

A Informação Local Refletida no Facebook

Gracielly Soares GOMES¹

Benedito Diélcio MOREIRA²

Universidade Federal de Mato Grosso, UFMT, MT

Resumo:

As redes sociais vêm ocupando uma grande porcentagem do tempo da juventude, tornando-se um espaço de convívio diário e ambiente de trocas. Nesse contexto, investigamos através de uma observação online em perfis do Facebook de dez jovens participantes de uma pesquisa aplicada pela equipe do estado de Mato Grosso do projeto nacional “Juventudes e o consumo midiático em tempos de convergência”, analisando o uso que esses jovens fazem dessa rede social no compartilhamento de informações/notícias locais.

Palavras-Chaves: Juventude, Interação, Facebook, Informação Local

Introdução

A relação existente entre o jovem e as redes sociais tem se tornado cada vez mais intensa. Nessa perspectiva, buscamos analisar como é feito o compartilhamento de informações locais no Facebook em páginas de dez jovens universitários de Cuiabá que participaram da pesquisa “Juventudes e o consumo midiático em tempos de convergência”, conduzido pelo grupo pesquisador “Brasil Conectado”.

O projeto “Juventudes e consumo midiático em tempos de convergência” possui uma abrangência nacional. Coordenado pela professora Nilda Jacks, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, tem por objetivo investigar a relação dos jovens com as diferentes mídias. Este artigo surge da análise de apenas um dos elementos verificados nos resultados obtidos no projeto piloto em Mato Grosso, ou seja, como os jovens utilizam o Facebook para o compartilhamento de informações locais.

¹Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Mato Grosso. E-mail: graciellysgome@gmail.com

² Orientador do trabalho e Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso. E-mail: dielcio@ufmt.br

De acordo com Abalgli (1999), local pode fazer referência a uma certa localidade (rua, cidade, bairro), região ou nação, compondo, um subconjunto espacial, e envolvendo algum modo de demarcação ou recorte territorial, que se expressa em termos econômicos, políticos e culturais. Nesse estudo, o local se refere ao estado de Mato Grosso, como já mencionado anteriormente. Albagli, com base em textos de Agnew e Ducan, ainda defende que o conceito de local também pode ser visto a partir da integração de três pontos:

- a) dentro de uma ótica mais econômica, enquanto localização de atividades econômicas e sociais operantes em uma escala mais ampla;
- b) de uma perspectiva microsociológica, como espaço rotineiro de interação social;
- c) de um ponto de vista antropológico e cultural, correspondendo a um sentido de lugar, mediante a identificação do sujeito com o espaço habitado. (AGNEW e DUCAN apud ABAGLI, 1999, p. 183)

Este artigo tem por finalidade, portanto, demonstrar como as informações de Mato Grosso são tratadas nos perfis destes 10 jovens que colaboraram com o projeto em sua fase piloto. O que se busca é identificar as informações geradas no Estado mais utilizadas, curtidas e replicadas por eles. Na primeira parte do texto trazemos uma exposição teórica sobre as redes sociais, interação e interatividade. Em seguida é abordada a relação entre redes sociais e informação e, por fim, trazemos os resultados dessa observação online, bem como as considerações finais a respeito dos resultados obtidos.

Redes Sociais: Interação e Interatividade

As redes sociais se tornaram ambientes primordiais na comunicação contemporânea. Nesse âmbito Boyd e Ellison (2007) defendem que os sites de redes sociais são fundamentados em três pontos: “(1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado; (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilha uma conexão; e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema” (BOYD e ELLISON apud LONGHI; FLORES, 2012, p. 3). Para Antoun (2008), “o sucesso das redes sociais apoia-se em instrumentos que permitem cooperação, compartilhamento, interação e participação potencializada pela Web 2.0.” (ANTOUN apud COUTO, 2013, p. 4). Tanto os três pontos discutidos por Flores (2012) quanto os elementos que determinam o sucesso das

redes sociais, segundo Antoun (2008), estão claramente visíveis nos dez perfis observados.

Couto (2013) pondera que a comunicação mediada por computadores possibilita a conexão dos indivíduos e composição de um ambiente de trocas dentro da internet.

