

Olhar no Horizonte: *Foresight Analysis*

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.82.9>

Inês Amaral

Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal/Centro de Estudos Sociais, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
<https://orcid.org/0000-0003-4929-4866>
ines.amaral@uc.pt

Eduardo Antunes

Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
<https://orcid.org/0000-0003-1372-8052>
eduardo.antunes@fl.uc.pt

Resumo

A compreensão crítica dos média digitais e até a exploração das utilizações e apropriações das aplicações móveis (*m-apps*) suscitam olhares atentos não só para o passado recente e para a atualidade, mas também para o futuro. Após a revisão sistemática da literatura e a análise de tendências, este capítulo procura explorar cenários futuros para interrogar tempos vindouros. Adapta-se uma proposta metodológica do projeto *CEDAR* (Consortium on Emerging Directions in Audience Research), que considera *drivers*, isto é, dimensões e indicadores. Assim, tendo como base uma perspetiva social construcionista, parte-se para uma abordagem crítica da tecnologia que possibilita que se estabeleçam pontos de partida que interseccionam a mediação digital enquanto processo de transformação. O processo de análise prospetiva (*foresight analysis*) é ancorado na sociologia das expectativas, propondo cenários para o ano de 2035, baseados em duas dimensões: interfaces mediadas e construções sociotécnicas de género. Utilizando

indicadores sociais e tecnológicos, neste capítulo projetam-se quatro cenários futuros: “geração *me*: individualismo social e digital”, “geração *we*: o digital como mediador da cidadania ativa e consciente”, “movimento *anti-self-tracking*: resistência à intrusiva cultura de vigilância” e “cobaías digitais: imersão tecnológica em resposta à crise da curiosidade”. A análise prospectiva que este capítulo propõe assume a pretensão de apresentar um retrato abrangente e criativo do futuro.

Palavras-chave

foresight analysis, análise prospectiva, cenários, geração *me*, geração *we*

Introdução

A tecnologia e as possibilidades da comunicação móvel mudam substancialmente a forma como as pessoas interagem, implicando novos usos, práticas e padrões de consumo. A utilização generalizada de *smartphones* e *tablets* abriu espaço para um mercado complexo de aplicações móveis (*m-apps*) competitivas, incorporando uma diversidade de categorias de aplicações cujas possibilidades, gramáticas, políticas e conteúdos desafiam os utilizadores e a sua apropriação de aplicações. Além disso, as *m-apps* são de fácil utilização e tornaram-se uma tendência principalmente devido às suas características e mobilidade que superam outros dispositivos (Gerlich et al., 2015). Além disso, as tecnologias de base móvel aumentam a convergência entre conteúdos, características e funções dos meios de comunicação de diferentes plataformas num único dispositivo (Deng et al., 2019). Efetivamente, os *smartphones* e outros dispositivos móveis executam multitarefas, permitindo aos utilizadores realizar várias atividades em simultâneo, poupando tempo e executando tarefas anteriormente realizadas através de diferentes tipos de equipamento.

A forma como as pessoas utilizam os média, se envolvem com eles e participam cívica e politicamente tem sido uma questão constante com o aparecimento de novos média (Ohme, 2020). A utilização massiva de *m-apps* de diferentes categorias de aplicações, desde plataformas sociais ou de encontros a jogos, saúde, fitness e aplicações de automonitorização, sugere que as pessoas estão a gastar mais tempo a utilizar aplicações para se ligarem com outras. Estas tecnologias de base móvel tornaram-se uma parte indispensável das suas vidas como uma extensão do *self* (Zhang et al., 2018). Portanto, a utilização e as diferentes apropriações de *m-apps* são essenciais para compreender como desafiam ou constroem as experiências

personais das pessoas. A utilização de *m-apps* por jovens adultos tem sido estudada principalmente a partir da teoria dos usos e gratificações ou da abordagem dos riscos e vantagens. Neste capítulo assumimos uma perspectiva crítica dos meios digitais contemporâneos, baseada numa compreensão da tecnologia como produtora de significado, subjetividade e agência. É a partir desse caminho que propomos um conjunto de cenários que exploram possibilidades de futuro que a tecnologia do presente abre, com vista a equacionar horizontes.

Proposta Metodológica

A proposta que se apresenta neste capítulo tem por base um mapeamento temático, análise de tendências e exploração de horizonte (*horizon scanning*). Num primeiro momento, a equipa do projeto *MyGender* desenvolveu uma análise sistemática da literatura baseada na metodologia PRISMA que nos permitiu identificar *clusters* temáticos. Nesta fase de mapeamento temático foram analisados artigos publicados de 2011 a 2021, em língua inglesa, nas bases de dados Scopus e Web of Science. Após uma fase de triagem com a remoção de entradas duplicadas e a análise de cada artigo para confirmar a sua inclusão/exclusão, o *N* final foi de 1.814. Esta análise permitiu encontrar nove *clusters* temáticos que se centram nas práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis: usos, práticas e consumo de aplicações móveis; identidades de género e sexuais e interfaces de mediação digital; dinâmicas de género de aplicações móveis; tecnicidade, *affordances* e gramática de aplicações; governação algorítmica; tecnologia de interação humana; performances de identidade e representações corporais; intimidade mediada; e culturas sexuais digitais.

