



O impacto das redes sociais no cotidiano do cidadão amazonense: a influência das comunidades virtuais na comunidade física¹

Samara Silveira dos Passos²
Luiza Elayne Azevedo³
Universidade Federal do Amazonas

Resumo

Este artigo visa analisar a disseminação de conteúdo através das redes sociais e a influência de tais serviços no cotidiano do cidadão amazonense. Dado o crescente uso dessa mídia no estado e do teor dos assuntos tratados através dela, é importante refletir sobre o impacto causado pelas comunidades virtuais na comunidade física. Para esta análise serão feitas pesquisas bibliográficas sobre as redes sociais e citados exemplos recentes de como esse novo meio tem afetado a sociedade amazonense.

Palavras-chave: Redes sociais; influência; cotidiano; Amazonas.

Introdução

Os sites de redes sociais são hoje ferramentas muito populares entre os usuários de Internet no Brasil. Serviços como o já consolidado Orkut e os recentes Twitter e Facebook fazem parte do cotidiano de boa parte da população. Muitos usam os serviços para conhecer pessoas, manter contato com amigos e parentes distantes ou manter-se bem informado sobre os acontecimentos diários.

O importante é notar quando e como esses sites acabam afetando a vida cotidiana das pessoas, seja por serviços de utilidade pública ou mesmo pelo exercício de sua cidadania mais ativamente. Por observar que esses fatos têm acontecido através das redes sociais no Estado do Amazonas, o presente trabalho objetiva analisar essas ações e implicações.

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação e Multimídia do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Graduanda em Relações Públicas, terceiro período do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam. Colaboradora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação – PETCom. Membro do Grupo de Pesquisa e Estudos em Comunicação Social – GEPECS – Email: samara.sillveira@gmail.com

³ Dr.^a em Ciências Sócio Ambiental, jornalista, professora titular do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam. Tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social – PETCom. Líder do GEPECS. Email: luindia@ufam.edu.br



Antes de abordar aplicações práticas do uso de sites de redes sociais no Estado é necessário entender o que são essas redes e verificar como ocorre a difusão da informação através delas, fator essencial para entender esses eventos que já alteram o cotidiano dos cidadãos usuários desses serviços.

As redes sociais e os sites de redes sociais

Segundo Recuero (2009), uma rede social pode ser definida como um conjunto de dois atores e suas conexões. Usa-se a metáfora de rede para observar os padrões conectivos de um grupo social, a partir das conexões que são estabelecidas entre os diversos atores dessa rede. Os atores sociais são as pessoas que constituem a rede social a ser analisada. Outro fator importante das redes sociais são as conexões, definidas por Recuero (2009) da seguinte forma:

“Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De certo modo são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é a sua variação que altera as estruturas desses grupos” (p.30)

Para este estudo, entenderemos que as redes sociais são diferentes de sites de redes sociais. Os sites não são as redes em si, eles podem explicitá-las, funcionar como suporte para que elas aconteçam, mas são apenas sistemas que mantêm os atores conectados. Essas conexões muitas vezes já existem no ‘mundo real’ e são apenas representadas nesses sites ou mantidas através deles. Conforme Recuero (2007) “Os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de softwares sociais, que seriam softwares com aplicação direta para a comunicação mediada por computador (CMC)” (p.3). Os atores sociais que utilizam esses sites são, de fato, os formadores das redes sociais. Esses atores conectados entre si através de CMC formam redes sociais na Internet através dos sites de redes sociais.

Recuero (2009) também cita duas formas de classificar esses os sites de redes sociais: os propriamente ditos, ou seja, aqueles que possuem como foco tornar públicas as redes sociais dos atores (como o Orkut) e os apropriados, isto é, os que não foram criados como a intenção de tornar públicas essas redes, mas acabam sendo apropriados pelos atores com esse fim (o fotolog, por exemplo).



Interação, capital social e tipologia de redes sociais

Para entender como se dá a difusão de informação através dos sites de redes sociais é preciso compreender alguns conceitos. O primeiro deles é o de interação social. Recuero afirma que “a interação social é constituída pelas trocas comunicativas entre os interagentes” (2007, p.5).

