

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

Gabriela de Moura Rosa

COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA:
A VOZ DO POVO NA PÁGINA DO *FACEBOOK* DA
RÁDIO UIRAPURU

Passo Fundo

2018

Gabriela de Moura Rosa

COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA:
A VOZ DO POVO NA PÁGINA DO *FACEBOOK* DA
RÁDIO UIRAPURU

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a Orientação do Ms. Mateus Mecca Rodighero.

Passo Fundo

2018

Não seria possível chegar ao final da caminhada acadêmica sozinha e levar todo o mérito. Por isso, agradeço primeiramente à Deus pela graça de poder disfrutar de uma boa saúde e aprender cada vez mais. Aos meus pais, Celço e Vanilda pelo apoio e incentivo em nunca desistir de nada perante às dificuldades. Agradeço imensamente às professoras Bibiana de Paula Friderichs e Maria Joana Chaise, pelos conselhos, dicas e principalmente atenção, antes mesmo desta pesquisa se tornar real. Ao meu orientador, Mateus Mecca Rodighero, pela paciência, pelas palavras de motivação, ensinamentos e também por acreditar desde o início no resultado deste trabalho. Meus agradecimentos também à equipe de jornalismo da Rádio Uirapuru pela gentileza em fornecer as informações necessárias para a realização desta pesquisa. Não seria justo achar que esta conquista é apenas minha, todos vocês tem participação neste resultado.
Muito Obrigada!

RESUMO

A era digital revolucionou as formas de comunicação da sociedade moderna e consequentemente as ferramentas de trabalho do jornalista. Uma simples matéria publicada na rede hoje, em instantes pode ser facilmente visualizada e compartilhada por qualquer pessoa no mundo. Diante disso, buscou-se analisar o comportamento da audiência na rede social (*Facebook*) de um veículo de comunicação local (Rádio Uirapuru de Passo Fundo- RS). Como método de pesquisa, foi utilizada inicialmente a revisão bibliográfica, para entender como acontece a interação do público na *fanpage* do *Facebook* do mencionado veículo de comunicação. Posteriormente, o método decorreu entorno de uma análise descritiva analítica, com a observação de três postagens da rede social, levando em conta o número de reações e engajamento do público, observando também o teor de alguns comentários.

Palavras-chave: Audiência; Comportamento; Redes Sociais; *Facebook*.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Comentários da publicação da editoria trânsito.....	38
Tabela 2. Comentários da publicação da editoria política.....	41
Tabela 3. Comentários da publicação da editoria cidade.	47
Tabela 4. Resumo dos comentários não relevantes das publicações analisadas.	48

LISTA DE FIGURAS

Figura 01.Em destaque a ferramenta curtir do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.	25
Figura 2. Em destaque a ferramenta das reações do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.	25
Figura 03.Em destaque a ferramenta comentar do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.	26
Figura 04. Exemplo do recurso taguear nos comentários do Facebook. Fonte: Facebook, 2018.	26
Figura 05.Em destaque a ferramenta compartilhar do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.	27
Figura 06. Destaque para o número 01 com a ilustração da manchete, número 02 para o link instigando o internauta a acessar outro site paralelo ao Facebook e número 03 para a foto que complementa a notícia. Fonte: Facebook, 2018.	28
Figura 07. Postagem do dia 28 de fevereiro de 2018, as 10h48. Fonte: Facebook, 2018.	37
Figura 08. Reprodução de comentário não relevante. Fonte: Facebook, 2018.	38
Figura 09. Exemplo de comentário relevante na editoria trânsito. Fonte: Facebook, 2018.	38
Figura 10. Reprodução do comentário do comentário de usuários seguidores da fanpage da Rádio Uirapuru na publicação Colisão Traseira é registrada no centro. Fonte: Facebook, 2018.	39
Figura 11. Resposta do internauta para o comentário de outro usuário. Fonte: Facebook, 2018.	39
Figura 12. Em destaque o recurso da resposta nos comentários.	40
Figura 13. Publicação do dia 23 de março de 2018 às 17h11. Fonte: Facebook, 2018.	41
Figura 14. Reprodução de um comentário não relevante com uso de meme. Fonte: Facebook, 2018.	42
Figura 15. Reprodução de um comentário não relevante com abordagem de uma questão pessoal. Fonte: Facebook, 2018.	43
Figura 16. Reprodução do único comentário relacionado ao tema da publicação. Fonte: Facebook, 2018.	43
Figura 17. Reprodução de um comentário com discurso de ódio. Fonte: Facebook, 2018.	43
Figura 18. Reprodução de um comentário com discurso político. Fonte: Facebook, 2018.	44
Figura 19. Prática do taguear nos comentários da publicação sobre a Caravana do Lula. Fonte: Facebook, 2018.	44
Figura 20. Demonstração de uma "janela de discussão". Fonte: Facebook, 2018.	45
Figura 21. Publicação do dia 02 de maio de 2018 as 17h30. Fonte: Facebook, 2018.	46
Figura 22. Reprodução dos comentários negativos à publicação sobre o teleagendamento. Fonte: Facebook, 2018.	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
1 A INTERNET E A SOCIEDADE EM REDE.....	11
1.1 Como tudo começou: o surgimento da internet.....	12
1.2 A comunicação digital e a virtualização da sociedade.....	15
2 REDES SOCIAIS NA INTERNET.....	19
2.1 Definição de rede social.....	20
2.1.1 O <i>Facebook</i>	22
2.2 Interação nas redes sociais.....	24
3 O COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA NA ERA DIGITAL.....	29
3.1 Definições de comportamento por Skinner.....	30
3.2 Comportamento dos indivíduos em grupos.....	31
4 METODOLOGIA APLICADA.....	35
4.1 Análise de interação da audiência na página do <i>facebook</i> da Rádio Uirapuru a partir de três postagens.....	36
4.1.1 Colisão traseira é registrada no centro.....	36
4.1.2 Lula não estará em Passo Fundo.....	40
4.1.3 Prefeitura amplia rede de teleagendamento.....	45
4.2 Resumo da análise.....	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	53
ANEXOS.....	56

INTRODUÇÃO

Com quase 3,2 bilhões de pessoas no mundo acessando todos os dias a internet (conforme o último balanço feito pela ONU -Organização das Nações Unidas em maio de 2015), a estruturação e conseqüentemente, o comportamento da sociedade mudou. A era digital e tecnológica trouxe novas perspectivas de mundo com o passar dos anos, especialmente nas formas de comunicação dos sujeitos. Sob esse ponto de vista, o papel do jornalista é fundamental, ele atua como mediador das informações que circulam sem limites pela rede. A facilidade de acesso que a internet possibilitou, inverteu os papéis, e agora, o público também se transformou no emissor¹ da mensagem e não mais somente o jornalista.

