letras CCL, Universidade Presbiteriana Mackenzie, e-mail: mlbacha@gmail.com.

⁴ Doutora em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, 2008. Atualmente, supervisora metodológica de projetos de línguas in company, SP. Integrante dos grupos de pesquisa CNPq “Educação, Gestão e Sociedade”; “Comunicação, Cultura e Mídias Contemporâneas”, e-mail: marizareis@mackenzie.br.

⁵ Professor do Centro de Comunicação e Letras (CCL) da Universidade Presbiteriana Mackenzie e coordenador dos cursos de pós-graduação do CCL. Graduado em Publicidade e Propaganda, pós-graduado em Gestão de Processos Comunicacionais e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Estudioso dos aspectos comunicacionais de organizações do Terceiro Setor e novas TIC, e-mail: fredu@mackenzie.br.

1. Introdução

Este artigo tem por objetivo apresentar um breve levantamento dos artigos publicados sobre os temas **mobilidade** e **redes sociais** no Brasil, entre 2005 e 2009, usando a base de artigos de anais de Congressos como Intercom (Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação), Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), ABCiber (Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura) e do Banco Digital de Teses e Dissertações (BDTD).

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa foi baseada no guia proposto por Hoppen, Moreau e Lapointe (1997). Foram analisados 344 artigos e ou teses/dissertações (81 dos quais versavam sobre mobilidade e 263 sobre redes sociais), por meio da verificação da utilização de elementos básicos de uma investigação: abordagem, natureza da pesquisa e metodologia.

Este trabalho pode ser caracterizado como descritivo, segundo Malhotra (2001). Inicialmente foi analisado cada um dos artigos obtidos através de busca com as palavras-chave mobilidade e redes sociais. A escolha dos anais do Compós, Intercom e ABCiber justifica-se pelo fato de serem as principais referências na área de Comunicação no Brasil.

Os trabalhos foram examinados utilizando-se a metodologia de análise de conteúdo, técnica para o estudo de documentos, que consiste em instrumental metodológico que se pode aplicar a discursos diversos e a todas as formas de comunicação, seja qual for a natureza de seu suporte. Godoy (1995) ressalta que, embora em sua origem a análise de conteúdo tenha privilegiado as formas de comunicação oral e escrita, não exclui outros meios de comunicação. Assim, qualquer comunicação que veicule um conjunto de significações de um emissor para um receptor pode, em princípio, ser decifrada pelas técnicas de análise de conteúdo.

Esta pesquisa se justifica pela necessidade de mapear e conhecer o fenômeno de expansão inédita das demandas e comportamentos do mercado de usuários de redes sociais e de consumo da mobilidade. Tal fenômeno, engendrado no recente processo de inserção – cada vez mais veloz – das tecnologias digitais no cotidiano das pessoas, expressa processos variados de usos, hábitos e consumo que perpassam todos os âmbitos da vida contemporânea. Assim, este estudo, embora inicial, começa por buscar montar um resumo sobre as últimas estatísticas disponíveis a respeito do mercado brasileiro e mundial dessas tecnologias, objetivando inserir a pesquisa num quadro de referências quantitativas e refletem uma forte tendência de consumo e de mercado. Em seguida, organiza quadros com definições e

conceitos que tratam de novos comportamentos e sociabilidades, praticamente inexistentes há bem pouco tempo.

2. Usuários em Redes Sociais: hábitos e consumo na era da convergência

Vive-se uma nova história onde tudo muda muito rapidamente e os vetores apontam para a aceleração e intensificação das transformações sociais, em níveis locais e globais. Hoje se experimenta o paradigma da incerteza, do caos e da conectividade, levando os usuários de tecnologias digitais a um patamar de participação jamais imaginado, talvez uma única certeza nesse momento seja a de que torna-se cada vez maior a participação dos usuários de internet em redes sociais em todo o mundo.

Segundo levantamento realizado por Datamonitor, em 2007, já eram mais de 230 milhões de usuários no planeta inscritos em pelo menos uma rede social. Em pesquisa divulgada por ComScore, este número atingiu 730 milhões, em 2009, um crescimento de mais de 300% (COMSCORE WORLD METRIX, 2009).