Watzlawick, Beavin e Jackson (2000) citados por Recuero (2007), afirmam que a interação social é “uma série de mensagens trocadas entre pessoas” podendo ser face a face ou mediada tecnologicamente. Assim, as trocas que são realizadas através da internet (um *tweet* em resposta a outro ou um recado numa página no Orkut) podem ser consideradas uma espécie de interação social. Através da interação social formam-se os laços sociais que conectam os atores das redes sociais.

Granovetter (1973) e (Wellman, 1997) citados por Recuero (2007b) classificam os laços sociais como fortes e fracos. Os laços fortes seriam marcados pelo grande investimento de tempo, pela criação de intimidade, de confiança, e de reciprocidade. Os laços fracos, ao contrário, possuem menor quantidade desses elementos, distinguindo-se dos anteriores por apresentarem relações menos profundas, não traduzindo proximidade ou intimidade, e apenas relações esparsas, com muitas trocas sociais.

Segundo Recuero (2007) O capital social é algo que emerge das relações sociais, coligado aos valores que surgem junto ao grupo e que são passíveis de apropriação tanto pelo coletivo quanto pelo individual.

Zago e Batista (2008) expõem a tipologia proposta por Bertolini e Bravo (2004) sobre as dimensões do capital social, que são diferentes conforme as interações sociais se desenvolvem. De acordo com Bertolini e Bravo (2004), o capital social se divide em dois níveis: o de primeiro nível - o das relações individuais - e o de segundo nível - o das relações coletivas. Esses níveis ainda são fragmentados em dimensões bem diferentes de capital social: a) relacional (o das relações que se estabelecem entre os indivíduos); b) cognitivo (o da transmissão e aquisição de conhecimento); c) normativo (regras de funcionamento do grupo social); d) confiança no ambiente social (nível de confiança atribuído ao ambiente social); e) institucional (relação com a instituição que está vinculada ao grupo).

Diferenciados os tipos de laços sociais e os tipos de capital social, é possível também diferenciar os tipos de redes sociais. Segundo Recuero (2007b) “Redes sociais na Internet podem ser constituídas de duas maneiras: através da interação social mútua e a interação social reativa” (p.7). A interação social mútua forma redes onde os laços



são constituídos por pertencimento relacional, ou seja, pelo “sentir-se parte” através das trocas comunicacionais. São redes de laços fortes e que tem a presença de capital social de primeiro e segundo níveis, requerem tempo e investimento dos atores. Em geral são redes mais densas, fechadas e são mantidas pelo interesse dos atores em conseguir apoio e confiança. A interação social reativa se dá de maneira diferente:

“a interação social reativa forma laços constituídos de pertencimento voltado à associação com a rede social. Esta interação implica em um processo com pouco custo para o ator, onde basta associar-se e todos os valores da rede tornam-se imediatamente acessíveis. Essa associação, no entanto, é motivada por um processo de identificação entre usuário e grupo. Essa identificação é associada a uma construção de identidade como principal motivação para aderir a determinados grupos.” (RECUERO, 2007b, p.8)

Esse tipo de rede possui mais atores do que laços e estes por consequência são fracos. São redes centradas na produção de identidade, logo, o capital social gerado nelas é cognitivo.

Essas diferenciações são importantes para que se entenda que as redes sociais não são iguais e que, portanto, a difusão de informação através delas é diferente.

A difusão das informações nas redes sociais na Internet.

É fato que os sites de redes sociais modificaram e muito a forma como se difunde a informação. Esses sites criaram novos canais e novos tipos de informações circulando dentro das redes sociais. O processo de distribuição da informação, segundo Souza (2009) “era um processo verticalizado, de cima para baixo, dos sujeitos autorizados para o público consumidor, hoje é um processo horizontalizado e distribuído” (p.6). Ele ainda afirma que vivemos numa era em que as pessoas comuns podem levar informações às massas como nunca antes e que os conglomerados de mídia não são capazes de noticiar com tanta rapidez e precisão como os que estão presentes na cena.