A esta leitura minuciosa, seguiu-se uma análise de tendências que permitiu identificar três movimentos contemporâneos que se relacionam com jovens adultos e os seus estilos de vida: (a) a economia da intenção que se ancora num processo em que a atenção se torna cada vez mais seletiva procurando um pensamento crítico em torno da realidade e evitando a tendência individualista a que as gerações mais novas são, frequentemente, associadas. Daqui decorre uma economia centrada no consumidor e na forma como este expressa as suas intenções e preferências, originando um mercado de conteúdos e serviços que responde à denominada geração *we* (nós), existente em oposição à individualista geração *me* (eu); (b) a indústria do bem-estar que se caracteriza por um comportamento de consumo ao qual é subjacente a perspectiva do obsolescência do digital e a procura incessante de autoaperfeiçoamento e/ou crescimento pessoal. Neste sentido, há uma indústria que promove um *upgrade* para uma vida equilibrada com recurso

a aplicações digitais. Importa, no entanto, considerar que esta tendência tem sido alvo de uma forte crítica porquanto fomenta uma autovigilância neoliberal que capitaliza a exigência moral de estar bem como um requisito da vida contemporânea; e (c) a crise da curiosidade está diretamente relacionada com a ideia do imediatismo do prazer associado à utilização de plataformas digitais. A busca pela satisfação imediata num contexto de hiperinformação e *infoxicação* potencia uma perspectiva generalizada de facilitismo em que a valorização desaparece e a curiosidade entra em declínio.

Num terceiro momento do trabalho, a que corresponde este capítulo, desenvolvemos um exercício de exploração de horizonte focado no futuro, mas baseado no passado e no presente. Não se trata de um trabalho de previsão (Fuller & Loogma, 2009). Efetivamente, como sustenta Durand (2008), este tipo de exercício “consiste em tentar apreender a diversidade de futuros potenciais” (p. 279). Daqui decorre que não nos propomos a apresentar uma previsão do futuro, mas antes delimitar âmbitos e propor cenários (Saritas, 2013) como construção social (Fuller & Loogma, 2009) para interrogar tempos vindouros. É, portanto, ancorados numa perspectiva social construcionista que partimos para uma abordagem crítica da tecnologia que possibilite estabelecer pontos de partida que interseccionem a mediação digital enquanto processo de transformação. Alavancamos, assim, este texto na sociologia das expectativas (Borup et al., 2006), antecipando horizontes societais (Konrad, 2006; van Lente, 2012).

Este capítulo apropria-se do cenário atual e avança numa *foresight analysis* (análise prospetiva) com o objetivo de apresentar um retrato abrangente e criativo do futuro. O texto é resultante da execução das fases de delimitação do âmbito e de criação, com a utilização de exploração do horizonte, histórias de cenários e métodos convergentes (revisão bibliográfica e modelação de cenários; Saritas, 2013). Este é um exercício desenvolvido a partir dos cenários analíticos delineados com o propósito de “produzir conhecimento socialmente construído” com potencial performativo (Fuller & Loogma, 2009, pp. 75–76).

Olhar no Horizonte: *Foresight Analysis*

O pressuposto de que a presença mediada interfere diretamente na vida das pessoas baseia-se num determinismo tecnológico específico. Por um lado, algumas teorias consideram a interação e influência mútuas entre digital e offline (Vilhelmson et al., 2018). Por outro lado, a investigação mostrou

um grau de alheamento relacionado com atividades online (Ekström et al., 2014). No entanto, é consabido que a influência da dependência de mediadores de consumo e participação promove novos repertórios de envolvimento dos jovens (Cammaerts et al., 2014). É daqui que decorre a necessidade de equacionar cenários que contemplem a dimensão simbólica das apropriações das interfaces mediadas e a dimensão das construções socio-técnicas de género, porquanto estas são de natureza socialmente construída legitimando sistemas de relações de dominação e subordinação (Simões & Amaral, 2022) e potenciando a expressão do *self*.

Através de uma perspetiva do ano de 2035 e adaptando a proposta do projeto *CEDAR* (Consortium on Emerging Directions in Audience Research), considerando dimensões e indicadores (*drivers*; Das et al., 2018; Vesnić-Alujević et al., 2018), trazemos a este capítulo uma construção de cenários que se baseia em duas dimensões concretas: interfaces mediadas e construções sociotécnicas de género. Importa perspetivar como é que as pessoas se envolvem com a tecnicidade e os imaginários das *m-apps*, fornecendo cenários de possibilidades que considerem as *affordances* das aplicações, mas que ultrapassem o determinismo tecnológico e se centrem na dimensão experiencial. A partir da perspetiva feminista materialista (Lupton, 2019), urge um pensamento que considere as possibilidades do envolvimento das pessoas com outras e com os próprios objetos tecnológicos que implica a incorporação afetiva de matéria, pensamento e linguagem, criando um sentido de agência em que o género é entendido como uma construção sociotécnica que traduz aspetos sociais singulares e as relações de poder que destes advêm (Amaral et al., 2022). As interfaces mediam e negoceiam o género e este, enquanto construção social, medeia as interfaces. É deste entendimento que partimos para equacionar indicadores sociais e tecnológicos que permitem criar cenários analíticos.