Essa fácil interação se intensificou com a massificação das redes sociais, especialmente o *Facebook*, onde as pessoas o veem como um espaço livre para fazer seus comentários, mas muitas vezes, sem o devido conhecimento sobre os assuntos publicados.

A partir dessa circunstância, para não perder espaço para a internet, os veículos de comunicação tiveram que aderir a este sistema totalmente novo e digital e incorporar junto com o trabalho normal do dia-a-dia, a inserção dos conteúdos produzidos na rede, incitando inclusive a participação do público². “É comum observarmos dentro dos grandes portais de internet, tópicos como “Vc Repórter”, que tentam estimular a participação do internauta com o envio de vídeos e fotos” (STEGANHA, 2010 p. 18). Tal estratégia vindo sendo usada cada vez mais para “atrair a audiência” e garantir que as notícias que o jornalismo produz estejam chegando também ao público que está inserido no mundo digital.

Diante desse contexto, o presente trabalho parte do seguinte objetivo geral: analisar o comportamento da audiência na rede social de um veículo de comunicação local (Rádio Uirapuru de Passo Fundo- RS). Tendo como base alguns objetivos específicos, como: conhecer o perfil do público que interage na página da rede social da emissora. Observar a reação dos internautas com as notícias publicadas a partir das

¹ Conforme a teoria da hipótese hipodérmica de Laswell o processo de comunicação na era das massas era assimétrico, ou seja, a mídia era um emissor ativo, produzindo conteúdos repassados ao público que era apenas um receptor passivo das informações, “isolados de qualquer contexto social ou cultural” (WOLF 2001 apud SOUZA et al. 2014, p. 37).

² Ver anexo 01 (reprodução do “Ouvinte Repórter” da *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru).

ferramentas de interação; analisar o comportamento da audiência tendo como base a teoria de B.F. Skinner com a Ciência e Comportamento Humano. Assim como, refletir sobre como está acontecendo à interação do público com a teoria da autora Raquel Recuero e as Redes Sociais na internet, além de outros autores referência no assunto.

Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica como método de pesquisa, buscando conceitos sobre redes sociais e a contextualização do assunto com a mudança do comportamento humano. Para chegar as teorias descritas no estudo, foi utilizado a pesquisa de publicações em livros e artigos científicos. Posteriormente, foi feita uma análise descritiva analítica a partir de três publicações com imagens da página oficial do *Facebook* da Rádio Uirapuru para entender como está acontecendo a interação da audiência nesse meio de comunicação.

A justificativa do estudo é apresentada através do aprofundamento de parte do conteúdo acadêmico visto durante a graduação a partir da descrição do estado da arte na comunicação inserida em uma sociedade tecnológica. A pesquisa possui um papel social relevante a medida que visa entender como funciona o comportamento do público em uma ferramenta de comunicação digital. Tendo em vista a emergência das redes sociais no cotidiano, é de suma importância que profissionais da área de comunicação entendam como funciona esse universo. Compreender desde aspectos conceituais até fatos ligados as modificações das relações sociais a partir do advento das redes digitais.

A partir desta perspectiva, a presente pesquisa pretende responder e partir da seguinte problemática: como o público interage com as notícias na *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru?

A partir deste questionamento, o estudo traz uma revisão bibliográfica com a explicação de alguns conceitos fundamentais para a compreensão do objeto da pesquisa. O desenrolar da investigação acontece através de quatro capítulos. O primeiro deles, resgata de forma breve o surgimento e o contexto em que a internet está inserida na sociedade, assim como algumas considerações importantes para o entendimento do assunto.

O segundo capítulo introduz a rede social na internet, trazendo desde aspectos técnicos desta ferramenta, até questões ligadas a mudança de hábito dos usuários. Posterior a isso, a terceira parte do trabalho, contempla de forma um pouco mais ampla, o comportamento humano com fundamentação na ciência para explicar as ações dos indivíduos que interagem uns com os outros nas redes sociais, mais especificamente no *Facebook*.

Por fim, o quarto e último capítulo traz uma análise descritiva analítica com foco em três postagens *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru de diferentes editorias: trânsito (acidente ocorrido no centro), política (caravana do ex-presidente Lula), e cidade (Prefeitura amplia rede de teleagendamento) publicadas em dias distintos. Através da reprodução de *print screen* das publicações no *Facebook* da emissora, será observado as reações do público com números de engajamentos e o teor de alguns comentários. Posteriormente, os resultados serão comparados ao que dizem as teorias de Raquel Recuero, Alex Primo e B.F. Skinner.

1 A INTERNET E A SOCIEDADE EM REDE

O advento da internet no mundo trouxe uma nova perspectiva para a vivência em sociedade. Novas formas de perceber a realidade e tratar desde questões simples do dia a dia, até fatos mais complexos, se transformaram em todo o mundo. Para Santaella (2008, p.18) a revolução tecnológica atinge a todos, instaurando uma “nova ordem econômica, social e cultural”. Diante desse cenário, os impactos na sociedade são notórios, com novas formas de trabalho e modalidades profissionais.

Nas últimas décadas, tem havido uma constatação constante de que estamos atravessando um período de mudanças particularmente rápidas e intensas. [...] A única certeza para o futuro é que ele será bem diferente do que é hoje e assim será de maneira muito mais rápida do que nunca. A razão disso tudo, quase todos afirmam, está na revolução tecnológica, uma ideia que se tornou rotineira e lugar comum, nestes tempos de tencnocultura (ROBINS E WEBSTER, 1999:1 apud SANTAELLA, 2008, p.17).

As constantes mudanças originaram também, novas possibilidades de entretenimento e lazer as pessoas, tornando as novas experiências muito mais acessíveis e rápidas. Tamanha facilidade, ofereceu aos indivíduos a oportunidade de armazenar e acessar informações de maneira instantânea em qualquer lugar. “O mundo está se tornando uma gigantesca rede de troca de informações. Por volta de 1988 um único cabo de fibra ótica podia transportar três mil mensagens eletrônicas de cada vez. Por volta de 1991, 80 mil; em 2000 três milhões” (SANTAELLA 2008, p.18).

A capacidade de gerar informações na era tecnológica é tão simples que a sociedade se tornou dependente disso. De acordo com Hayles (1996 apud SANTAELLA 2008 p.19), “informação é palavra de ordem, circulando como moeda corrente”. Porém a diferença entre uma simples informação e um bem durável, segundo o autor, está na replicabilidade. Segundo ele, a maior “posse” nesse caso, está na quantidade de acessos. E é justamente esse fator que coloca a sociedade no auge da era digital, na propagação da tecnologia a milhões de usuários.