Os tipos de redes sociais influenciam bastante no processo da distribuição das informações pela Internet. Redes centradas na interação mútua possuem capital social relacional. Assim os atores tendem a reproduzir somente aquilo que é solicitado por outros atores dessa mesma rede. Recuero (2007b) cita o exemplo das ‘maldições’ que circularam no fotolog⁴ cujo objetivo era expor informações pessoais dos atores e assim ampliar o grau de intimidade entre eles. Já redes centradas na identificação, por outro lado, são redes com muitos atores e pouca reciprocidade. As conexões nessas redes quase não custam para os atores (seguir uma pessoa no Twitter não necessariamente envolve reciprocidade, uma vez que um ator pode seguir outro e não ser seguido de

⁴ Popular site de publicação de fotos e textos <http://fotolog.com.br>



volta) e mesmo assim estes podem usufruir das informações divulgadas nas redes. Os laços em redes com essa estrutura, em geral, são fracos, e isso auxilia no transporte da informação.

Os sites de redes sociais atuando no cotidiano do amazonense.

Sites de redes sociais como o Twitter e o Orkut, como já dito anteriormente, são utilizados por muitos usuários e organizações como forma de distribuir informação através da internet. Prova disso são os perfis de vários portais de notícias e organizações no Twitter e em outros sites de redes sociais.

No Estado do Amazonas isso não se manifesta de forma diferente. Ao realizar uma simples busca em sites como o Twitter e o Orkut, observa-se a presença de muitos usuários amazonenses além de vários jornais locais (impressos e televisionados) e até mesmo o Governo do Estado.

É possível notar características dos dois tipos de redes sociais nas relações dos usuários do Twitter no Amazonas. Há grande circulação de informações pessoais e por consequência a geração de capital social relacional, mas nota-se também características de redes centradas na identificação, pois se um ator segue outro é porque se identifica com o que ele twitta (porém, adiante pode haver um aprofundamento dessa relação e assim haver interação social mútua).

Recentemente, alguns perfis em sites de redes sociais têm tomado caráter de utilidade pública. É possível citar dois exemplos disso: um é o perfil @transitomanaus⁵ no Twitter, criado com a intenção de servir como meio de obter informação ágil sobre as condições do tráfego na cidade de Manaus. Gerenciado por cinco pessoas, o perfil já possui mais de três mil seguidores⁶, que não só recebem atualizações sobre o trânsito, mas também contribuem com o conteúdo veiculado. Atualmente o perfil do @transitomanaus entrou em parceria com um grande portal de notícias da região ampliando, assim a quantidade de pessoas atingidas pelo serviço.

⁵ <http://twitter.com/transitomanaus>

⁶ Acesso em: 18/02/2010



Outra conta no Twitter que também possui a característica de utilidade pública é o @postosmanaus⁷. Trata-se de um perfil que é atualizado com informações dos seguidores, que já somam mais de 600⁸, sobre os preços dos combustíveis nas diversas redes de postos da cidade, com a intenção de fazer com que os seguidores economizem na hora de abastecer.

Além dos exemplos supracitados, os usuários do Twitter em Manaus organizaram nas últimas semanas de 2009 um movimento denominado “Manaus de Olho”, uma iniciativa “criada com o único objetivo de mostrar à população amazonense o outro lado das questões sociais, culturais e, sobretudo, políticas da capital amazonense.”⁹

O primeiro ato do movimento foi divulgar, através da própria rede de microblog, os nomes dos vereadores que votaram o projeto que instituiu a criação da Taxa de Resíduos Sólidos Domiciliares (TRSD), que ficou conhecida como Taxa do Lixo. Por meio dos *tweets* mais de cem usuários concordaram em cooperar financeiramente para veicular dois *outdoors* com as fotos dos vereadores que votaram a favor da taxa. O projeto dos *outdoors* acabou não se concretizando, mas o movimento ganhou as ruas em fevereiro de 2010, quando cerca de 50 pessoas (muitos deles usuários do Twitter) iniciaram a distribuição de cerca de 50 mil panfletos com as fotos dos vereadores que votaram em prol da TRSD.