Dimensão de Interfaces Mediadas

Partindo da proliferação tecnológica, é importante contextualizar a crescente digitalização e tecnologização da vida comum, de modo a se projetarem cenários futuros que não resultam de abstrações arbitrariamente fictícias. Pelo contrário, aumentam os estudos que criticamente analisam a forma como os média digitais dispõem de capacidades intrusivas omnipresentes (Karlsen & Ytre-Arne, 2022; Mollen & Dhaenens, 2018) e com as quais as pessoas dependem. Tal como aumentam estudos onde se pode até falar de tecnologias como extensões do *self*, por força do seu carácter indispensável

(Zhang et al., 2018). Não só se tornou inevitável a constante comunicação e interação com os média, como os próprios dispositivos de média estão em constante contacto uns com os outros, o que aumenta a sensação da vida ser irremediavelmente mediada (Vesnić-Alujević et al., 2018).

Dimensão Construção Sociotécnica de Género

As interfaces mediadas podem inclusive restringir ou até impor algum tipo de imaginários normativos, inclusive sobre a identidade de género (Amaral et al., 2022). Aliás, a utilização de média digitais implica também algum tipo de consumo de formas de pensar e sentir (Lupton, 2019), o que significa atribuir comportamentos genderizados. É, assim, importante, abordar o género como uma construção social, fruto de um contínuo processo fluído e não algo biologicamente autodeterminado estanque e não mutável (Butler, 1990). Os estudos feministas dos média desafiam esse carácter naturalizado das diferenças de género, que não são estruturalmente predeterminadas (Silveirinha et al., 2020). Na verdade, as práticas técnicas/tecnológicas quotidianas das pessoas influenciam essa construção do género (boyd, 2015), sobretudo por se interligarem a ideais e expectativas genderizadas, o que resulta até em conceptualizações de inovações tecnológicas como, potencialmente, genderizadas (Berg, 1995).

Indicadores Societais e Tecnológicos

Indicadores Societais

Literacias e participação – conjunto de capacidades e competências entendidas como necessárias para o entendimento crítico do mundo e das sociedades. Em concreto, quando se fala de literacia mediática, aborda-se a conjugação dessas competências com os conhecimentos técnicos e tecnológicos que permitem aceder a diferentes média de forma crítica, eficaz e segura, podendo-se utilizar essas tecnologias para a própria participação cívica e societal, o que assim inclui um sentido de agência mediada e mediática (Brites et al., 2018; Lopes, 2011). A conceptualização de participação não é totalmente unânime, de todo o modo, quando o foco é a participação nos média, tende-se a abordar a capacidade de agir e influenciar de não-profissionais na produção de conteúdos mediáticos e na estrutura de decisão (Carpentier, 2007). A digitalização e a dependência de estruturas mediáticas com base na internet trouxeram um potencial participativo e democratizador, apesar de não totalmente correspondido (Carpentier, 2009).

Fragmentação social – a necessidade da atenção aos processos de divisão e segregação social reforça-se com a proliferação dos média digitais e consequente sociabilização tecnológica, onde se identifica a tendência de pessoas com opiniões semelhantes possuírem maior probabilidade de interagirem entre si do que com quem tem opiniões divergentes (Lopes & Brotas, 2023; Soares et al., 2021). A fragmentação social foi fomentada pelo digital, porém esta ideia de consumo – inclusive social – de nicho é anterior ao advento da internet (Bell, 2001). A fragmentação social dá-se pela desconexão com pessoas que divergem e se polarizam seja ideologicamente, ou até nos gostos e interesses, de tal forma que há quem receie que a fragmentação social acabe com matrizes de referências comuns que são cruciais para a gestão das sociedades (Sunstein, 2001). Apesar dos pressupostos de crescentes capacidades de conexão e interação com a proliferação das plataformas digitais, o processo de fragmentação social relata a ausência ou a diminuição de conexões e interações entre indivíduos e sociedade, um fenômeno social que pode resultar de qualquer inovação tecnológica que altere a forma como comunitariamente as pessoas interagem entre si (Santos, 2019).

Identities fluidas – conceptualização da construção identitária como um processo fluído por oposição a uma autodeterminação estanque e não mutável durante a vida de uma pessoa. Assim, inclui-se e reconhece-se a capacidade e variabilidade identitária por força de processos individuais e sociais (Borges, 2007; Hongladarom, 2019).

Regulação – reconhecendo-se a necessidade de participação cívica e crítica na vida pública comum e social, a regulação tem um importante papel nos entendimentos e devidos cumprimentos do que se entende como essa vida pública comum e social. Seja uma regulação imposta a nível estatal, de acordo com leis, seja uma regulação autoimposta, de modo a seguir as conformidades das interações sociais normais/normativas (Borges, 2007; Vesnić-Alujević et al., 2018).

Privacidade – sempre existiram debates e discussões públicas assentes nos receios em relação à colheita, ao armazenamento e à utilização de informações pessoais. Receios esses também assentes em conceções sociais e individuais normativas sobre que informações podem ou não ser partilháveis. As tecnologias digitais e a explosão do *big data* enraizaram as preocupações com a privacidade (Nissim & Wood, 2018), aumentando-as, não só pela partilha de informações pessoais e privadas com fornecedores de serviços digitais, mas também fruto do receio de que essas informações sejam maliciosamente acedidas e utilizadas por terceiros (Papaioannou et al., 2021).

