



A Construção Da Informação Na Internet E Em Sites De Redes Sociais: A Nova Forma De Visão Da Informação¹

Murian Ribeiro²

Universidade Católica de Pelotas - UCPel

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo fazer uma breve análise sobre o uso da internet no Brasil, levando em consideração como, e se, ocorre construção de informação por parte dos utilizadores da rede. Busca-se ainda analisar de que forma um usuário comum - quando fica sabendo de determinada informação que o cause interesse - busca complementos em buscadores e em sites de redes sociais. Para tanto questionou-se junto aos usuários de internet seus usos dos principais sites de redes sociais, como Twitter, Facebook e Orkut, além de buscadores como Google, Yahoo e Bing.

Palavras chave: Redes sociais, buscadores, Twitter, Facebook, Orkut.

INTRODUÇÃO

A incessante busca pela informação tem feito com que um novo paradigma se forme no jornalismo. Esperar pela notícia na televisão, no rádio, ou ainda no jornal impresso, que sairá somente no próximo dia, já não faz mais parte do perfil de muitos brasileiros, para estes, a internet - tanto acessada pelo computador como por dispositivos móveis - tem sido além de fonte de informação, um espaço para a busca e aprofundamento de assuntos de seu interesse.

A Internet, como meio de comunicação no modelo todos-todos (Lévy, 1999), trouxe a possibilidade de que qualquer um possa produzir e publicar conteúdo na rede. Com a liberação do polo emissor (Lemos, 2005), a mídia tradicional passa a dividir espaço com o conteúdo produzido por usuários, em espaços de participação como blogs, redes sociais e wikis. (Zago, 2008)

Em um primeiro momento este trabalho busca explicar brevemente sobre a construção da informação na internet por usuários típicos da rede. Busca-se ainda

¹ Trabalho submetido à disciplina de Projeto experimental I

² Bacharelado do 8º semestre em Comunicação Social – Jornalismo no CECOM – UCPel.

identificar se existe a difusão da informação angariada por estes usuários, e de que forma ela ocorre. Para a realização do estudo, foi elaborado um questionário com onze questões que indagam ao utilizador como e se ele costuma usar a internet como meio de informação. Nele estão expostas ainda, perguntas que elucidam o repasse ou não da informação tanto em meios off-line como on-line.

Para tanto foram levados em consideração os trabalhos de Amaral (2008), Lemos (2002), Recuero (2003), Zago (2008) entre vários outros autores que atualmente são referencia no tema cibercultura.

AS REDES SOCIAIS E SUA RELAÇÃO COM A INTERNET

Os primeiros passos da teoria das redes encontram-se principalmente nos trabalhos do matemático *Ėuler*³ que criou o primeiro teorema da teoria dos grafos. Um grafo é uma representação de um conjunto de nós conectados por arestas que, em conjunto, formam uma rede. (Recuero, 2004, pg. 2).

O estudo de redes sociais, de uma forma mais ampla, é o estudo dos “agrupamentos sociais estabelecidos através da interação mediada pelo computador” (Recuero, 2006, p. 25). Uma rede social é formada por dois elementos, os atores (pessoas, instituições ou grupos que formam os nós da rede) e suas conexões (as relações que se estabelecem entre os indivíduos) (Recuero, 2006).

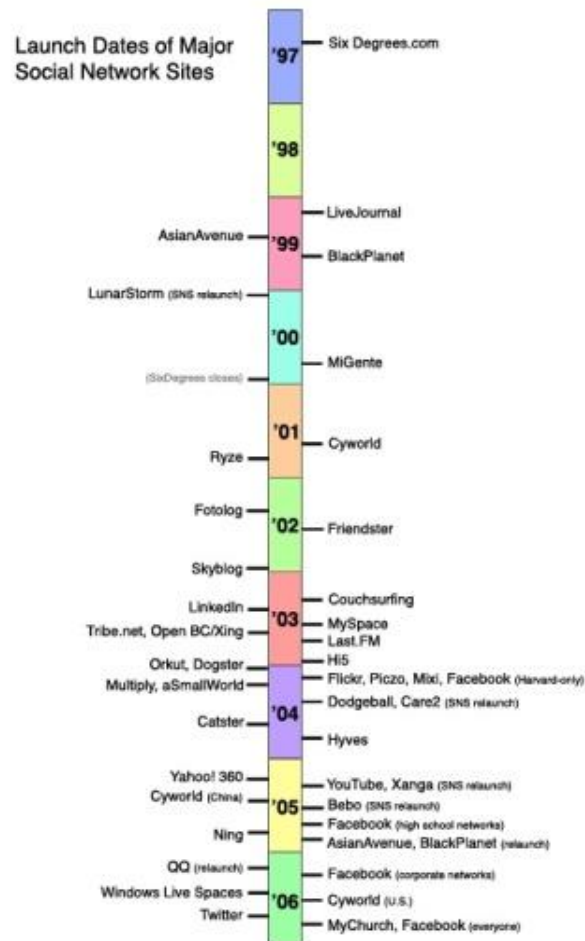
Em meados da década de 90, a internet começou a popularizar-se, não sendo mais uma rede que ligava apenas universidades e cientistas, seu uso comercial era estudado e logo que isso concretizou-se, por volta de 2005, começaram a surgir ferramentas de redes sociais on-line. A primeira delas foi o SixDegrees.com, em 1997, que permitiu aos usuários criarem perfis, listar os amigos e posteriormente navegar na lista de amigos. Antes do SixDegrees.com, já existiam outros aplicativos para comunicação na internet que possibilitavam a criação de perfil, no entanto, foi ele que possibilitou que as listas de contatos dos indivíduos fossem públicas. Boyd e Ellison (2007)