O relatório da ComScore – focado na presença do Google nos mercados emergentes do Brasil e Índia – estipulou em 29,8% o tempo gasto online pelos internautas brasileiros. O percentual, segundo a empresa, é três vezes maior que a média. Na Índia, 28,9% do tempo dos usuários de Internet é gasta em sites do Google. Já na Irlanda, terceira colocada no estudo, os habitantes com a acesso à web gastam 15,9% de seu tempo em páginas do gigante do mundo virtual. No ranking das redes sociais na Internet, a Ásia ocupa 35%, Europa, Oriente Médio e África, 28%, América do Norte, 25% e América Latina, 12%, sendo o Brasil e o México destaques na região (MORENO, 2009).

De acordo com o relatório acima mencionado, o Google foi responsável pela capturas de 89,5% das buscas feitas no Brasil e o Orkut teve participação de 96% no tempo que os usuários gastaram com redes sociais (PORTAL IMPRENSA, 2009). Em julho de 2009, os internautas brasileiros passaram quase um terço de seu tempo de navegação na Internet em páginas do Google (incluindo-se o site de buscas, Orkut, G-Mail, YouTube), segundo dados do IBOPE (2009).

Pesquisa da eMarketer revela que as vinte redes sociais mais famosas do mundo detêm 15% do tempo de navegação. Outra pesquisa revela que os brasileiros são o quinto maior grupo de leitores de blogs, com 10% a mais de leitores que a média mundial. Dos 170 milhões de blogueiros do mundo, 5,9 milhões são brasileiros. O Brasil possui o maior número de

usuários de redes sociais (Orkut, YouTube), ficando o México em segundo lugar. O tempo de navegação dos brasileiros nas redes sociais foi de 23 horas e 30 minutos em julho de 2007, ficando à frente dos EUA e Japão (PINHEIRO, 2008).

O relatório ComScore informa que a Internet tem mais de 1 bilhão de usuários no mundo, com idade acima de 15 anos, que acessam a internet em casa ou no trabalho. A China lidera com 179,7 milhões de internautas ativos em dezembro de 2008, Brasil está na nona posição com 27,7 milhões. (COMSCORE WORLD METRIX, 2009).

Do total de 1.007.730 internautas no mundo, a região Ásia-Pacífico conta com a maior parcela (41% do total mundial), seguida pela Europa com 28% de participação. Os internautas da América do Norte, em terceiro, representam 18% da população conectada no mundo e a América Latina tem 7% de participação. Por fim, a região do Oriente Médio e da África conta com 5% de participação na base global de internautas (COMSCORE WORLD METRIX, 2009).

O ano de 2008 foi um marco histórico e representou o grande salto de expansão das redes sociais. Até dezembro, os sites mais acessados na internet mundial foram domínios do Google, com quase 778 milhões de visitantes únicos. Em segundo lugar, sites da Microsoft receberam 647,9 milhões de visitas e sites do Yahoo, em terceiro, registraram 562,6 milhões de visitantes. Deve-se ressaltar também o crescimento do acesso à rede social Facebook, que apresentou uma alta de 127% em acessos no ano passado, somando 22 milhões de visitantes únicos em dezembro do mesmo ano (COMSCORE WORLD METRIX, 2009).

De acordo com dados do Ibope/NetRatings, 43,1 milhões de brasileiros (com 16 anos ou mais) acessam a internet de qualquer local, sendo 24,5 milhões internautas residenciais. Do total, cerca de 17,85 milhões utilizam a rede do Google. Ou seja, o Orkut alcança, mensalmente, 70% dos internautas enquanto o Twitter apenas 3,9%. No entanto, no primeiro trimestre de 2009, o microblog cresceu 258% no país. Passou de 255 mil acessos únicos no primeiro mês do ano para 999 mil já em abril. Os números contam todos os internautas que entraram nos domínios do Twitter. Quando os números de login são considerados, o crescimento diminui e chega a 28,35%, já que o site obteve 254 mil acessos em março e chegou 326 mil em abril. Outro indicador considerável é o de fidelidade. Enquanto o Orkut apresenta um percentual de 76% de usuários que acessam o serviço regularmente, a cada dois dias, o Twitter fica apenas com 43%, uma visita em oito dias (IBOPE NET RATINGS, 2009).