Indicadores Tecnológicos

Cultura de vigilância – correspondência tecnológica, ou mediada pela tecnologia, da visão *foucaultiana* do sistema prisional do panóptico (Bonavitta, 2015; Foucault, 1991), representando um sistema de controlo social através da vigilância, deliberada ou não. A conceptualização da cultura de vigilância pode ser abordada sobre um conjunto de ferramentas conceptuais que agregam a ideia de as pessoas utilizarem as tecnologias digitais para ativamente participarem em tentativas de regulação e de vigilância de si próprias, mas também de outros, numa conjugação de práticas digitais de visibilidade, exposição e partilha (Lyon, 2017).

Inteligência artificial – designa-se de “inteligência artificial” um conjunto de capacidades tecnológicas que metaforicamente remetem à autonomia e inteligência humana, porém não o são. Aliás, o conceito remete a características e procedimentos humanamente referidos como inteligentes que poderão ser minuciosamente descritos, sobretudo sobre linguagem de programação informática, a uma tecnologia de forma a os simular e, assim, dar resposta a desafios e pedidos humanos (Dick, 2019). De qualquer modo, é importante referir que, sobretudo por englobar um largo espectro de aspetos e características, não existe uma definição unânime no campo científico (Wang, 2019).

Tecnologias intrusivas – o caráter intrusivo prende-se com a visão crítica de um mundo crescentemente tecnológico e digital, no qual as tecnologias, de alguma forma, acedem a dados e informações pessoais, criando a sensação de invasão ou de intrusão na esfera pessoal. Assim, recaem nesta noção as tecnologias com capacidades de penetrar, explorar, formar e excluir com um sentido omnipresente as informações pessoais (Karlsen & Ytre-Arne, 2022; Mollen & Dhaenens, 2018). Há que ter em conta que os públicos destas tecnologias também desempenham papéis mais ou menos conscientes nas capacidades generalizadas de cada vez maior intrusão tecnológica (Mollen & Dhaenens, 2018).

Fluxos transmídia – ao contrário dos tradicionais sistemas comunicacionais *top-down* (de cima para baixo), os fluxos transmídia implicam um maior número de formas interativas de comunicar, o que significa que as audiências têm acesso a mais elementos de uma determinada história, contudo aprofundam essa temática através de diferentes média, que exploram distintas funcionalidades tecnológicas, específicas de cada média em si, para aprofundar

a omnipresença e, até, a imersão das audiências nesse mesmo determinado assunto (Cheong & Lundry, 2012; Kinder & McPherson, 2019).

Big data – a era das plataformas e dados digitais é comumente referida como a “era do *big data*”, que assenta na proliferação e criação de dados/informações em tempo real, pela comum e corrente utilização de tecnologias digitais para mediar o dia a dia. Daqui se implica a capacidade de coletar dados pessoais pelas tecnologias. Tipicamente, referem-se os casos das plataformas digitais de média sociais, porém o *big data* ultrapassa até os média sociais, já que as plataformas digitais de qualquer âmbito requerem dados de acesso, quer para a sua utilização, como para a mera utilização diária. Daí se produzem novos e interessantes dados, que são valiosas informações do sentido estatístico e até comercial, já que correspondem a comportamentos, sobre a sua forma matemática, que enquadram o mundo social (Couldry, 2019). Visões críticas sobre a quantificação ou, aliás, datificação, da vida geral, associam esta era à perpetuação reforçada de sistemas capitalistas e colonialistas (Couldry & Mejias, 2019).

Cenários Analíticos

Conjugando a dimensão de interfaces mediadas e a dimensão da construção sociotécnica de género, com os cinco indicadores sociais e os cinco indicadores tecnológicos, de acordo com a metodologia seguida neste capítulo (Vesnić-Alujević et al., 2018), projetam-se os seguintes quatro cenários futuros possíveis (Figura 1). Parte-se, ainda, das tendências identificadas na Parte II deste livro, perspetivando-se o ano de 2035 e teorizando sobre o futuro das interações entre gerações de jovens em idade adulta e os âmbitos culturais mediáticos digitais.

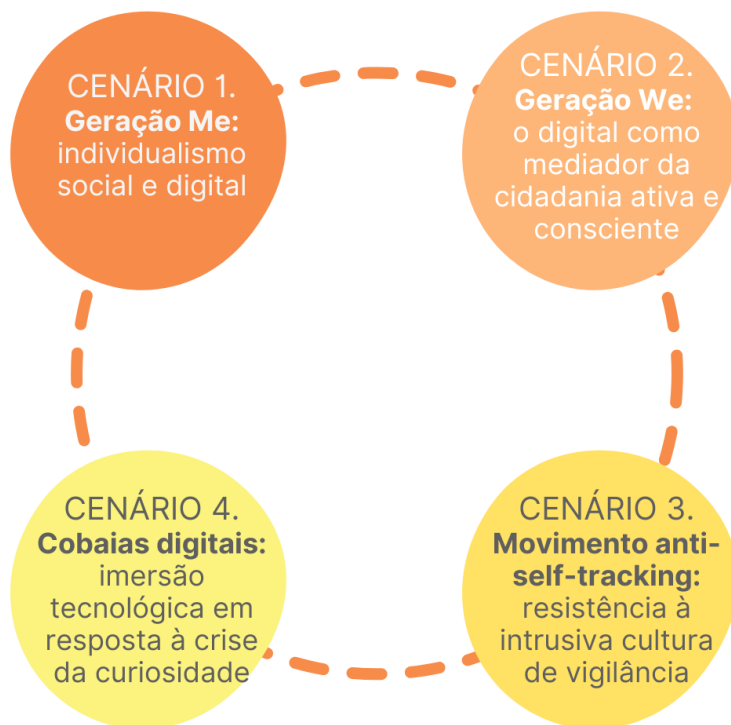


Figura 1 Quatro cenários analíticos.