“O ciberespaço é hoje um espaço (relacional) de comunhão colocando em contato, através do uso de técnicas de comutação eletrônica, pessoas do mundo todo. Elas estão utilizando todo o potencial da telemática para se reunir por interesses comuns, para bater papo, para trocar arquivos, fotos, música, correspondência.” (LEMOS apud COUTO, 2013, p. 5)

A utilização de todas as possibilidades comunicativas disponíveis na Internet e a sua abrangência global interferem nas discussões de temáticas locais relacionadas com o cotidiano off-line dos usuários? De acordo com Recuero (2009), uma rede social é essencialmente compreendida como a junção de dois elementos, sendo atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões, entendidas como laços e relações sociais que unem os indivíduos envolvidos através da interação. Ainda sobre a interação social, Bernardini e Gobbi (2013, p. 6) assinalam que “o próprio ato de se comunicar é uma interação; assim, interagir é inerente à comunicação interpessoal.”

Segundo Bernardini e Gobbi (2013), quando se fala em interatividade, seguidamente é realizada uma associação à participação, ou seja, imagina-se alguma ocasião na qual se possa participar, interagir, conectar-se a internet, onde o usuário cria e manipula o conteúdo. Para estes autores, a interação não depende de um meio para acontecer, já a interatividade sim. Desse modo, a interação pode acontecer em uma conversa informal, presencial. Contudo, a interatividade é utilizada na troca de mensagens em redes sociais, via computador, e o meio, a internet. A interatividade seria “[...] un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas”. (VITTADINI apud BERNARDINI e GOBBI, p. 7). Neste sentido, a interatividade simula a interação entre os indivíduos através de um meio, seja ele eletrônico, virtual ou mídia tradicional, como ocorre nas redes sociais.

O Facebook é a principal rede social na época presente. Couto (2013) defende que ele é uma das maiores ferramentas de comunicação na atualidade. Um espaço utilizado para estreitar as conexões entre os indivíduos, reunindo um grande número de

pessoas. Um ambiente favorável para a composição de comunidades, podendo gerar vínculos e maior participação, como aponta Shirky (2011)

O Facebook diz que tem mais de 300 milhões de usuários, mas nenhum deles tem a experiência de pertencer a um grupo de 300 milhões. Em vez disso, os usuários do Facebook se juntam em grupos muito menores, com dezenas de amigos. Esses grupamentos são consideravelmente mais envolvidos uns com os outros (SHIRKY apud COUTO, 2013,p. 9).

Segundo Couto (2013), o Facebook disponibiliza ferramentas que ao serem utilizadas promovem diretamente o desenvolvimento de comunidades virtuais de pertencimento, que originam a formação de locais carregados de significados e significações. Os indivíduos se reconhecem e conseguem se relacionar e interagir através da construção das comunidades.

Essas comunidades também podem ser denominadas de grupos dentro do Facebook. Neles, os usuários se agrupam por afinidades e interesses em comum. O grupo e o conteúdo compartilhado podem ser abertos a qualquer usuário da rede ou restritos, somente aos usuários membros dos grupos. Essa ferramenta do Facebook possibilita a ação de vários atores, exercendo dessa forma o objetivo central das redes sociais: a conexão entre os indivíduos.

A relação social embutida nas interações dessa rede é definida como capital social. Nesse aspecto, Recuero (2005, p.15) define capital social “como o conjunto de recursos resultante do conteúdo das trocas sociais na rede, que possui aspectos coletivos e individuais, de modo simultâneo. O capital social está diretamente relacionado à capacidade de interação social de um grupo e de seus laços sociais”.

Através da internet os grupos sociais possuem a possibilidade de se manterem conectados continuamente. Devido a essa continua conexão, as informações que circulam nas redes sociais tornam-se capazes de ser procuradas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e replicáveis com facilidade. Junto a essas características, adiciona-se o fato de que a circulação de informação é também uma circulação de valor social, gerando impactos na rede. As informações circulam nas redes baseadas na compreensão de valor suscitado que os atores sociais percebem. Dessa forma, as informações estão relacionadas com o capital social. A internet possibilita ao ator um maior controle de sua rede social, com maior controle e mobilização do capital social para a sua assimilação (Recuero, 2009).