³ *Ėuler* trabalho na solução de seu enigma das pontes para acesso da cidade prussiana de Königsberg por volta do século XVIII. O problema consistia em atravessar todas as sete pontes que conectavam a cidade sem passar duas vezes pela mesma ponte. Ele demonstrou que isso não poderia ser feito através de um teorema em que tratava as pontes como arestas e os lugares que deveriam ser conectados como nós.

Boyd e Elisson (2007) definem ainda que sites de redes sociais são serviços da web que possibilitam:

- (1) construir um perfil público ou semi-público delimitado pelo sistema,
- (2) articular uma lista de outros usuários com os quais eles compartilham uma conexão, e (3) ver e cruzar suas listas de conexões e aquelas feitas por outros no sistema (boyd e Elisson, 2007, online)⁴.

No passado, as redes eram vistas como objetos estruturais, com propriedades fixadas no tempo. Os novos estudos mostraram que elas são, na verdade, elementos dinâmicos e estão sempre em construção e mutação. A seguir veremos um cronograma dos principais sites de redes sociais.



⁴ Tradução do autor para “(1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system”

Figura 1: Cronograma de datas do lançamento de muitos dos principais sites de rede social e comunidades e as datas quando re-lançado com características de site de rede social.⁵

A CONSTRUÇÃO E A DIFUSÃO DA INFORMAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS

No mundo da Web 2.0 é constante se ouvir que inteligente não é aquele que sabe muito, e sim, aquele que sabe usar corretamente o Google. A facilidade de acesso a internet, tanto por meios convencionais, como computadores e notebooks, passando pelos celulares e dispositivos móveis, até os tão aclamados Ipads, Ipods e outros dispositivos de última geração tem desencadeado uma mudança na forma de como a informação se constrói.

Primeiramente, quando a internet não ocupava o espaço que ocupa hoje, e os celulares ou não eram usados, ou eram presos em grandes estojos ao cinto da calça, as pessoas eram obrigadas a esperar por meios convencionais de informação. Meios que tinham a característica de comunicação um-todos. Nesta época também, o que normalmente era notícia em um telejornal, ou ainda em um veículo de mídia impressa, era notícia na grande maioria de seus concorrentes.

Com a comercialização da internet a partir de 1995 e com o início da sua real popularização em meados de 2000, a forma como a informação é construída e assimilada pelo espectador mudou drasticamente. A variedade de informações e os meios no qual buscar essa informação trás ao interessado uma realidade que antes jamais poderia ser imaginada. Ele consegue ver a narração do fato de diversos pontos de vista, podendo inclusive ter acesso a conteúdos multimídia, como foto, áudio, vídeo etc.

Para Anderson (2006), a ausência de limitações espaciais na Internet permite uma maior variedade de escolhas:

Ainda existe demanda para a cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A Era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades (Anderson, 2006, p. 5).

Com a oferta de conteúdos, a Internet permite que se atinja nichos cada vez mais específicos. A ideia de cauda longa também pode ser aplicada ao jornalismo. Enquanto os meios de comunicação tradicionais costumam focar nos fatos importantes,

⁵ Tradução do autor para “Timeline of the launch dates of many major SNSs and dates when community sites re-launched with SNS features” disponível em:
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

nos acontecimentos que interessam a uma maior quantidade de pessoas, as informações distribuídas nos meios sociais (como blogs e microblogs) costumam focar na cauda longa (Caribé, 2008), naquilo que não costuma ser noticiado nos meios tradicionais (cf. Figura 8).