Cenário 1 – Geração Me: Individualismo Social e Digital

Neste cenário, que não pretende ser homogeneizador de uma geração inteira (Vieira, 2018), projeta-se um protagonismo social da geração *me*, uma subgeração da geração Z (pessoas nascidas após 1995), que influencia um particular foco em si próprio. Atualmente, a comunidade científica tem-se debruçado sobre as transformações sociais desencadeadas pela pandemia da COVID-19. A fragmentação social digital, mas também fruto dos confinamentos pandêmicos, resulta ainda em maior dependência das tecnologias digitais para mediar as interações sociais (Banerjee & Rao, 2021), em simultâneo com relatos de crescentes e preocupantes níveis de transtornos mentais e psicológicos, como a ansiedade ou a depressão, em

particular nas gerações mais jovens (Öztürk et al., 2022). A popularidade dos média digitais nesta geração resulta quer do sentimento de escape individual face à ideia de “mundo lá fora”, como também resulta da estimulação do autocuidado individual, fomentado pela lógica da cultura de *wellness* (bem-estar) neoliberal (Lupton, 2016). Os movimentos digitais de autoestima (Ehrenreich & English, 2010) têm uma dimensão sociocultural, que também é política, que salienta o individualismo como resposta para a felicidade (Lim, 2020), e, que por sua vez, têm imperativos neoliberais incorporados nessas tecnologias (Lupton, 2019; Simões & Amaral, 2022). A inovação tecnológica que se prevê para os próximos anos não altera este cenário em que a cultura individual e individualista de *wellness* se mistura com a propagação do neoliberalismo. Aliás, e sem se conseguir imaginar as inovações tecnológicas, assume-se uma ainda maior omnipresença de fluxos transmédia, aumentando a imersão digital individual, o que até permite que se levantem questões sobre qual o nível de força de determinados movimentos sociais, nomeadamente em questões como o género ou a sexualidade, já que aqui se fala de um cenário em que o principal caminho para a felicidade se prende com a autorrealização individual, que se projeta que prolifere e seja mediada e até estimulada pelo digital.

Cenário 2 – Geração We: O Digital Como Mediador da Cidadania Ativa e Consciente

Por sua vez, este cenário também se foca numa subdivisão da geração Z. Aqui o foco está na designada geração *we*, que por oposição à geração *me*, se constrói pela visão dos meios digitais como mediadores de um sentido de comunidade global, focada nas questões sociais, culturais e políticas a enfrentar pela sociedade. Partindo-se também das alterações sociais provocadas pela pandemia da COVID-19, esta subgeração olha para a fragmentação social como um desafio e procura remediá-la, mediando-a através da tecnologia. São pessoas atentas a problemáticas sociais, inclusive as do foro digital, como a proliferação do discurso de ódio ou o reconhecimento dos perigos do *big data*. Porém, não têm uma visão demonizadora da tecnologia, tal como também não a entendem como necessária garantia da libertação e da felicidade, que é o caso da geração *me* no Cenário 1. Aqui falamos de pessoas que procuram conjugar algum tipo de literacias críticas, sobretudo mediáticas, que permitam a própria participação cívica e social nos espaços mediáticos digitais (Brites et al., 2018; Lopes, 2011). De alguma forma conscientes da intrusividade tecnológica, da necessidade de regulação e regulamentação de plataformas, procuram reapropriar estas

mesmas em prol de um ativismo digital (Semenzin, 2022). Mesmo que o ativismo digital possa ser criticamente analisado até como uma estratégia de comunicação e de promoção comercial do *self* (Graziosi, 2021; Morozov, 2013), aqui prevê-se o crescimento orgânico de movimentos sociais no digital ou, pelo menos, originários dos espaços digitais, como resposta aos principais problemas sociais. O desenvolvimento tecnológico permitirá novas formas de cidadania digital, a ocorrer em simultâneo, aproveitando os fluxos transmédia para a imersão comunitária e cidadã, que não procura escapar à realidade.

Cenário 3 – Movimento *Anti-Self-Tracking*: Resistência à Intrusiva Cultura de Vigilância