Ainda nesse aspecto, Recuero (2009) assinala que um dos valores que pode ser notado a partir deste aspecto é a publicação das informações nas redes sociais e seu impacto pessoal. Dessa forma, a publicação de determinadas informações pode estar inteiramente atrelada à percepção do impacto no capital social que irá provocar para um determinado ator. Ao publicar uma determinada informação que seja avaliada como relevante para a rede, um ator pode acrescentar um conhecimento novo no grupo. Devido a isso, o ator poderá receber como recompensa algum tipo de reputação no grupo. Essa reputação pode estar relacionada com a credibilidade das informações compartilhadas ou com a importância dessas informações para a rede. Com o decorrer do tempo, o ator poderá transformar essa reputação em algum tipo de capital, seja através de popularidade ou a outros benefícios a si próprio. Nessa perspectiva, Recuero discorre que:

O capital social que a publicação de uma determinada informação irá gerar para um determinado ator está diretamente relacionado com a relevância dessa informação para o grupo, bem como sua novidade e sua especialidade para a rede social. Por conta disso, muitos atores investem tempo em procurar informações mais especializadas e em participar de fóruns e outros elementos de forma a refinar o conhecimento e a circulação de informações em suas redes sociais. Entretanto, se essas práticas estão diretamente impactadas pelo interesse individual no capital social gerado, como procuramos discutir, e na vantagem para o ator na rede, é preciso discutir também em que medida elas estão diferenciadas do jornalismo e em que medida podem contribuir para tanto. (RECUERO 2009, p. 7)

As redes sociais no ciberespaço contribuem com o jornalismo através da filtragem de informações. Neste caso, elas atuarão de forma a colher e republicar as informações alcançadas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a compartilhar informações observadas dentro da própria rede. As redes sociais são importantes no ciberespaço precisamente porque a Internet possibilita que essas informações continuem no ciberespaço, proporcionando que as redes não apenas difundam, mas que também essas informações sejam discutidas (Recuero, 2009).

É o caso, por exemplo, dos retweets no Twitter. Um “retweet” acontece quando alguém republica no sistema uma informação originalmente publicada por outra pessoa. Neste caso, muitas vezes, os atores julgam relevante a informação e julgam que sua rede social ainda não teve acesso à ela (RECUERO e ZAGO apud RECUERO, 2009, p. 9).

A contextualização acima exposta tem relação direta com os objetivos deste artigo, uma vez que as ocorrências locais vivenciadas pelo ator ou noticiadas pelos

meios de comunicação de algum modo atuam sobre sua vida e o leva a ter opiniões e sentimentos. E o Facebook é o meio utilizado pelos jovens para postar opiniões e manifestar sentimentos. A abrangência e força desta rede possibilitam um entendimento do fenômeno de compartilhamento de informações locais, assim como compreender como estas informações circulam no interior da rede.

Metodologia

A primeira etapa desta pesquisa consistiu em observar os perfis no Facebook de dez jovens, com idade entre 18 a 24 anos. Os dez jovens responderam ao questionário padrão da pesquisa nacional, e quando questionados sobre o hábito de leitura de jornais, seis deles alegaram não serem leitores de jornais, um declarou ler diariamente, um afirmou ler aos fins de semana, um alegou ler raramente, e um disse ler de duas a três vezes por semana. Oito desses jovens declararam não comprar jornais e dois deles disseram pedir emprestado. Entre os jovens que disseram ler jornais com alguma frequência, três deles disseram ter o jornal impresso como principal suporte para a leitura, enquanto um deles disse ter o computador como principal suporte.

Quando questionados sobre o hábito de leitura de revistas, seis jovens responderam ler revistas raramente, três disseram não ler, e um disse ler revistas uma vez por semana. Dois desses jovens disseram assinar alguma revista, três disseram pedir emprestado, três disseram não comprar nem assinar nenhuma revista e dois não responderam a essa questão. Entre os jovens que disseram ler revistas com alguma frequência, todos afirmaram ter a versão impressa da revista com principal suporte para a leitura.

Diante deste quadro de leituras, buscou-se verificar como as notícias locais são refletidas na rede social mais acessada por esses jovens, no compartilhamento de conteúdo, nas páginas curtidas e grupos que esses jovens participam.

Foi mantida a nomenclatura dada na análise do questionário padrão. Os perfis dos respondentes foram identificados com letras de A a J. Dos dez jovens participantes da pesquisa original, apenas um estava com a conta na rede social desativada durante o período de observação dos perfis, realizado entre os dias 29 de junho e 05 de julho de 2014.

Após a observação, foi realizado um levantamento das páginas locais curtidas pelos jovens, classificadas por segmento: comercial, serviços, cultura, economia, finanças, política, mobilidade urbana e eventos. Ao curtir uma página o usuário recebe todas as

atualizações da mesma em sua *timeline*, Dessa forma ele tem acesso ao conteúdo postado e a possibilidade de compartilhá-lo, ou não.