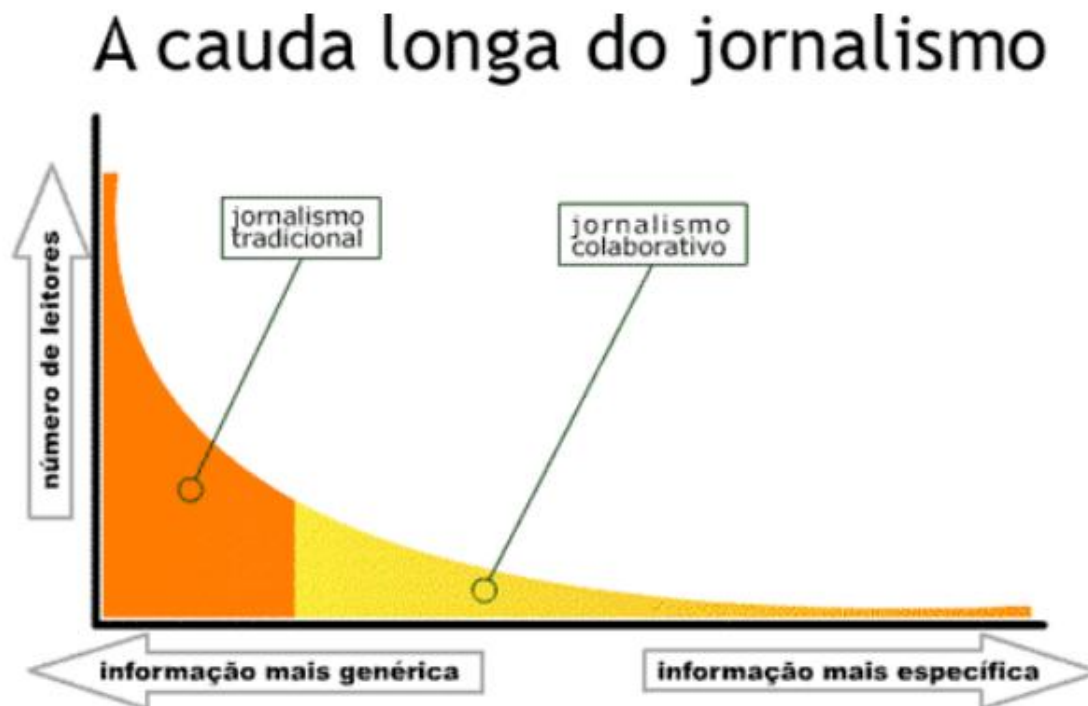


Figura 1: A cauda longa no jornalismo.⁶

CAPITAL SOCIAL NA INTERNET E SUA IMPORTÂNCIA PARA O REPASSE DE INFORMAÇÃO

O capital social é um importante componente no estudo das redes sociais e nas interações pela internet. Através dele, os indivíduos se ligariam entre si através de afinidade. Alguns com laços mais fortes, (indivíduos muito perto e muito conectados) e outros laços mais fracos, indivíduos menos conectados. “Como em outras formas de capital, o capital social é produtivo, tornando possível a obtenção de determinadas finalidades que em sua ausência não seriam possíveis” (Coleman, 1988, p. 5)⁷.

Recuero (2005) sintetiza essas considerações da seguinte forma: “O capital social é, portanto, um conjunto de recursos, que pode ser encontrado a partir das

⁶ Tradução do autor para “Timeline of the launch dates of many major SNSs and dates when community sites re-launched with SNS features” disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

⁷ Tradução do autor para “Like other forms of capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain ends that in its absence would not be possible” (Coleman, 1988, p. 5)

conexões entre os indivíduos de um determinado grupo, pois é conteúdo dessas relações”. Para Recuero (2007), esse conjunto de recursos está baseado na reciprocidade e na qualidade dos laços sociais. “Logo, para estudar o tipo de capital social que existe em cada rede, é preciso estudar, também, o tipo de laço e o conteúdo das interações dessas redes” (Recuero, 2007, p. 6). Desse modo, o capital social é construído nas relações entre os indivíduos, e diferentes tipos de relações demandam a mobilização de diferentes formas de capital social.

Pode-se perceber então através da análise dos dois autores, que o capital social exerce papel fundamental no repasse da informação, visto que, quando os laços são mais fracos e o contato menor, certamente o elo de repasse da informação se romperá, enquanto que, em redes muito conectadas, a informação continuará sendo repassada. Um exemplo claro do uso do capital social pode ter sido a aplicação do questionário para levantamento do perfil dos usuários desenvolvido pelo autor através do twitter. Para se atingir um maior número possível de pessoas, optou-se por *tuitar* constantemente sobre a pesquisa, pedindo que as pessoas a respondessem. Pode-se perceber com isso que, o repasse da informação, no caso, do questionário, aconteceu somente com os laços mais fortes da rede, ou seja, pessoas que o autor tinha maior proximidade, enquanto que, para quem desempenhava o papel de laço fraco, a notícia foi ignorada, ou no máximo respondida, mas não repassada.