Levando em consideração essa conjuntura, nesse primeiro capítulo, busca-se resgatar de forma breve um pouco do contexto histórico do surgimento da internet. Entender como tudo começou, elucidando os novos conceitos que surgiram na sociedade a partir da sua evolução e como isso mudou as relações sociais e o comportamento dos indivíduos com a cultura digital.

1.1 Como tudo começou: o surgimento da internet

A praticidade da internet que se conhece hoje, capaz de trazer inúmeras facilidades para a vida das pessoas, desde fazer compras, pagar boletos, movimentar dinheiro, e até aproximar as relações pessoais, começou por volta de 1960.

Inicialmente a internet foi projetada para ser usada como instrumento de comunicação militar, com objetivo de suportar um possível conflito mundial em meio a Guerra Fria nos Estados Unidos. Na época, programadores e engenheiros desenvolveram um sistema de troca de mensagens que eram transmitidas de forma rápida e sem a presença de erros. Com essa mesma ideia, em 1969, um centro de pesquisa em Stanford colocou em funcionamento a *Advanced Research Projects Agency Network*- a ARPAnet interligando computadores para tratar de questões militares (MONTEIRO, 2001, p.27).

De acordo com Monteiro, (2001 p.28), outro grande fenômeno ocorrido no desenvolvimento da internet, aconteceu no início dos anos 1980, quando a ARPAnet teve a possibilidade aumentar o seu domínio, conectando outras redes diferentes. Mais tarde, em 1990, desta vez, fora dos Estados Unidos, nascia a rede mundial de computadores, interconectando universidades, assim como, centros de pesquisa em vários locais do mundo. Nesse primeiro momento, a internet era usada principalmente para fins acadêmicos.

Ainda segundo o autor, no Brasil, a estrutura para abrigar as instalações das empresas privadas responsáveis por trazer internet à população, chegou em meados de 1995. A partir de então, o número de usuários só cresceu, atualmente segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), são mais de 116 milhões de brasileiros conectados, quase 65% da população.

A internet que usamos hoje evoluiu muito e foi aperfeiçoada desde que foi criada. A troca de conteúdos multimídia, com envio de textos, imagens, sons ou vídeos, foi sendo introduzida conforme exigiam as novas demandas por meio da

[...] WWW ou *world wide web* (que quer dizer algo como “teia de alcance mundial”, em inglês) [...] é um espaço que permite a troca de informações multimídia (texto, som, gráficos e vídeo) através da estrutura da internet. É uma das formas de utilização da Rede, assim como o e-mail (correio eletrônico), o FTP (*File Transfer Protocol*) ou outros menos conhecidos atualmente (MONTEIRO, 2001, p.29).

Santaella (2013 p.40 apud LAFUENTE 2011 p.84) revela que existem fases da idade digital:

- era do microcomputador;
- era do WWW;
- era da *Web* semântica.

Dentro da primeira, encontra-se o *desktop* que vai de 1980 a 1990, com seus sistemas de arquivo, *e-mail*, servidores, bancos de dados. Essa era inclui, de 1990 a 2000, a *web* 1.0 e seus suplementos: http, html, trabalhos em equipe, intranets, java, portais. Então de 2000 a 2010, atravessamos a era do WWW, com a *web* 2.0, as redes sociais, os *blogues* e *wikis*, XML/J2EE. Na aproximação da terceira era, a da *web* semântica de 2010 a 2020, já começa a aparecer a computação na nuvem, a *web* com banco de dados e os agentes pessoais inteligentes [...] (SANTAELLA, 2013, p. 40).

A disseminação mundial da internet e conseqüentemente dos computadores, deu origem a um novo conceito: o ciberespaço. Pierre Lévy (2010, p.94) defende que esse termo é um dos principais existentes para a sustentação das redes digitais, por integrar “todos os tipos de dispositivos para criação de informação, gravação, comunicação e de simulação”.

Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos, na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização [...] resumindo, é o virtual da informação, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço (LÉVY, 2010, p. 95).

O ciberespaço não é um espaço físico, ao contrário, é intangível, possibilitando que haja a troca de informações no mundo cibernético. O termo pode ser entendido como uma conexão, troca de dados e a velocidade em que esse fluxo acontece trouxe outros comportamentos na sociedade, e a partir dele originou-se um novo modelo de sociabilidade: a cibercultura.

A expressão, segundo André Lemos (2002 p.18), pode ser considerada como uma “convergência entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias de base micro-eletrônica”. Para Lemos, cibercultura é a união de informação, elementos presentes no mundo físico, como a engenharia elétrica e mecânica, com a cultura, ou seja, é uma simbiose homens e máquinas.

A cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.) vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social que chamaremos de cibercultura. Hoje

podemos dizer que uma verdadeira estética do social cresce sob nossos olhos, alimentada pelas tecnologias do ciberespaço (LEMOS, 2002, p.17-18).

A palavra “ciber”, apareceu várias vezes até aqui, e ela está em todos os setores da sociedade pós-moderna, denominando desde termos bancários até o acesso à internet propriamente dito. Em síntese ela está estreitamente ligada a “dimensão das tecnologias microeletrônicas (digitais), vai manter relações complexas com os conteúdos da vida social” (LEMOS, 2002, p. 20).

Essa relação com a vida social que Lemos apresenta, desencadeou uma cultura da tecnologia contemporânea, que se difunde sobre a natureza modificada em “*bits e bytes*” sobrepondo o real ao virtual. O fato da tecnologia aproximar o prazer estético ao compartilhamento social, é um dos principais aspectos da cibercultura (LEMOS, 2002, p.19).

A medida que esse compartilhamento social estabelecido por Lemos foi se introduzindo no dia a dia das pessoas, novos hábitos surgiram na relação entre homens e máquinas, é o que Santaella (2013, p.232-233), vai chamar de “cultura das mídias”.

Com a introdução dos microcomputadores pessoais e portáteis, que nos anos 80 já estavam penetrando no mercado doméstico, os leitores e espectadores começaram a se transformar também em usuários. Isso significa que mudou a relação receptiva de sentido único, próprio das mídias [...] para o **modo interativo** e bidirecional que é exigido pelos computadores. As telas dos computadores estabelecem uma interface entre a eletricidade biológica e tecnológica, **entre o utilizador e as redes** (SANTAELLA, 2013, p.232) [grifos meus].