Indo além das subdivisões da geração Z, este terceiro cenário vai além da consciencialização crítica e cidadã de possíveis problemas da inovação tecnológica e digital, conforme faz a geração *we* no Cenário 2. Aqui as literacias cívicas e críticas mediáticas ganham tal protagonismo que as pessoas passam por um processo de *digital detox*, em busca de vidas mais autênticas (Syvertsen & Enli, 2020), consequentemente, com menos tecnologias, podendo até chegar ao ponto de se gerarem resistências às tecnologias e aos média como um todo. Neste cenário, as pessoas estão particularmente atentas, ou até revoltadas, com o sentido omnipresente das tecnologias intrusivas que sentem vigiar a sua vida, ao ponto de até se assemelhar a uma inescapável ideia de vida prisional (Bonavitta, 2015; Foucault, 1991; Karlsen & Ytre-Arne, 2022; Mollen & Dhaenens, 2018), o que remete para o medo do *Big Brother* em qualquer esquina (digital), em qualquer lado (Mani & Chouk, 2019). Se já em 2019, no estudo de Mani e Chouk (2019), o efeito do medo do *Big Brother* resultava da percebida intrusão tecnológica na esfera privada, o que gerava impactos na resistência de consumidores a dispositivos inteligentes, neste cenário, prevê-se o crescimento da resistência tecnológica, sobretudo por força dos desenvolvimentos da inteligência artificial. Apesar de aqui se projetar uma robustez, pelo menos inicial, das literacias críticas cívicas e mediáticas, o receio da inteligência artificial, como conceito tecnológico agregador de formas de simular pensamentos humanos ao dar resposta a desafios e pedidos (Dick, 2019), poderá assustar de tal forma as pessoas, que o movimento *anti-self-tracking* (anti-auto-rastreamento) acaba por se alhear de forma generalizada das expressões mediáticas, das plataformas digitais às diferentes formas de vincular notícias. A resistência a notícias não é um fenómeno novo, muito menos futurista ou projetista, em particular nas gerações de jovens adultos (Skovsgaard &

Andersen, 2020). Porém, neste cenário perspectiva-se uma agudização desse fenômeno altamente perigoso para a democracia e que acaba por levar à fragmentação social, não necessariamente tecnológica, mas, sim, indiretamente resultante da inovação tecnológica.

Cenário 4 – Cobaias Digitais: Imersão Tecnológica em Resposta à Crise da Curiosidade

O quarto e último cenário projetado com base na análise de tendências e na identificação de indicadores sociais e tecnológicos de mudança, opõe-se, até certa medida, ao Cenário 3. Não que ambos os cenários não se possam concretizar em simultâneo, até porque este exercício de *foresight analysis* não pretende contribuir para visões homogeneizadoras de gerações ou sequer chegar a uma projeção única sobre o futuro. Neste cenário, agudiza-se a crise da curiosidade, caracterizada por uma busca por satisfação imediata à qual se procuram soluções com os ambientes digitais. Na verdade, poderão existir relações entre maior uso de plataformas de média sociais e níveis mais baixos de satisfação com a vida nas gerações mais jovens (Orben et al., 2022). As próprias *affordances* tecnológicas deste tipo de plataformas suscitam uma imersão que até se pode tornar em vício, particularmente em pessoas com algum tipo de historial depressivo (Aydin et al., 2021). Tal como anteriormente referido, a pandemia da COVID-19 trouxe uma importante atenção à saúde mental, um tema que não se pode dissociar também deste cenário. Prevê-se que a resposta digital à crise da curiosidade suscite maiores níveis de mediação digital da intimidade e de relações interpessoais, inclusive em culturas sexuais digitais, desencadeando performances digitais identitárias como extensões do *self*. Se, por um lado, assim se possibilita uma maior atenção social para o caráter fluído e continuamente construído da identidade de género ou sexual, por outro, poderão existir níveis de literacia mediática mais reduzidos. De modo a atingir a resposta à felicidade aparentemente inalcançável, neste cenário, projeta-se a normalização da datificação como mero passo de acesso à sociedade (van Dijck, 2017), já que a vontade de experimentar os novos espaços digitais é tão significativamente superior a qualquer possível preocupação com a privacidade. Neste cenário, estas são as primeiras pessoas a experimentar as mais controversas formas de inteligência artificial, já que mesmo conceptualizando preocupações face à invasão da privacidade, entendem que o ganho estará sempre na experimentação e quase voluntarismo ou pioneirismo na imersão tecnológica.

Referências

- Amaral, I., Flores, A. M., & Antunes, E. (2022). Desafiando imaginários: Práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis. *Media & Jornalismo*, 22(41), 141–160. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_8
- Aydin, S., Koçak, O., Shaw, T. A., Buber, B., Akpınar, E. Z., & Younis, M. Z. (2021). Investigation of the effect of social media addiction on adults with depression. *Healthcare*, 9(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/healthcare9040450>
- Banerjee, D., & Rao, T. S. S. (2021). “#Intimacy” at times of COVID-19: The renewed impetus behind cybersex. *Journal of Psychosexual Health*, 3(1), 13–17. <https://doi.org/10.1177/26318318211004397>
- Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. Routledge.
- Berg, A. J. (1995). A gendered socio-technical construction: The smart house. In N. Heap, R. Thomas, G. Einon, R. Mason, & H. Mackay (Eds.), *Information technology and society: A reader* (pp. 74–89). SAGE.
- Bonavitta, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y Representaciones Sociales*, 10(19), 197–210.
- Borges, M. P. de A. (2007). *Professores: Imagens e auto-imagens* [Tese de doutoramento, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/1700>
- Borup, M., Brown, N., Konrad, K., & Van Lente, H. (2006). The sociology of expectations in science and technology. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(3–4), 285–298. <https://doi.org/10.1080/09537320600777002>
- boyd, d. (2015). Social media: A phenomenon to be analyzed. *Social Media + Society*, 1(1), 1–2. <https://doi.org/10.1177/2056305115580148>
- Brites, M. J., Chimirri, N. A., Amaral, I., Seddighi, G., Torres da Silva, M., & Murru, M. F. (2018). Stakeholder discourses about critical literacies and audience participation. In R. Das & B. Ytre-Arne (Eds.), *The Future of Audiences: A Foresight Analysis of Interfaces and Engagement* (pp. 179–195). Palgrave Macmillan.
- Butler, J. (1990). Gender trouble, feminist theory, and psychoanalytic discourse. In L. J. Nicholson (Ed.), *Feminism/postmodernism* (pp. 324–340). Routledge.
- Cammaerts, B., Bruter, M., Banaji, S., Harrison, S., & Anstead, N. (2014). The myth of youth apathy: Young Europeans’ critical attitudes toward democratic life. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 645–664. <https://doi.org/10.1177/0002764213515992>
- Carpentier, N. (2007). Participation and media. In B. Cammaerts & N. Carpentier (Eds.), *Reclaiming the media: Communication rights and democratic media roles* (pp. 87–91). Intellect.
- Carpentier, N. (2009). Participation is not enough: The conditions of possibility of mediated participatory practices. *European Journal of Communication*, 24(4), 407–420. <https://doi.org/10.1177/0267323109345682>