Estes cidadãos usuários do Twitter em Manaus engrossam a massa de um movimento que cresce na internet a cada dia, o ciberativismo. Basicamente, os grupos ciberativos utilizam a internet para difundir informações e reivindicações com o objetivo de conseguir apoio e mobilização para uma determinada causa e ainda organizar e mobilizar pessoas para protestos online e offline. (RIGITANO, 2003, p.3). Esses objetivos coincidem com a ação organizada pelos *twitteiros*¹⁰ manauaras.

Atos como esses mostram que os sites de redes sociais não são apenas ferramentas de entretenimento. O modo como se dá a difusão de informações de interesse público nessas redes sociais na internet se mostra capaz de extrapolar o meio digital afetar diretamente o cotidiano das pessoas usuárias desses serviços. Através desse tipo de

⁷ <http://twitter.com/postosmanaus>

⁸ Acesso em: 18/02/2010

⁹ <http://www.manausdeolho.org/#apresentacao>

¹⁰ Expressão utilizada para referir-se aos usuários do Twitter.



mobilização é possível notar o poder de influência que uma ferramenta como o Twitter pode alcançar, visto que possivelmente informações como a aprovação da TRSD não chegariam de maneira tão direta aos quase 50 mil cidadãos que receberam os panfletos sobre a taxa.

O tipo de capital social encontrado nos exemplos supracitados é claramente cognitivo, visto que nesses casos não há interesse em aprofundar os laços e sim propagar informações pela rede. Esta por sua vez é baseada na identificação, já que os usuários só repassam as informações sobre o trânsito, o preço da gasolina ou os atos de seus representantes, pois se identificam com a proposta dessas manifestações e entendem ser pertinente passá-las adiante.

Considerações finais

O presente trabalho procurou mostrar como ações que ocorrem nas redes sociais na internet no Estado do Amazonas exercem, de alguma maneira, influência fora do espaço on-line através da divulgação de informações entre os atores dessas redes. Como exemplo disso, foram citados perfis no site de microblog que levam informações aos usuários sobre o trânsito e o preço da gasolina em Manaus e também um movimento gerado na rede contra a aprovação de uma determinada taxa pela Câmara Municipal. Para demonstrar que tipos de redes sociais se encontram na twittersfera amazonense foram citados conceitos importantes como os de rede social (e suas tipologias) bem como o conceito e as diferenciações do capital social, fatores essenciais para entender a dinâmica da distribuição de informações nas redes sociais na Internet.

Referências:

FRANCO, R. Twitter não é para qualquer um. 2010. Disponível em: <http://nascronicas.blogspot.com/2010/02/twitter-nao-e-para-qualquer-um.html>. Acesso em: 02/02/2010

SOUZA, S. As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes: sob os olhos da Coruja de Minerva. 2009. Disponível em: <http://sergiofreire.com.br/academicos/redessociais140bytes.pdf>. Acesso em: 09/11/2009



RECUERO, R. Twitter: Relevante ou não em 2010?. 2010. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/twitter_relevante_ou_nao_em_2010.html. Acesso em: 08/04/2010

_____. Crescimento do Twitter é reduzido. E sua influência?. 2010. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/crescimento_do_twitter_e_reduzido_e_sua_influencia.html. Acesso em: 08/04/2010

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. Redes Sociais na Internet e Difusão de informações. 2009. Disponível em: http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_na_internet_e_difusao_de_informacoes.html. Acesso em: 18/02/2010.

_____. **O Digital Trash como Mainstream: Considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na Internet**. In: Vinícius Andrade Pereira. (Org.). Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

_____. **Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet**. In: Intercom Sul, 2007[b], Passo Fundo. Anais do VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2007.

RIGITANO, M.E.C. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>. Acesso em: 08/04/2010

ZAGO, G.; BATISTA, J. **Manifestações Coletivas no Ciberespaço: Cooperação, Capital Social e Redes Sociais**. II Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, São Paulo, 2008.