A autora chama atenção para a autonomia que os usuários da rede adquiriram, aprendendo a ter mais liberdade de escolha ao poder eleger o seu próprio conteúdo de interesse. Segundo ela, é nesse momento que surge a “cultura da velocidade, que veio trazendo consigo a necessidade de simultaneamente acelerar e humanizar nossa interação com as máquinas” (SANTAELLA, 2013, p.233).

A possibilidade de interação com a máquina nas redes digitais, ainda conforme a autora, estreita os laços com a cibercultura que promove todos esses acontecimentos e quando ligado às redes, permite a entrada em um novo mundo.

A oportunidade de interligar computadores através da rede, propicia que os indivíduos troquem todo e qualquer tipo de mensagem, em grandes ou pequenos grupos em toda a parte do planeta. Paralelo a essa conexão, mesmo a milhões de quilômetros de

distância, os usuários da rede digital podem construir o seu “*próprio mundo virtual*”, conceito que veremos a seguir no próximo tópico deste capítulo.

1.2 A comunicação digital e a virtualização da sociedade

Falar sobre virtualização em uma sociedade emergente de cibercultura, vai muito além de tratar sobre o processo de informatização. O movimento envolve não só o indivíduo, como também o funcionamento do coletivo, levando em consideração desde aspectos econômicos até questões ligadas a inteligência humana.

Sob esse ponto de vista Lévy (1996, p.15) trata do significado da palavra virtual como algo ligado a realidade, a presença, tal e qual é muitas vezes empregado tradicionalmente. Porém, segundo ele, o real advém do termo “tenho”, já o virtual está ligado a expressão “terás”, ou seja, está ligada a uma ilusão.

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado à concretização efetiva ou formal. [...] o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes (LÉVY,1996, p.15).

A partir do virtual, surge outro movimento, capaz de transformar não só os processos de comunicação e informação na sociedade, mas também os indivíduos que nela vivem e suas respectivas relações pessoais. Trata-se da virtualização, que pode ser entendida como dinâmica entre o real e o virtual. “A virtualização não é uma desrealização, mas a mutação de identidade, um deslocamento do centro de gravidade ontológico” (LÉVY, 1996, p.17).

Nesse sentido, a virtualização coloca em evidência, uma abordagem extremamente presente na sociedade tecnológica, ou como expressa Lévy, “o virtual, com muita frequência, não está presente”. O autor explica que o indivíduo estando inserido no processo neste contexto, sendo participante ativo da comunicação digital, não está pertencendo a um lugar, um espaço, porém nada disso impede a sua existência e interação na virtualização.

A virtualização reinventa uma cultura nômade, não por uma volta ao paleolítico nem às antigas civilizações de pastores, mas fazendo surgir um meio de interações sociais onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia. Quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação

se virtualizam, eles se tornam “não-presentes”, se desterritorializam (LÉVY, 1996, p.21).

A desterritorialização que Pierre Lévy manifesta também faz parte da transição dos processos de comunicação analógicos para os digitais. O conceito pode ser entendido de maneira simples: são fatos que acontecem no mundo físico e se transformam em relatos. O homem em sua história, sempre fez relatos de suas experiências, quando inventou o telefone, rádio ou até mesmo a televisão, ele permitiu que isso fosse ampliado cada vez mais no tempo/ espaço. Desterritorialização é mais ou menos isso, é tudo aquilo que conseguimos fazer viajar no tempo e espaço. É como se pegássemos o mundo físico e jogássemos na rede, sem que apagássemos o mundo real.

Esse novo ambiente comunicacional podemos assim dizer, constituiu novas formas culturais de socialização no ciberespaço, como Santaella (2008 apud RHEINGOLD 1993, p.121) vai chamar de comunidades virtuais. Designado por ela como um “grupo de pessoas globalmente conectadas na base de interesses e afinidades, em lugar de conexões acidentais ou geográficas”.

A ideia de comunidade virtual pode ser dividida em quatro momentos diferentes, argumenta Santaella (2008 apud STONE 1991 p. 122):

- Quando Robert Boyle inventou um testemunho virtual, permitindo que cientistas pudessem conhecer o trabalho de seus pares;

- Fase onde o fonógrafo, telefone, rádio, televisão e o telégrafo, ganharam mais força, cujos equipamentos compartilhavam informações, criando vínculos na forma de comunidade, entre seus respectivos telespectadores ou os próprios ouvintes;

- Com o surgimento do computador, onde se cria uma das primeiras comunidades virtuais, tendo como base a tecnologia da informação;

- A fase do ciberespaço, onde o evento da realidade virtual, com a comunicação mediada pelo computador deu luz a emergência das comunidades virtuais.

Sendo esta última fase entendida como novas formas de agrupamento de pessoas, que agora podem trocar mensagens, informações e conteúdo de interesse, por intermédio de um computador interligado a rede, sem ter que se encontrar fisicamente. “São as novas e vibrantes aldeias de atividades dentro das culturas mais amplas do computador” (SANTAELLA, 2008 apud LAUREL 1990 p. 122).

Essa nova possibilidade de comunicação coloca em destaque uma nova tendência social em torno da criação de uma identidade do usuário da infinita gama de

comunidades virtuais que a sociedade em rede trouxe consigo. Nas palavras de Castells (2003 p.56) a coletividade informatizada é caracterizada principalmente pelo predomínio da identidade. Por meio dela, o “ator social” tem a possibilidade de incorporar o seu próprio significado, tomando por base um ou mais atributos de outras identidades expostas na rede, oferecendo a ele a criação de uma identidade partilhada.

Não só novas noções de identidade são criadas com a virtualização dos meios de comunicação, como também novas percepções de tempo surgem com a simultaneidade que rede oferece. No entendimento de Castells (2003 p.553), a rapidez com que acontece a troca mensagens na rede, contribui para a transformação na assimilação do tempo na atual sociedade.

A comunicação mediada por computadores possibilita o diálogo em tempo real, reunindo pessoas com o mesmo interesses em conversa interativa multilateral, por escrito. Respostas adiadas pelo tempo podem ser superadas com facilidade, pois as novas tecnologias de comunicação oferecem um sentido de instantaneidade que derruba as barreiras temporais, como ocorreu com o telefone, mas, agora com maior flexibilidade, permitindo que as partes envolvidas na comunicação deixem passar alguns segundos ou minutos, para trazer outra informação e expandir a esfera da comunicação sem a pressão do telefone, não- adaptando a longos silêncios (CASTELLS, 2003, p.553).

A mídia eletrônica possibilita que o usuário tenha acesso a informações de qualquer tipo de assunto ou tema ao passo do desejo de consumo deste indivíduo, estamos vivendo em um ciclo vicioso, cuja principal ordem é dada pelo próprio consumidor, no momento em que ele mesmo achar necessário.