- Cheong, P. H., & Lundry, C. (2012). Prosumption, transmediation, and resistance: Terrorism and man-hunting in Southeast Asia. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 488–510. <https://doi.org/10.1177/0002764211429365>
- Couldry, N. (2019). From the myth of the mediated centre to the myth of big data: Reflections on media's role in social order. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 16(47), 407–431. <https://doi.org/10.18568/cmcc.v16i47.2126>
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). Data colonialism: Rethinking big data's relation to the contemporary subject. *Television and New Media*, 20(4), 336–349. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>
- Das, R., Ytre-Arne, B., Mathieu, D., & Stehling, M. (2018). Designing a foresight analysis exercise on audiences and emerging technologies: CEDAR's analytical-intuitive balance. In R. Das & B. Ytre-Arne (Eds.), *The future of audiences: A foresight analysis of interfaces and engagement* (pp. 25–39). Palgrave Macmillan.
- Deng, T., Kanthawala, S., Meng, J., Peng, W., Kononova, A., Hao, Q., Zhang, Q., & David, P. (2019). Measuring smartphone usage and task switching with log tracking and self-reports. *Mobile Media & Communication*, 7(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/2050157918761491>
- Dick, S. (2019). Artificial intelligence. *Harvard Data Science Review*, (1.1), 1–8. <https://doi.org/10.1162/99608f92.92fe150c>
- Durand, T. (2008). Scenarios as knowledge transformed into strategic “re-presentations”: The use of foresight studies to help shape and implement strategy. *Management & Avenir*, (3), 279–297.
- Ehrenreich, B., & English, D. (2010). *Witches, midwives, & nurses: A history of women healers*. The Feminist Press at CUNY.
- Ekström, M., Olsson, T., & Shehata, A. (2014). Spaces for public orientation? Longitudinal effects of Internet use in adolescence. *Information, Communication & Society*, 17(2), 168–183. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862288>
- Foucault, M. (1991). *Discipline & punish: The birth of the prison*. Vintage Books.
- Fuller, T., & Loogma, K. (2009). Constructing futures: A social constructionist perspective on foresight methodology. *Futures*, 41(2), 71–79. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2008.07.039>
- Gerlich, R. N., Drumheller, K., Babb, J., & DeArmond, D. A. (2015). App consumption: An exploratory analysis of the uses & gratifications of mobile apps. *Academy of Marketing Studies Journal*, 19(1), 69–79.
- Graziosi, I. (2021, 28 de abril). *Quando l'attivismo digitale diventa performativo?* Siamomine. <https://www.siamomine.com/attivismo-performativo-social-network/>
- Hongladarom, S. (2019). *Identity, liberty and responsibility*. Riposte.
- Karlsen, F., & Ytre-Arne, B. (2022). Intrusive media and knowledge work: How knowledge workers negotiate digital media norms in the pursuit of focused work. *Information, Communication & Society*, 25(15), 2174–2189. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1933561>

Kinder, M., & McPherson, T. (Eds.). (2019). *Transmedia frictions: The digital, the arts, and the humanities*. University of California Press.

Konrad, K. (2006). The social dynamics of expectations: The interaction of collective and actor-specific expectations on electronic commerce and interactive television. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(3–4), 429–444. <https://doi.org/10.1080/09537320600777192>

Lim, M. (2020). Algorithmic enclaves: Affective politics and algorithms in the neoliberal social media landscape. In M. Bolter & E. Davis (Eds.), *Affective politics of digital media* (pp. 186–203). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003052272-9>

Lopes, A. da S., & Brotas, A. (2023). Câmaras de eco e mis/desinformação sobre vacinas contra a COVID-19 no Twitter: Abordagem baseada em machine learning e análise de redes sociais. *Research, Society and Development*, 12(2), e22812240159. <https://doi.org/10.33448/rsd-v12i2.40159>

Lopes, P. (2011). *Literacia mediática – Conceito e orientações: A abordagem europeia. Literacia(s) e literacia mediática*. CIES-IUL.