Nos Estados Unidos, pesquisa Nielsen Online em 2008 apontou que o Twitter teve somente 30% de índice de fidelidade, enquanto outras redes sociais como Facebook e MySpace chegaram a 60% (FOLHA ONLINE, 2009).

No Brasil, Facebook superou 1 milhão de usuários, em julho de 2009 (ADNEWS, 2009), atrás do líder Orkut, que possui com 20 milhões de usuários no país. O MySpace, a maior rede social do mundo oficializou o final das operações no Brasil, pois vem perdendo usuários em ritmo acelerado para o Facebook e até para o Twitter, Tinha um volume de quase 2,5 milhões de usuários. Em média, os usuários do Twitter possuem 126 seguidores; apenas 20% do tráfego do Twitter vem da web – os outros 80% são provenientes de outras fontes, como ferramentas criadas com a API do Twitter, celulares, etc.

Vale enfatizar também que o Brasil fechou o mês de agosto de 2009 com 164,5 milhões de celulares e uma densidade de 85,9 cel/100 hab, crescimento puxado pelo celular pré-pago que superou os 82% (TELECO, 2009).

3. Mobilidade: conexão de espaços físicos e virtuais

Desde o surgimento da Internet emergiram e vem se expandindo velozmente novos caminhos para o acesso à informação. Atualmente, vive-se nova etapa com o aparecimento de mídias móveis e computadores coletivos móveis, a computação ubíqua sem fio, que são recursos que englobam celulares, palms, PDA, MP3, MP4, pagers, games, etc. permitindo a integração na sociedade da informação na qual estar conectado faz parte da existência. Podem-se classificar as tecnologias móveis através de quatro elementos: pessoal x compartilhado e portátil x estático. Os dispositivos móveis permitem realizar várias formas de arte e novas formas de controle social, ao introduzirem novas linguagens, novas formas de aprender e de ensinar. Na era da informação, face à conectividade sem fios, destaca-se o telefone celular, que passou por diversas transformações e atualmente incorpora à sua plataforma: música, imagem, vídeo, texto, e-mail, acesso à Internet, implementos que permitem o acesso a diversos processos informacionais e interacionais em movimento (CONSOLO, 2008; LEMOS, 2006).

Pode-se dizer que a evolução dos meios de comunicação está atualmente na quinta geração. Os meios de comunicação de massa eletro-mecânicos (primeira geração: fotografia, telégrafo, jornal, cinema) e eletroeletrônicos (segunda geração: rádio, televisão) foram seguidos por aparelhos, dispositivos e processos de comunicação *narrowcasting* (terceira geração: TV a cabo, xerox, fax, vídeo cassete, walkman etc. que são chamadas de cultura das mídias). À medida que diminuía o domínio dos meios de massa, a cultura das mídias preparava o terreno para o surgimento da cibercultura, dos computadores pessoais ligados a

redes teleinformáticas (quarta geração), rapidamente mesclados aos aparelhos de comunicação móveis (quinta geração), constituindo assim, pouco tempo, cinco gerações de tecnologias comunicacionais coexistentes que produzem mutações nos modos de se perceber, conceber e habitar o tempo (FERRAZ, 2005; SANTAELLA, 2008).

De acordo com Santaella (2003), as novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando as formas do entretenimento e do lazer e todas as esferas da sociedade: o trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), gerenciamento político, atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), consumo (transferência de fundos eletrônicos), comunicação e educação (aprendizagem à distância), enfim, a cultura em geral.

Para Lemos (2006), o mundo se encontra inserido na era dos portáteis, da cibercultura e da mobilidade, onde a Era da Informação é atualmente substituída pela Era da Conexão. A fase atual de conexão e mobilidade é caracterizada pela computação ubíqua, pelos objetos sencientes, pelos computadores pervasivos e pelo acesso sem-fio, mostrando a emergência da era da conexão e da relação intrínseca entre espaços físicos e espaço virtual (LEMOS, 2006). Entende o autor que os processos de desterritorializações⁶ implicados na mobilidade traduzem também outros processos de territorializações⁷ que produzem movimentos constantes de controle e acesso à informação.