Essa facilidade de acessar informações a qualquer momento em qualquer lugar, desencadeia outro fator importante, que deve ser levado em consideração dentro da cibercultura, que Marc Augé vai chamar de sobremodernidade, ou modernidade dos excessos.

Conforme a ideia do autor, a instantaneidade com que tudo acontece no ciberespaço amplia de forma drástica o consumo em excesso de: imagens, informações e também de individualismo.

O excesso de informação nós dá a sensação de que a história se acelera. Cada dia somos informados do que acontece nos quatro cantos do mundo. Naturalmente esta informação sempre é parcial e talvez tendenciosa: mas junto com a evidência de que um acontecimento longínquo pode nos trazer consequências, reforça-se cada dia o sentimento de estarmos dentro da história, ou mais exatamente, de tê-la por perto, para voltarmos a ser alcançados por ela durante o noticiário das oito ou durante as notícias da manhã (AUGÉ, 2006, p.104).

A velocidade do fluxo de informações que Marc Augé retrata para designar a modernidade dos excessos, marca a cultura do imediatismo na cibercultura. A comunicação agora se desenrola na “velocidade da luz”, e junto com ela um novo comportamento para o ser humano que está por detrás da máquina que transmite todos os seus sentimentos. Tantas mudanças no ciberespaço deram luz a um outro “sub mundo” na cibernética, possibilitando a interação ainda mais forte dos usuários da internet- as redes sociais, assunto para ser tratado mais a fundo, a seguir, no próximo capítulo.

2 REDES SOCIAIS NA INTERNET

Conforme Midões (2009, apud BRITTES, 2003, p. 07) pode-se considerar que as regras que predominam hoje, não são mais aquelas da sociedade de massas. A troca de opiniões através do computador e da rede, mudou todos os parâmetros, transformando a coletividade em uma sociedade da informação.

[...] está mudando profundamente as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social (com) o advento da Comunicação Mediada pelo Computador. Essa comunicação, mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador. Essas redes foram, assim, as protagonistas de fenômenos como a difusão das informações [...]. Essas redes conectam não apenas computadores, mas pessoas (RECUERO, 2009, p.16-17).

A internet em si, permitiu que o cidadão também fosse produtor da informação e não mais apenas consumidor. Além disso, possibilitou que as pessoas pudessem colocar essas informações em forma de discussão, com diferentes opiniões através da *web*, com ajuda de uma nova ferramenta: as redes sociais.

Os novos ambientes comunicacionais, expressão essa designada por Santaella, (2008, p.117), transformaram a forma como as pessoas se relacionam umas com as outras. A socialização acontece por meio das redes, que também se tornaram ponto de encontro, lugar de trabalho, centro de discussões e opiniões. Tudo é feito por meio da troca de mensagens digitadas, com ajuda de um computador, que agora além de texto escrito, envia também imagens e vídeos.

Recuero (2009, p.22) destaca que a chegada da internet foi sim o grande estopim para as diversas mudanças ocorridas na sociedade. Mas, o fenômeno mais expressivo foi a interação e a capacidade de socialização dos indivíduos através do computador. Essa nova alternativa de comunicação possibilitou que os indivíduos pudessem se comunicar pela rede deixando “rastros”, permitindo assim, reconhecer seus padrões de conexões. A partir dessas pistas, em meados da década de 90, surge uma nova perspectiva para entender o comportamento do sujeito na internet, através das redes sociais.

Tais mudanças vistas no comportamento humano, a partir da utilização das redes sociais como nova ferramenta de comunicação, nos incitam a tentar entender de forma mais profunda como tudo acontece nesse mundo virtual, desde aspectos técnicos até como funcionam as suas conexões, fatos estes, que veremos nos próximos tópicos deste capítulo.

2.1 Definição de Rede Social

Raquel Recuero (2009, p.24) explica que as pesquisas entorno das redes sociais, bem como, das suas interações como um tudo, acontecem a partir de 1990. A partir desta década, entender como funciona a rede social é uma forma de observar as ações de grupos sociais na internet. Mas afinal, o que é uma rede social?

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p.24).

A partir do entendimento de Recuero, o estudo das redes sociais na internet, tem como essência, verificar as respectivas estruturas sociais destas redes, como elas são e principalmente, quais são as ferramentas de interação, de engajamento com o público. Além destes fatores, é preciso ter atenção também com os elementos e os processos dinâmicos de troca de informações nesse meio e os impactos que esse fenômeno traz para as relações interpessoais.

Portanto, uma rede social pode ser entendida como um conjunto de dois elementos: os atores, sendo que estes podem ser pessoas, grupos ou até mesmo instituições. E por fim, as suas devidas conexões, que nada mais é do que as interações ou os laços sociais propriamente ditos.

O primeiro elemento elencado por Recuero para o funcionamento da rede social, são os atores, estes por sua vez, são representados pelos “nós”, ou simplesmente as pessoas inseridas na rede. Essas figuras são responsáveis por “moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais”. Conforme a ideia da autora, as expressões de personalidade feita pelos autores na internet, desencadeiam um aspecto importante nesse meio, a construção do eu, por meio de perfis virtuais (RECUERO,2009 p.26).

Sob esse ponto de vista, entende-se que há uma formação constante de identidade por parte dos atores no ciberespaço, visando a visibilidade. Diante disso, a percepção do outro é essencial para que a rede aconteça. Nesse sentido, Donath (1999 apud RECUERO 2009, p. 28) argumenta que na internet, devido à falta de informações

que “permeiam a comunicação face a face”, as pessoas que nela estão inseridas são avaliadas e notadas por suas próprias palavras ou expressões.

É preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada. Essas questões são importantes porque trazem a necessidade de que [...] de alguma forma, o indivíduo que se expressa através dele, de modo a proporcionar pistas para a interação social (Donath 1999 apud RECUERO 2009, p. 28).

A rede é comunicação pura e discurso a todo momento, especialmente porque existe construção pessoal, em cada página (podemos assim chamar) é repleta de questões muito pessoais de cada usuário. Por exemplo, é no perfil de uma rede social que expressamos, preferências, estilos, paixões e outros elementos de identificação.

Recuero (2009, p. 28) fala ainda que reconhecer um perfil em uma rede social é extremamente fácil. Através de um sistema com *login*³ e senha, imediatamente somos direcionados a um ator e seu respectivo perfil e conseqüentemente a sua interação. Dentro desse universo, muitos buscam fugir desta interação e escolhem pela formação de perfis *fakes*, ou falsos, para fugir da identificação por parte dos demais. Porém, apesar de conseguirem impedir o reconhecimento, ainda ficam evidentes nas redes as interações, assim como, as conexões existentes.