Lupton, D. (2016). *The quantified self*. Polity Press.
Lupton, D. (2019). 'It's made me a lot more aware': A new materialist analysis of health self-tracking. *Media International Australia*, 171(1), 66–79. <https://doi.org/10.1177/1329878X19844042>

Lyon, D. (2017). Surveillance culture: Engagement, exposure, and ethics in digital modernity. *International Journal of Communication*, 11, 824–42.

Mani, Z., & Chouk, I. (2019). Impact of privacy concerns on resistance to smart services: Does the 'Big Brother effect' matter? *Journal of Marketing Management*, 35(15–16), 1460–1479. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1667856>

Mollen, A., & Dhaenens, F. (2018). Audiences' coping practices with intrusive interfaces: Researching audiences in algorithmic, datafied, platform societies. In R. Das & B. Ytre-Arne (Eds.), *The future of audiences: A foresight analysis of interfaces and engagement* (pp. 43–60). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-75638-7_3

Morozov, E. (2013). *To save everything, click here: The folly of technological solutionism*. Public Affairs.

Nissim, K., & Wood, A. (2018). Is privacy privacy? *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 376(2128), 1–16. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1098/rsta.2017.0358>

Ohme, J. (2020). Mobile but not mobilized? Differential gains from mobile news consumption for citizens' political knowledge and campaign participation. *Digital Journalism*, 8(1), 103–125. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697625>

Orben, A., Przybylski, A. K., Blakemore, S. J., & Kievit, R. A. (2022). Windows of developmental sensitivity to social media. *Nature Communications*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-29296-3>

Öztürk, M., Türk, A., Gonultas, B. M., & Aydemir, I. (2022). Mediator role of social media use on the effect of negative emotional state of young adults on hopelessness during COVID-19 outbreak. *Archives of Health Science and Research*, 10, 44–49. <https://doi.org/10.5152/ArcHealthSciRes.2022.22096>

Papaioannou, T., Tsohou, A., & Karyda, M. (2021). Forming digital identities in social networks: The role of privacy concerns and self-esteem. *Information and Computer Security*, 29(2), 240–262. <https://doi.org/10.1108/ICS-01-2020-0003>

Santos, J. G. B. dos. (2019). *Pragmática cultural da desobediência civil: Repertórios desviantes, sistemas complexos e tecnologias da comunicação* [Tese de doutoramento, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. <http://www.bdt.uerj.br/handle/1/16739>

Saritas, O. (2013). Systemic foresight methodology. In D. Meissner, L. Gokhberg, & A. Sokolov (Eds.), *Science, technology and innovation policy for the future: Potentials and limits of foresight studies* (pp. 83–117). Springer.

Semenzin, S. (2022). “Swipe up to smash the patriarchy”: Instagram feminist activism and the necessity of branding the self. *AG AboutGender*, 11(21), 113–141. <https://doi.org/10.15167/2279-5057/AG2022.11.21.1990>

Silveirinha, M. J., Simões, R. B., & Santos, T. (2020). Him too? Cristiano Ronaldo and the news coverage of a rape case allegation. *Journalism Practice*, 14(2), 208–224. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1693279>

Simões, R. B., & Amaral, I. (2022). Sexuality and self-tracking apps: Reshaping gender relations and sexual reproductive practices. In E. Rees (Ed.), *The Routledge companion to gender, sexuality, and culture* (pp. 413–423). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367822040-41>

Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>

Soares, F. B., Viegas, P., Bonoto, C., & Recuero, R. (2021). COVID-19, desinformação e Facebook: Circulação de URLs sobre a hidroxicloroquina em páginas e grupos públicos. *Galáxia*, (46), 1–24. <https://doi.org/10.1590/1982-2553202151423>

Sunstein, C. R. (2001). Republic.com. *Harvard Journal of Law & Technology*, 14(2), 753–766.

Syvertsen, T., & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence*, 26(5–6), 1269–1283. <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>

van Dijck, J. (2017). In data we trust? The implications of datafication for social monitoring. *MATRIZes*, 11, 39–59. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i1p39-59>

van Lente, H. (2012). Navigating foresight in a sea of expectations: Lessons from the sociology of expectations. *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(8), 769–782. <https://doi.org/10.1080/09537325.2012.715478>

Vesnić-Alujević, L., Seddighi, G., Das, R., & Mathieu, D. (2018). Audiences, towards 2030: Drivers, scenarios and horizons of the future. In R. Das & B. Ytre-Arne (Eds.), *The future of audiences: A foresight analysis of interfaces and engagement* (pp. 199–241). Palgrave Macmillan.

Vieira, J. (2018). Media and generations in Portugal. *Societies*, 8(61), 1–19. <https://doi.org/10.3390/soc8030061>

Vilhelmson, B., Elldér, E., & Thulin, E. (2018). What did we do when the internet wasn't around? Variation in free-time activities among three young-adult cohorts from 1990/1991, 2000/2001, and 2010/2011. *New Media & Society*, 20(8), 2898–2916. <https://doi.org/10.1177/1461444817737296>

Wang, P. (2019). On defining artificial intelligence. *Journal of Artificial General Intelligence*, 10(2), 1–37. <https://doi.org/10.2478/jagi-2019-0002>

Zhang, J., Calabrese, C., Ding, J., Liu, M., & Zhang, B. (2018). Advantages and challenges in using mobile apps for field experiments: A systematic review and a case study. *Mobile Media & Communication*, 6(2), 179–196. <https://doi.org/10.1177/2050157917725550>