As práticas sociais emergentes com as novas tecnologias de comunicação nos colocam em meio a uma cultura da conexão generalizada, engendrando novas formas de mobilidade social e de apropriação do espaço urbano. Processos de territorialização e de desterritorialização estão em marcha, potencializados pelas tecnologias móveis. A noção de desterritorialização é uma constante em textos sobre a cibercultura. O argumento central desse artigo é que as tecnologias móveis não fomentam apenas processos de desterritorialização, mas novas reterritorializações, através de dinâmicas de controle e acesso à informação.[...] o ciberespaço e as tecnologias móveis criam territorializações em meio à tendência global desterritorializante da cultura contemporânea (LEMOS, 2006).

O desenvolvimento das tecnologias da informação, configurado na “Sociedade da Informação, ou Sociedade em Rede, ou Sociedade do Conhecimento”, alterou significativamente a organização social e as relações entre indivíduos (CASTELLS, 2003). Segundo o autor mencionado, o paradigma informacional é composto por: informação como matéria-prima, desenvolvimento das novas tecnologias com ampliação de sua presença na sociedade, princípio da interconexão, flexibilização dos processos e convergência das

⁶ Deleuze e Guattari, Mil Platôs. Vol. 4. e Vol. 5. Ed. 34. São Paulo (ambos 1997). Para esses autores o território é um ato que afeta os meios e os ritmos (Vol. 4. p. 120).

⁷ Idem, ibidem.

tecnologias. O uso da Internet acarreta alterações no direcionamento, velocidade, volume e espaços que envolvem o ciclo informacional. Provoca mudanças, também, nas relações sociais entre os indivíduos.

Mobilidade implica que um usuário tem acesso a qualquer serviço em qualquer tempo e local sem qualquer interrupção da sua conexão. Este conceito vem sendo usado frequentemente na Internet, mas hoje o seu avatar é o celular que de telefone passou a objeto extensivo do corpo humano.

A mobilidade tornou-se um dos valores mais desejados nas atuais sociedades complexas, marcadas por intensos processos de globalização (BAUMAN, 1999; BAUMAN; 2001). Nesse contextos emergem diferenças e desigualdades, pois “no mundo pós-guerra espacial, a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado, a matéria de que são feitas e refeitas diariamente as novas hierarquias sociais, políticas, econômicas e culturais em escala cada vez mais mundial” (BAUMAN, 1999, p.16). O autor explica que na “modernidade líquida” a liberdade de ir-e-vir com tranquilidade pelos diferentes contextos sociais torna-se “uma mercadoria sempre escassa e distribuída de forma desigual” (BAUMAN, 1999, p.8, 2001).

Os levantamentos realizados neste estudo dão conta de que o conceito de mobilidade passou a integrar a cultura contemporânea nos seus mais diversificados aspectos, permeando o cotidiano das pessoas, a saber:

Quadro 1 Aspectos referentes ao conceito de **Mobilidade**

Mobilidade	Autor
Mobilidade e Política - A mobilidade tornou-se uma política ativa e uma posição política estabelecida. A mobilidade e o nomadismo das multidões podem expressar recusa e busca de libertação:, resistência contra condições de exploração e busca de liberdade e de novas condições de vida.	Negri (2001)
Mobilidade e Convergência - Introdução da mobilidade nas redes comunicacionais – resultado da convergência da telefonia móvel, da computação portátil e das conexões sem-fio – provoca mudanças na maneira como as cidades e seus habitantes se organizam e interagem. As cidades se tornam cibercidades e a comunicação ganha novo sentido ao se transformar em locus de permanente troca de informações.	Valentim (2005)
Mobilidade e Espaços Urbanos - A sociedade contemporânea parece possuir certa “obsessão” pela mobilidade, cuja prova é a reconfiguração dos espaços urbanos. Através de celulares e dispositivos sem-fio, os cidadão se comunicam uns com os outros e conectam-se à Internet e outras redes ad-hoc de qualquer lugar onde haja cobertura.	Valentim (2005)
Mobilidade e Conexão - A mobilidade se torna um fator qualitativo da conexão e a partir das tecnologias móveis, conexão e mobilidade se tornam sinônimos. Emerge a era da portabilidade, da mobilidade e da conexão generalizada dentro e fora dos ambientes domésticos, de trabalho, consumo e lazer.	Valentim (2005)
Mobilidade e Espaço Virtual - O advento das tecnologias móveis permite a articulação do espaço físico com o espaço virtual: pessoas, veículos, objetos e lugares podem ser localizados e conectados sem-fio, entre si e a qualquer parte do mundo, através do ciberespaço. A cidade	Valentim (2005)