Conexões estas que podem ser notadas de várias formas. Em tese, ela pode ser concebida por intermédio dos laços sociais, visto que estes são estruturados pela interação entre os atores (RECUERO 2009 p. 30).

Os laços referidos pela autora podem ser compreendidos como uma combinação da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade e serviços recíprocos entre os atores da rede social.

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações – a estrutura da rede social – organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito (Wellman 2001, apud RECUERO, 2009, p.38).

Em síntese, podemos definir uma rede social como um “conjunto de pessoas, com algum padrão de contatos ou interações, entre as quais se estabelecem diversos tipos de

³ Termo inglês utilizado na informática, que significa ter acesso a uma conta de *e-mail*, computador, celular fornecido por um sistema informático. A junção de *log* (registro) e *in* (dentro), quer dizer “estar dentro”.

relações e, por meio delas, circulam diversos fluxos de informação”, de acordo com Ferreira, 2011 p. 214. Essas relações ao qual o autor se refere, são aquelas pelas quais os atores desencadeiam com seus pares, sendo estas de diferentes tipos: familiares, comerciais e de amizade.

Levando em consideração, estas noções de conceito e funcionamento de rede social, é preciso ter em mente que, sem conexão não existe rede social. O pilar dessa ferramenta é justamente o quesito principal da internet, a interconexão, a possibilidade de estabelecer um vínculo com os usuários, para tanto é necessário a presença da internet para que a comunicação pelas redes aconteça.

Justamente devido à internet que as redes evoluíram tanto nos últimos anos, acompanharam também o crescimento da sociedade virtual e necessidade de novidade por parte dos internautas. É imprescindível aqui citar as mais conhecidas e usadas hoje: *Facebook*, *YouTube*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat*, dentre outros, cada uma dessas com ferramentas diferentes e adequadas para os desejos dos indivíduos ávidos pela comunicação em rede.

Para a presente pesquisa, a atenção é dada em uma destas mencionadas em específico, o *Facebook*, alvo dessa investigação. Para tanto, a plataforma é assunto para o próximo tópico deste capítulo.

2.1.1 O *Facebook*

A história do *Facebook* tem início a partir de um *website* criado por Mark Zuckerberg em 2003 nos Estados Unidos. Na época, o então universitário de Harvard, teve a ideia de elaborar uma plataforma online para os acadêmicos, cujo foco era “votar na pessoa mais atraente, com base nas fotografias apresentadas de estudantes, provenientes da base de dados de identificação dos alunos daquela instituição”. A repercussão foi tão grande, que nas primeiras quatro horas, após o lançamento, a iniciativa contou mais de vinte mil visualizações nas fotografias (MOREIRA; CORREIA, 2010, p.169).

Após algum tempo de funcionamento, o *website* foi tirado do ar pelo Conselho de Administração de Harvard, acusando Zuckerberg de violação da privacidade dos usuários. Porém mais tarde, já em 2004, ele retorna, desta vez com outro *software*, mas como o mesmo objetivo, agora chamado de *Thefacebook*. Pouco tempo depois, a denominação ficou a que se conhece hoje, apenas *Facebook*. O termo, se for analisado a

partir de seu significado literal, ou seja, *face* que significa, em português, “cara”, junto com *book* que quer dizer “livro”, têm-se a tradução como “livro de caras”.

Rapidamente essa ferramenta se espalhou, saindo de Harvard, para outros centros universitários e conseqüentemente para quase todos os países do mundo. Conforme o último balanço da Agencia Reuters, a rede social atualmente tem cerca de 2,072 bilhões de usuários ativos.

Desde a sua criação em fevereiro de 2004 até aos dias de hoje, o *Facebook* transformou se num extraordinário caso de sucesso através do domínio massivo de milhões de interações sociais, diárias. Esta nova esfera de comportamentos sociais acarreta um fascínio inerente, mas também fornece aos cientistas sociais uma oportunidade, sem precedentes, de observação de comportamentos num cenário natural, de testar hipóteses num domínio totalmente novo e de recrutar com eficiência participantes de todas as partes do mundo e dos mais diversos perfis demográficos. Para melhor analisar e compreender esses comportamentos e as possibilidades de interação neste novo palco social, virtual, é relevante detalhar as funcionalidades mais importantes do *Facebook* (MOREIRA; CORREIA, 2014 p. 171).

A comunicação, assim como, o funcionamento do *Facebook*, pode ser dividido em diferentes partes, desde características informacionais até fatos ligados diretamente com a interação. A plataforma possui um mecanismo que possibilita a troca de mensagens, por meio de diálogos privados, como também a presença de um mural, permitindo que a comunicação tenha um caráter público se assim o internauta desejar. Depois disso, existe uma página inicial que mostra informações, fotos ou vídeos dos chamados de “amigos” do usuário da rede social. Sendo que, o próprio utilizador pode também publicar o que achar necessário, desde o que está sentindo, até uma foto ou algum texto sobre algo que goste.

O *Facebook* oferece também a possibilidade de interagir de forma fácil e rápida, com apenas um clique em um botão, o indivíduo tem a chance de dizer se gostou ou não de determinado assunto na rede social, como também deixar o seu comentário sobre o tema.

Além de todas essas probabilidades, o sujeito inserido nessa rede, encontra entretenimento em páginas de humor ou até jogos inseridos nesse meio. Há também a alternativa de comprar ou até vender itens através do *marketplace*⁴ ou por meio de grupos ou páginas de instituições (Moreira; Correia, 2014 apud REIS et.al 2010, p.173).

⁴ Local onde se faz comércio de bens e serviços. A palavra vem dos termos ingleses *Market* (mercado) e *place* (lugar) em um espaço virtual.

2.2 Interação nas Redes Sociais

O autor Pierre Lévy, em suas teorias sobre cibercultura, também retrata a questão da interação e como acontece esse mecanismo na comunicação, especialmente na era digital. “O termo “interatividade” em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transição de informação. De fato, seria trivial mostrar que um receptor de informação, a menos que esteja morto, nunca é remoto” (LÉVY, 2010, p.81).

Interação, nesse sentido, representa sempre um processo de comunicação entre dois, ou mais indivíduos estabelecendo uma relação entre ambas as partes.