ANÁLISE DOS DADOS

Para o desenvolvimento da pesquisa foram desenvolvidas onze perguntas de cunho específico que buscaram identificar desde a faixa etária do entrevistado até quais seus gostos e seus usos típicos da internet. A aplicação do questionário se deu nos sites de redes sociais como Twitter, em algumas comunidades do Orkut, Facebook e nos avatares de comunicadores instantâneos como o Windows Live Messenger e o Google Talk.

Pode-se apurar com os dados, que das 71 pessoas que responderam a pesquisa 59% era do sexo masculino e 41% do feminino. 79% encontrava-se na faixa etária dos 18 aos 28 anos, enquanto que 18% tinham menos de 18 anos, o restante, cerca de 2% tinha acima de 29 anos. Todos que responderam a pesquisa, afirmaram que quando vem a tona algum assunto de seu interesse a internet é o primeiro meio utilizado para recolher e aprofundar a informação, 100% dos entrevistados marcaram essa opção, seguido de 17% de pessoas que buscam informações na televisão, apenas 1% afirmou não procurar em

local algum. Como no formulário podia-se escolher mais de uma opção o montante passa de 100%.

No questionário foi perguntado ainda se era normal para quem estava respondendo o acesso à sites de busca. 100% responderam que sim. Sendo o Google e o Yahoo Search a escolha da maioria, com 100% e 7%, respectivamente. Das pessoas que responderam a pesquisa 65% já haviam solicitado para que outra pessoa procurasse informações para ela na internet e 94% já utilizou sites de redes sociais como buscadores de informação. Sendo o Orkut (90%) e o Twitter (76%) os mais utilizados.

Por fim foi questionado se os usuários que colhiam e formavam a informação através da internet costumava repassar essa informação para outras pessoas. A grande maioria, cerca de 90% costuma repassar as informações julgadas relevantes junto à grupos de amigos ou outros meios, exceto na internet.

- 1) Qual seu sexo?
- 2) Qual sua idade?
- 3) Quando você fica sabendo de alguma informação que o interessa, costuma aprofundar o assunto na internet? Ou espera mais divulgação em mídias convencionais como rádio e televisão?
- 4) Você costuma acessar sites de busca?
- 5) Se sim, quais?
- 6) Você já usou sites de redes sociais para procurar informações?
- 7) Se sim, quais?
- 8) Você já pediu para outra pessoa procurar alguma informação de seu interesse na internet?
- 9) Você costuma repassar a informação que colhe na internet em outros meios?
- 10) Quando você fica sabendo de alguma informação que o interessa, costuma aprofundar o assunto na internet? Ou espera mais divulgação em mídias convencionais como rádio e televisão?
- 11) Se sim, quais?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A velocidade na difusão da informação proporcionada pela internet e em especial por redes sociais é algo que tem atraído cada vez mais pessoas para estes



serviços. No entanto, a grande maioria dos sites precisa ser apropriado por seus usuários para que possam fazer algum significado. Muitas pessoas ainda, precisam de terceiros para que haja essa coleta e posterior repasse de informação.

Acredita-se que a proposta inicial do trabalho foi cumprida, realizar um levantamento bibliográfico e através de aplicação de questionário para conhecer, mesmo que minimamente, como e de que forma os usuários de internet, seja direta ou indiretamente, constrói a informação. A aplicação do questionário pode ainda trazer um breve panorama de como é o perfil do internauta, sua idade, seus sites acessados para realização de pesquisa e também de que forma as informações colhidas são repassadas. Pode-se apurar ainda, que além das buscas comuns em site de indexação de páginas, como o Google, Yahoo Search, e Bing, o internauta tem usado sites de rede sociais como Orkut, Facebook e Twitter para ter notícias mais rapidamente, pela instantaneidade dos serviços.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

boyd, d.; ELLISON, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, n. 13, v. 1, art. 11. Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acesso julho 2008.

LE MOS, A. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2002

RECUERO, R. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. *404nOtfound (UFBA)*, v. 1, n. 31, p. 1-15, 2003

RECUERO, R. *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

RECUERO, R. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. In: *Intercom Sul, 2007, Passo Fundo-RS. Anais do VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul*, 2007

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre. Meridional 2009-07-12

ZAGO, Gabriela. *Usos Sociais do Twitter: Proposta de Tipologia a partir do Capital Social* 2008