começa a ter uma dinâmica ligada à cibernética.	
Mobilidade e Cibercultura - A cultura da mobilidade pode ser considerada variação avançada da cibercultura, baseada nos dispositivos móveis aliados ao sistema de posicionamento global (GPS). Uma de suas práticas mais relevantes é a das mídias locativas, fazendo emergir novas espacialidades de acesso, presença e interação.	Santaella (2008)
Mobilidade e Percepção - Excesso de tecnologias digitais desenvolve arranjos midiáticos que geram novos ambientes e modos de percepção e, assim, novos modos de comunicação.	Pereira (2008)
Mobilidade e Mídia - características das mídias contemporâneas - como mobilidade, velocidade de acesso a volumes enormes de dados, portabilidade, memória expandida, banda larga de conexão, interfaces gráficas cada vez mais amigáveis (aumentando o potencial de usabilidade), ubiqüidade, etc. - tornam complexa a idéia de meio, promovendo arranjos e ambientes.	Pereira (2008)
Mobilidade e Sociedade Imaterial - A tecnologia aparece como vetor central como base dos modos de vida cotidianos; como religião; e como espetáculo. A sociedade tecnológica encontra-se e se define em e por sua etapa imaterial, determinada pelo desenvolvimento e consolidação de redes locais, nacionais e internacionais de comunicação em tempo real.	Trivinho (2001)
Mobilidade e Territórios - A questão da mobilidade é frequentemente discutida em relação ao espaço geográfico: os movimentos migratórios, os meios de transporte, as cidades, as espacialidades, o local e o global.	Valentim (2005)
Mobilidade e Territórios - As localidades com maior mobilidade são as cidades conectadas em redes globais de computadores e sistemas de transporte computadorizados, concentrando infra-estrutura, pessoas, tecnologias, dados, recursos econômicos e atividades comerciais/industriais	Castells (2003)

Fonte: autores

4. Redes Sociais na Internet: política e afeto

Redes sociais são ferramentas on-line que os usuários usam para compartilhar idéias, opiniões sobre quaisquer assuntos, compartilham imagens, músicas, vídeos; criam enquetes, fóruns, baseados na troca de experiências e vivências com outros indivíduos que se atraem por interesses comuns,, amigos, funcionando como ambientes para relacionamentos em que os participantes criam perfis e interagem com outros amigos, colegas, grupos de interesses comuns, formando comunidades (PINHEIRO, 2008).

A digitalização das relações humanas cria um fluxo imagético que praticamente resume a representação do mundo em telas e monitores, com novos modos de subjetivação e influência mútua. Isso é possível devido ao suporte tecnológico disponibilizado pela Internet, que conecta pessoas por meio de seus circuitos e proporciona sua comunicação através das redes sociais digitais por meio da interação, e por isso, podem ser utilizadas para construir laços sociais, segundo Moraes (2006) e Recuero (2006). Essa mediação qualifica um novo tipo de relacionamento do indivíduo com as referências concretas e com a verdade, podendo interferir na construção da realidade social, moldando percepções, afetos, significações e costumes, pois as influências possíveis nas redes sociais digitais são principalmente de amplitude emocional e sensorial (MORAES; 2006).

As principais características das redes sociais e formas são mostradas no quadro a seguir.