Resultados

A observação realizada nos perfis dos jovens entre 29 de junho e 05 de julho de 2014, revelou a ausência de compartilhamentos de notícias locais. Apenas um dos jovens compartilhou uma notícia referente à fratura sofrida pelo jogador da seleção brasileira Neymar Jr, considerando que a observação aconteceu no período de copa do mundo, embora este acontecimento não tenha sido gerado em Mato Grosso. Trata-se de um resultado diferente do esperado, uma vez que alguns dos jovens envolvidos na pesquisa declararam serem leitores de jornais e revistas.

A princípio, a hipótese seria que pelo fato de alguns desses jovens serem leitores de jornais e revistas com alguma frequência, eles poderiam compartilhar as informações através da rede social Facebook, uma vez que todos que participaram do questionário responderam utilizar essa rede social com frequência. Ao perceber que não havia compartilhamento em nenhum dos perfis observados referentes às notícias e informações locais, foi feito um levantamento sobre as páginas locais que cada jovem curti na rede social. Abaixo, tabela com a relação das páginas curtidas, exceto a jovem “C”, por estar com a conta desativada na rede social durante o período de observação, e o jovem “J”, pois suas páginas curtidas não estavam disponíveis para visualização.

Jovem	Página Local Curtida
A	Mídia News Cuiabá, Babacão Lanches, Designer Moderno, Studio Jacson Tattoo, Rota 8 Snooker Bar, Magrelo Doceria, Colegio Cin, Colegio Isaac Newton, Espaço da Criança MT, Villas Coutry Bar, Xociedade Cuiabana, Cuiabá pra gente, Equipe Mexe o doce, Cuiabá, Bola de Neve Cuiabá, Buracos MT.
B	Olhar Direto, 2º Feinter, Mídia News, Sesc MT, Dupla Nico e Lau.
C	Conta desativada no período de observação online.
D	Horto Florestal Tote Garcia, Spotted UFMT
E	Chilli Beans MT, Sesc MT, Tiesto Cuiabá
F	Ducas's7, Sandra Brito Marmitaria, Shopping 3 Américas, Papuça Pescados, Unic Sua Linda, IBN Mananciais de Vidas
G	Shopping 3 Américas, Crea MT, Arena Pantanal, WC Stadium, Olhar Direto, Repórter MT, Procev UFMT, Mídia News, Prae UFMT, Hiper Noticias, Sintuf MT, Adufmat SSIND, MT na Copa, Governo de Mato Grosso, UFMT Fail, Acontece na UFMT, UFMT, Engenharia Civil UFMT, No Mato Grosso é Assim, DCE UFMT Cuiabá, Buracos MT, Cuiabá da Depressão, Este é alguém engenharia, Delírios UFMT, Casa do estudante da UFMT, O Mato-grossense pira, Turuna Engenharias UFMT, AAAE UFMT, Achados e perdidos UFMT Cuiabá, Você não sabe mas eu sei, Spotted UFMT, Spotted UFMT VSF,

	SpottedUnemat, Associação das atléticas acadêmicas da engenharia civil UFMT, UNEMAT Mato Grosso, UFMT Oficial, Cuiabazão, Mato Grosso do humor, UFMT da depressão
H	Chiquinho Cba, Chiquinho Vga, MagrelloDoceria, O' Connells, Jpc Informática, Bar do Arcanjo, Casa de Festas, Goiabeiras Shopping, Fisk VG Oficial, Valley Pub Cuiabá, Cavernas Cuiabá, Spotted Bar do Arcanjo, AAAE UFMT, Você não sabe mas eu sei, Spotted UFMT, Associação das atléticas acadêmicas da engenharia civil UFMT, Bote Fé Cuiabá, UFMT Fail, C.A engenharia civil UFMT, Cuiabazão, 2º Feinter, Tiesto Cuiabá
I	Shopping 3 Américas, Goiabeira Shopping, FIEMT, 48º Expoagro, PPG em Ciências Florestais e Ambientais, Aonde ir e Cuiabá, Delírios UFMT, Gatos para adoção UFMT, Você não sabe mas eu sei, Spotted UFMT, UFMT, Xociedade Cuiabana, Pet Floresta UFMT, Escola Estadual Osmair Pinheiro da Silva, Tiesto Cuiabá
J	Não disponível para visualização

A partir dessa lista foi possível notar uma grande afinidade por parte desses jovens com páginas relacionadas a entretenimento e a comunidade acadêmica da qual participam. Percebe-se a ausência de páginas relacionadas à informação e notícias locais. E mesmo aqueles que curtem páginas de notícias locais tais como Midia News e Olhar Direto não compartilham as publicações das páginas, mesmo tendo acesso contínuo a elas.