[...] interagir não é algo que alguém faz sozinho, num vácuo. Comunicar não é sinônimo de transmitir. Aprender não é receber. Em sentido contrário, quer-se insistir que interação é um processo no qual o sujeito se engaja. Essa relação dinâmica desenvolvida entre os interagentes tem como característica transformadora a recursividade. E para que isso seja compreendido, é preciso observar o próprio conhecer como relação (PRIMO, 2003, p. 75).

O autor com essa colocação, evidencia o fato de que o fenômeno da interação, além de fomentar a troca de informações, permite ainda, a oportunidade de resposta, ou seja, quem está recebendo a mensagem, não fica passivo em determinada situação, ele também tem a capacidade de fornecer um outro ponto.

O engajamento referido por Alex Primo, está estreitamente ligado com a interação na rede social alvo desta pesquisa: o *Facebook*.

Algumas ferramentas presentes nessa plataforma, além de servirem como forma de interação, também são essenciais para o seu funcionamento. Dentre elas podemos citar:

-curtir: recurso utilizado para aprovar ou não conteúdos que aparecem na página inicial da rede social do usuário;



Figura 01. Em destaque a ferramenta curtir do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.

-botão das reações: dispositivo incorporado posteriormente no *Facebook*, ainda em 2016. Tal ferramenta possibilita que, agora, além do tradicional botão curtir, o usuário tem outras opções de expressar suas reações diante dos conteúdos que aparecem na rede. São elas: Amei, Haha, Uau, Triste e Grr. Ao passar o cursor do mouse sobre o botão curtir, o usuário tem mais opções para expressar o seu “gosto” sobre determinada publicação (KIRKPATRICK, 2011, apud GRITTI, 2016, p. 30-33). Figura 02.



Figura 2. Em destaque a ferramenta das reações do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.

-comentar: artifício que propõe ao usuário a deixar sua resposta, ou opinião em determinada publicação da rede social, se este assim achar necessário;

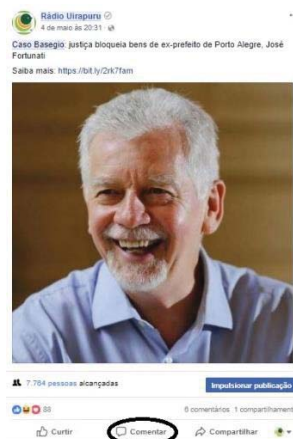


Figura 03. Em destaque a ferramenta comentar do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.

Nos comentários existe mais uma prática utilizada também como forma de interação, trata-se do chamado *taguear*, ou simplesmente marcar amigos. Conforme Recuero e Soares (2013, p. 249), esse recurso é uma forma de direcionamento da mensagens, onde o usuário que for “marcado” nos comentários de uma publicação, receberá uma notificação pelo próprio *Facebook*, para ver a postagem, na ocasião poderá da mesma forma interagir, curtindo aquele comentário, ou se preferir também se manifestar (Figura 4).



Figura 04. Exemplo do recurso *taguear* nos comentários do Facebook. Fonte: Facebook, 2018.

-compartilhar: método pelo qual o sujeito pode replicar um conteúdo que achou interessante no seu próprio perfil;

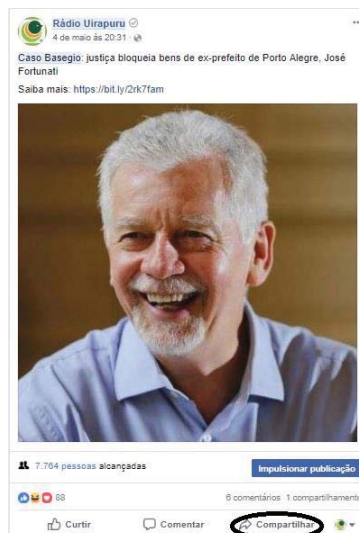


Figura 05. Em destaque a ferramenta compartilhar do Facebook e o local onde está situada. Fonte: Facebook, 2018.

As redes sociais como um todo, mas especialmente o *Facebook*, conforme a sua popularização, trouxeram um novo jeito de fazer jornalismo, em um formato totalmente digital.

De acordo com autores como Marcos Palácios e Elias Machado, as características trazidas pelo jornalismo digital são: convergência entre diferentes mídias, interatividade na notícia e com o leitor, hipertextualidade construída com o uso de *hiperlinks*, personalização do conteúdo conforme o público, armazenamento de informações e atualização contínua (STEGANHA, 2010, p. 30).

O *Facebook* incorporou não só as informações necessárias para compreensão da notícia, mas também fotos e em alguns casos, até vídeos para completar o entendimento do usuário a respeito dos fatos sobre um determinado acontecimento. Em muitas situações, é comum observar a utilização de *links*, instigando o internauta a clicar naquele local e ser direcionado a um site externo ao *Facebook*, a fim de poder fornecer mais informações sobre os fatos daquela determinada circunstância (figura 06).

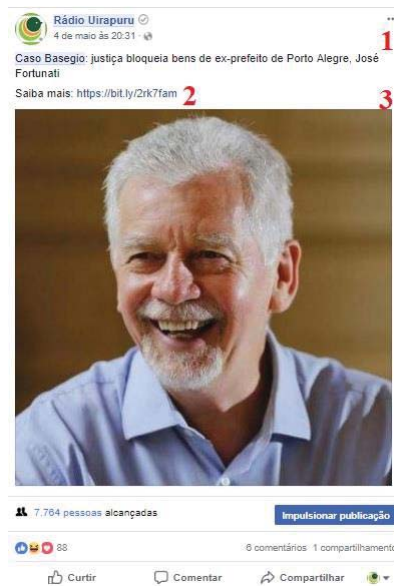


Figura 06. Destaque para o número 01 com a ilustração da manchete, número 02 para o link instigando o internauta a acessar outro site paralelo ao Facebook e número 03 para a foto que complementa a notícia. Fonte: Facebook, 2018.

3 O COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA NA ERA DIGITAL

Santaella (2013, p. 112), diz que a internet depois de se transformar em uma “internet das pessoas”, revolucionou também a evolução e a direção em que os usuários tomam com as redes digitais presentes nesse meio. Conforme a ideia da autora, plataformas como o *Facebook*, capazes de transmitir quase que em tempo real os desejos, gostos e até ações dos usuários, com a velocidade do compartilhamento, modificaram não só a comunicação, como também o comportamento da sociedade tecnológica.

O comportamento humano mudou com o mundo digital, com o Ciberespaço. Mandamos *e-mail* e não carta; somos consumidores participativos, ou seja, podemos propagar nossas opiniões em relação a um produto; usamos a internet para comprar, vender; nos relacionamos virtualmente; [...]. Portanto, com o mundo digital temos uma nova forma de viver... uma forma virtual (CUPOLILLO, 2016, p. 07 apud MARQUES 2017, p. 07).