Quadro 2 Redes Sociais - características

Redes Sociais – características	Autor
Rede Social - é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões. Trata-se, assim, de uma abordagem focada na estrutura social. A abordagem de rede é importante porque enfatiza as conexões entre os indivíduos no ciberespaço.	Recuero (2006)
Redes Sociais e Interação - A conexão apresentada entre dois atores em uma rede social é denominada laço social. Um laço é composto por relações sociais, que por sua vez, são constituídas por interações sociais. Uma interação social é aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre indivíduo e seus pares. O conceito de laço social implica interação social, laço relacional, associação, relações sociais, sentimento de pertencimento, laço associativo .	Recuero (2004, 2006)
Redes Sociais – principais formas	
Weblogs - são ferramentas para a publicação de páginas na Internet, caracterizados por sua forma, na qual pequenos blocos de texto são organizados cronologicamente. Os weblogs são formas de comunicação e de representação de si, replicando informações e proporcionando espaços de interação. São reprodutores de idéias através de trocas comunicativas, que proporcionam a formação.	Recuero (2006)
Facebook: é uma rede de relacionamentos, criada em 04 de fevereiro de 2004	Recuero (2006)
Orkut - funciona através de perfis e comunidades. Os perfis são criados pelas pessoas ao se cadastrar, indicando também quem são seus amigos e as comunidades são criadas pelos indivíduos e podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto).	Primo, (2003)
Twitter - é ferramenta de micro mensagens, lançada em outubro de 2006, com rápido crescimento no mundo e no Brasil, na qual, originalmente, os usuários são convidados a responder à pergunta “O que você está fazendo?” em até 140 caracteres. No Twitter é possível construir uma página, escolher quais atores “seguir” e ser “seguido” por outros. A ferramenta é referida como “microblog”, mas também como “micromessageiro”, o que o diferencia da idéia de um blog.	Zago (2008)
Fotolog , um sistema de publicação de fotografias na Web, criado em 2002, por Scott Heiferman e Adam Seifer.	Recuero (2006)
Smart Mobs ou Multidões Inteligentes - São agrupamentos compostos por pessoas com a capacidade de agir de forma coordenada, utilizando dispositivos portáteis conectados sem-fio à Internet e outras redes colaborativas. Os participantes agem de forma cooperativa e auto-organizável, principalmente através de mensagens SMS enviadas em massa. Além dos celulares, outros dispositivos portáteis são usados para organizar a ação coletiva, como PC pockets e notebooks com tecnologia Wi-Fi.	Rheingold (2002)

Fonte: autores

5. Discussão dos resultados do levantamento

O levantamento realizado nas bases de dados anteriormente mencionadas, no período entre 2005 e 2009, produziu um quadro síntese quantitativo preliminar, a saber:

Tabela 1: Artigos examinados sobre mobilidade e redes sociais

	2009	2008	2007	2006	2005	Total
Mobilidade						
Banco Digital de Teses e Dissertações	04	23	11	07	07	52
Anais de congressos	14	03	05	05	02	29

nacionais (Intercom, Compós)						
Total mobilidade	18	26	16	12	09	81
Redes sociais						
Banco Digital de Teses e Dissertações	10	30	25	20	6	91
Anais de congressos nacionais (Intercom, Compós)	23	62	34	42	11	172
Total redes Sociais	33	92	59	62	17	263

Fonte: autores

Do ponto de vista da metodologia, verificou-se que 93% dos trabalhos têm abordagem qualitativa (destacando-se ensaios e trabalhos teóricos, baseados em revisão da literatura), 5% são quantitativos e 2% qualitativos e quantitativos. Entre as técnicas de pesquisa qualitativa, podem-se considerar: estudo de caso (11), pesquisa documental (1), etnografia (3), grounded theory (1) e netnografica (2) e abordagem naturalista (1). Quanto ao tipo de pesquisa 78% são exploratórias, 12% são experimentos, 10% descritivas.

O quadro abaixo sintetiza os principais tópicos relacionados com os temas **mobilidade** e **redes sociais** encontrados na revisão da literatura.

Quadro 3 Assuntos relacionados com **mobilidade e redes sociais**.

Mobilidade	Redes sociais
Interfaces mobile	Formas de comunicação e representação de si, construção simbólica
Dispositivos Bluetooth celulares PDA MP3 MP4	Cidadania, info-inclusão, inclusão social
Comunicação digital / estratégias comunicação/ mídia digital, blog, Twitter, Info-entretenimento, Second Life, Stars Wars Galaxies (Democracia, capital social
Gerenciamento de mobilidade, mobilidade como artigo de consumo, Network, Internet/internet móvel / Internet de nova geração, Mobilidade social, mobilidade urbana, Wireless, mídias locativas	Gestão de conteúdos digitais em repositórios blogs, Twitter, Orkut, Myspace, facebook, práticas midiáticas locativas, web cans, diários pessoais, Weblogs
Educação/aprendizagem/ ensino a distancia, M-Learning, -e-learning	Uso no Jornalismo (18)
Redes virtuais (113), democracia, conhecimento on-line, colaboração, linkania, Inclusão, Lan houses	Ferramentas de comunicação (Propaganda, publicidade) 15+ 21
ubiquidade de serviços multimídia, Comunicação Ubíqua, Computação Ubíqua	Sociabilidade, laço, interação e relação social.
Transmissão de dados, Provisão de QoS, interferência das torres e antenas de telefonia celular. Otimização do acesso em redes. Transmissão de dados em redes de telefonia celular. Estrutura de provedores e usuários. Adoção de tecnologias móveis em empresas. Interoperabilidade dos dispositivos móveis. Domínios de segurança locais e remotos, plataforma para mobilidade IP, protocolo IP.	
Produção colaborativa/jornalismo participativo.	