Após checar aos dados acima demonstrados, foi realizado um levantamento referente aos grupos locais dos quais esses jovens participam e que ficam visíveis na *timeline* de cada um deles.

Jovem	Jovem
A	Mercado Livre Cuiabá; Compra, venda e publicidade; Parque Cuiabá; Enjoei – Cuiabá e região; Empregos na grande Cuiabá; Ex-alunos do Raimundo Pinheiro; Cuiabá venda tudo aqui
B	UFMT – Universidade Federal de Mato Grosso; UFMT; MEUC – Movimento Evangelístico Universitário Cuiabá
C	Conta desativada durante o período de observação online
D	Calouros UFMT Cuiabá; UFMT; Calouros UFMT 2013 - Cuiabá
E	Cinema Cuyabá; Zombie Walk Cuiabá, Anime Cuiabá, Tahyfokle.
F	Amigos de Várzea Grande
G	Associação Atlética Acadêmica da Engenharia Civil; UFMT no ENEC 2014; UFMT
H	Astronomia no Pantanal; Ex alunos “Colégio Salesiano São Gonçalo” Noturno; Alunos CSSG Noturno; UFMT no ENEC; Concre-Copa UFMT
I	UFMT
J	UFMT; Amigos da Dança Sênior – Cuiabá-MT; WOW

Entre os grupos abertos locais que os jovens participam, não há registro de nenhum relacionado a notícias e informações locais. Apenas vinculados à comunidade acadêmica da qual participam e grupos relacionados ao entretenimento local, como ocorreu também nas páginas curtidas pelos jovens.

Considerações Finais

Tendo em conta as discussões feitas na parte inicial deste artigo, o motivo pelo qual apenas um jovem compartilhou uma notícia, ainda que não gerada em Mato Grosso, pode ter relação com o fato de que esta informação é importante para o seu grupo (amigos na rede social), e que esse grupo poderia não ter tido acesso a essa informação anteriormente. Também pode-se intuir que os jovens que não realizaram nenhum compartilhamento de notícias não encontraram algo inédito nas informações obtidas na rede. E assim, não acharam relevante o compartilhamento.

É mais do que notável a ausência da informação dos acontecimentos locais no Facebook desses jovens. Essa ausência pode também estar atrelada à falta de identificação por parte dos jovens com as páginas locais de notícias, com a forma como o conteúdo é exposto na rede, com o fato de os jovens não acharem importante o compartilhamento da informação. Outra possibilidade é o fato de que notícias locais, especialmente as relacionadas com acontecimentos políticos, econômicos e ou policiais não são compartilhadas em espaços abertos no Facebook, pois isso poderia significar algum tipo de exposição pública indevida. Este é seguramente uma questão a ser ainda verificada. O que se observa nos dados aqui apresentados resulta em novos questionamentos. Qual seria a importância atribuída por esses jovens à informação local? Que tipo de conteúdo atrai sua atenção? Quais são suas afinidades com a sua localidade? Discutir questões locais abertamente nos perfis pessoais provocam algum constrangimento, receio de retaliações? Embora o número de perfis observados seja pequeno, pois representa apenas um contingente de dez pessoas convidadas para um teste piloto, as respostas obtidas à pergunta básica deste artigo, longe de expressarem uma certeza, são indícios de que o local na rede pessoal tem procedimentos ainda não completamente compreendidos.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S. Globalização e espacialidade: o novo papel do local. In: **Globalização e Inovação Localizada: experiências de Sistemas Locais no Mercosul**. 1999. p.181-198.

BERNARDINI, G.; GOBBI, M.C. Levante popular da juventude brasileira: saímos do Facebook. Belo Horizonte. 2013.

COUTO, T. C. O Facebook Como Instrumento Para a Construção do Senso Comum On-Line: Um estudo da comunidade virtual Jornalistas RJ. 2013



LONGHI, R.R; FLORES, A.M.M. Notícia e convergências nas RSIs: uma experiência social. Paraná. 2012.

RECUERO, R. Em busca de um modelo para o estudo das comunidades virtuais em redes sociais no ciberespaço. S.d

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. Santa Cruz do Sul, 2009.

RECUERO, R. Um estudo do capital social gerado a partir das Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. PortoAlegre, 2005.