Informações hiperlocais.	
Nomadismo, cyberpunk, hacking, apropriação, desvio, despesa na cibercultura,	

Fonte: autores

Do ponto de vista das referências, os principais autores utilizados nas dissertações, teses e artigos revisados para o tema ***mobilidade*** foram Santaella (1996, 2003, 2006, 2008) e Lemos (2004, 2006, 2009). Com relação às ***redes sociais*** os autores mais citados foram Bauman (1999, 2003); Castells (2003, 2006), Recuero (2006), Lévy (1995,1999).

6. Considerações finais

O objetivo deste trabalho de apresentar um breve levantamento dos artigos publicados sobre os temas ***mobilidade*** e ***redes sociais*** no Brasil, entre 2005 e 2009 foi satisfatoriamente atingido porque dos 344 artigos mapeados, verificou-se que:

- os trabalhos de descrição teórica predominam enquanto os empíricos são menos frequentes;
- a fundamentação é mais descritiva do que conceitual, o que é compreensível por ser um fenômeno emergente e há todo um campo a ser trilhado;
- o tema cultura digital e suas conexões está em franco processo de construção, observando-se uma multiplicidade de termos e objetos para serem analisados.

Finalmente, considera-se que este breve painel é apenas um olhar inicial sobre a produção científica brasileira na temática da ***mobilidade*** e ***redes sociais*** na internet nos últimos quatro anos. Com certeza, diante desse inédito cenário, pensar as mudanças e transformações emergentes no processo de digitalização da vida, implica igualmente em se debruçar sobre o fenômeno e analisar dados quantitativos e qualitativos que delineiam novas tendências de convívio social e de consumo, cuja realidade já se impõe de forma inexorável.

Referências bibliográficas

ADNEWS, 2009, disponível em <http://www.adnews.com.br/internet.php?id=88214>, acessado em outubro de 2009.

MARQUES, Ângela C. S. A conversação informal na internet: aspectos afetivos e políticos. In: XVIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Belo Horizonte/MG, 2009. *Anais ...* Belo Horizonte: XVIII COMPÓS, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmund. *Comunidade, a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

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

_____. *A Sociedade em Rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura*. V 1. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

COMSCORE WORLD METRIX, 2009, disponível em <http://www.brainstorm9.com.br/2009/09/02/comscore-day-brazil-para-quem-gosta-de-numeros/>, acessado em outubro de 2009.

CÔNSOLO, Angeles T. G. *Mobile Learning: o aprendizado do século XXI*, dissertação de mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.

FOLHA ONLINE, 2009, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u565461.shtm>, acessado em outubro de 2009.

GODOY, Arilda S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. FGV-SP. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, vol.35, n.3, p. 20-29, maio/jun, 1995.

HOPPEN, N.; LAPOINTE, L.; MOREAU, E. Avaliação de artigos de pesquisa em sistemas de informação: proposta de um guia. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 1997: Angra dos Reis. *Anais Eletrônicos...* Rio de Janeiro: ANPAD, 1997.

IBOPE NET RATINGS, 2009, disponível em http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=2&temp2=3&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=pesquisa_home&db=caldb, acessado em outubro de 2009.

LEMOS, André, Ciberespaço e Tecnologias Móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura, In: XV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2006, Bauru. *Anais...* Bauru: XV COMPÓS, 2006.

_____, CYBERPUNK: Apropriação, desvio e despesa na cibercultura, In: X ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2001, Brasília. *Anais ...* Brasília: X COMPÓS, 2001.

_____, Mídia Locativa e Territórios Informacionais, In: XVI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2007. Curitiba/PR, 2007. *Anais ...* Curitiba: XVI COMPÓS, 2007.

_____. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, Brasil, v. 1, n. 15, 2006. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/282/214>, Acessado em outubro de 2009.

LEMOS, André. *Cibercultura – a tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. PortoAlegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1995.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MANTOVANI, Camila M. C. A. *Info-entretenimento na telefonia celular: Informação, mobilidade e interação social em um novo espaço de fluxos*, Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

MORAES, Dênis. *Sociedade Midiatizada*. São Paulo: Mauad, 2006.

MORENO, Emilio, Redes Sociais. Brasileiro passa quase um terço do tempo online em sites do Google. Disponível em <http://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=EMILIO+MORENO+BRASILEIRO+PASSA+sites+do+Google&btnG=Pesquisar&meta=>, acessado em outubro de 2009.

NEGRI, A.; HARDT, M. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

PEREIRA, Vinícius Andrade G.A.M.E.S. 2.0 — Gêneros e Gramáticas de Arranjos e Ambientes Midiáticos Mediadores de Experiências de Entretenimento, Sociabilidades e Sensorialidades. In: XVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, São Paulo, 2008. *Anais...* São Paulo: XVII COMPÓS, 2008.

PINHEIRO, Marta de Araújo. *Subjetivação e consumo nos sites de relacionamento. Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo)*, v. 5, p. 103-121, 2008.

PORTAL IMPRENSA, 2009, disponível em <http://liberdade.blogueisso.com/2009/09/14/redes-sociais-brasileiro-passa-quase-um-terco-do-tempo-online-em-sites-do-google/>, acessado em outubro 2009.

PRIMO, Alex. Interação Mútua e Interação Reativa: Uma proposta de Estudo. In: XXI CONGRESSO INTERCOM, 1998, Recife. *Anais ...* Recife: XXI Intercom, 1998.

RECUERO, Raquel C. *Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com*. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2006

_____. Comunidades Virtuais - Uma abordagem teórica. In: V SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO, 2001, Porto Alegre. Anais ... Porto Alegre: V Seminário Internacional de Comunicação, 2001.

_____. Estratégias de personalização e sites de redes sociais: um estudo de caso da apropriação do Fotolog.com. In: *Comunicação, mídia e consumo*. V.5, n.12. São Paulo: ESPM, mar. 2008.

_____. Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet. In: XXVII INTERCOM, 2004, Porto Alegre. *Anais...*Porto Alegre: XXVII INTERCOM, 2004.

RHEINGOLD, H. *Smart mobs: the next social revolution*. New York: Perseus, 2002.

SANTAELLA, Lucia. A estética política das mídias locativas. *Revista Nômad*s n. 28, Bogotá, 128-137, 2008.

_____. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

_____. *Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano, *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, Vol. 1, N. 22, 2003

_____. Mídias locativas. A internet móvel dos lugares e das coisas. *Famecos mídia, cultura e tecnologia* 35, n. 1, 95-101, 2008.

_____. *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

SILVA, Gabriela da. Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade, In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Curitiba, 2009. *anais...* Curitiba: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

TELECO, 2009. Disponível em <http://www.teleco.com.br/ncl.asp>, acessado em outubro de 2009.

TRIVINHO, Eugênio, *O mal-estar da teoria : a condição da crítica na sociedade tecnológica atual*, Rio de Janeiro: Quartet, 2001, p. 79-84.

VALENTIM, Júlio. A Mobilidade das Multidões. Comunicação Sem-fio, Smart Mobs e Resistência nas Cibercidades, In: XIV ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Niterói, 2005. *anais ...* Niterói: XIV COMPÓS, 2005.

ZAGO, G. O. Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos jornalísticos. In: 6º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. 2008, São Bernardo do Campo. *Anais ...* São Bernardo do Campo: SBPJor, 2008.

ZAGO, G., BATISTA, J. Manifestações Coletivas no Ciberespaço: Cooperação, Capital Social e Redes Sociais. In: II SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIBERCULTURA, 2008, São Paulo. *anais...* São Paulo: ABCiber, 2008.