Ainda de acordo com a tese de Santaella (2013, p. 112), devido a proporção que as redes sociais tomaram ultimamente, refletir sobre o que estamos fazendo com elas é importante, contudo, mais relevante ainda, é saber o que as redes sociais estão fazendo com nós mesmos. “O que estão fazendo com a nossa subjetividade e sociabilidade, com a nossa memória, com os nossos modos de receber a informação, de adquirir conhecimento, de perceber e representar o mundo.” A autora fala ainda da maneira como o fenômeno das redes sociais remodelaram aspectos fundamentais para o funcionamento da sociedade, “tornou-se difícil minimizar o papel que as redes digitais hoje desempenham na vida psíquica, social, cultural, política e econômica”.

A emergência da cultura digital e seus sistemas de comunicação mediados eletronicamente transformaram o modo como pensamos o sujeito, prometendo também alterar a forma de sociedade. Essa cultura promove o indivíduo como uma identidade instável, como um processo contínuo de formação de múltiplas identidades, instaurando formações sociais que não podem mais ser chamadas de modernas, mas pós-modernas. Para pensar essas novas formações sociais a cultura eletrônica privilegia teorias pós-estruturalistas [...] que enfatizam o papel da linguagem das tecnologias comunicacionais [...] (SANTAELLA, 2008 p. 127).

A autora traduz a mensagem de que o ser humano se constitui a partir de um significado proveniente da sua cultura. A partir dela, surge a uma forma de expressão, por meio da linguagem, essa por sua vez, originária de um comportamento, que na maioria das vezes se constrói a partir das ações do grande grupo onde o sujeito está

inserido. Buscando respostas para esse contexto, os próximos tópicos deste capítulo, vão tratar de questões ligadas ao fenômeno do comportamento humano com base nas explicações da ciência.

3.1 Definições sobre comportamento por Skinner

A palavra comportamento, no seu sentido literal, segundo o nosso próprio vocabulário, quer dizer “maneira de comportar-se, atitude, conduta ou procedimento”. Porém, comportamento é algo muito mais complexo na vida dos seres humanos, que diz respeito a aspectos da psicologia com as formas de como os indivíduos interagem em sociedade. “O comportamento é uma característica primordial dos seres vivos. Quase o identificamos com a vida propriamente dita. Qualquer coisa que se mova é tida como viva, especialmente quando o movimento tem direção ou age para alterar o ambiente” (SKINNER, 2003, p. 49).

O comportamento é uma matéria difícil, não porque seja inacessível, mas porque é extremamente complexo. Desde que é um processo, e não uma coisa, não pode ser facilmente imobilizado para observação. É mutável, fluido e evanescente, e, por esta razão, faz grandes exigências técnicas da engenhosidade e energia do cientista. Contudo, não há nada essencialmente insolúvel nos problemas que surgem deste fato (SKINNER, 2003, p. 16).

No geral, a partir do entendimento da teoria de B. F. Skinner (psicólogo norte-americano, especialista em fundamentos ligados ao comportamento humano), as atitudes do indivíduo podem ser conceituadas a partir do relato de um acontecimento qualquer. Um episódio ou evento que emite um comportamento diferente no ser humano, deve ser levado em conta, como um efeito, assim como, agentes externos. (DESCARTES apud SKINNER, 2003 p. 51).

O agente externo, nesse caso, também pode ser chamado de estímulo, a partir dele, todo o comportamento controlado por ele, é chamado pelo autor de resposta. Juntos, desencadeiam um reflexo, que, conforme a teoria de Skinner, “os distúrbios causados pelos estímulos, passam pelo sistema nervoso central e refletem outra vez para os músculos”. Isso quer dizer que as causas externas podem sim interferir no comportamento humano, ao contrário do que se pensa, de que as causas da conduta dos indivíduos tem apenas relação com aspectos genéticos ou da própria cultura do sujeito.

Logo reconheceram-se reflexos que incluem partes do cérebro, e agora, é de conhecimento comum que no organismo intacto diversas espécies de estimulações levam a reações quase inevitáveis da mesma natureza reflexa. [...] Certa parte do comportamento é, pois, eliciada por estímulos, e é especialmente precisa nossa precisão desse comportamento. [...] A atriz que precisa chorar lágrimas verdadeiras recorre ao sumo de cebola borrifado no lenço (SKINNER, 2003, p.52-53).

O caso da atriz e a cebola, citado pelo autor, é mais um exemplo que deixa claro que o comportamento nos seres humanos pode ser modificado com agentes externos. O ambiente onde o sujeito está inserido também serve como um estímulo para explicar determinadas ações dos indivíduos.

Existe nesse ambiente, ou meio, um fator importante para os resultado do comportamento, chamado de indução. “A extensão do efeito a outros estímulos denomina-se generalização ou indução” (SKINNER, 2003, p. 145).

Em linhas gerais, entende-se que Skinner, com essa hipótese, quis dizer que são vários fatores que interferem na conduta, na forma como os indivíduos vão agir diante de determinadas situações.

A internet, é um ambiente onde as pessoas que hoje estão inseridas, por meio de suas ferramentas, desencadearam novos comportamentos para o homem, especialmente com o advento das redes sociais. Não apenas o ambiente em si, mas também as ações do grupo, que estimuladas pela interação modificaram as formas de conduta da sociedade que hoje vive conectada.

3.2 Comportamento dos indivíduos em grupos

Para compreender como funciona a ação do indivíduo em grupo, é preciso entender como acontece as relações sociais no ambiente em que o mesmo está inserido.

O comportamento social pode ser definido como o comportamento de duas ou mais pessoas em relação a uma outra ou em conjunto em relação a um ambiente comum. Com frequência se argumenta que é diferente do comportamento individual e que há situações sociais e forças sociais que não podem ser descritas na linguagem da ciência natural. [...] (Há) uma lei social (que) deve ser gerada pelo comportamento de indivíduos [...] (SKINNER, 2003, p. 326).

O mesmo autor fala ainda sobre uma questão que envolve uma “ação em cadeia”, podemos assim dizer. Skinner explica que, por exemplo, se o “indivíduo possui duas moedas, uma boa e outra má, e se gastar a má e guardar a boa”, a explicação para

isso está nas vantagens que isso traz para o grande grupo, em que este sujeito está inserido. Se para o grupo, gastar a moeda má é vantajoso, o indivíduo tende a desenvolver esta ação para não ficar de fora do grupo.

O comportamento vem se conformar com os padrões de uma dada comunidade quando certas respostas são reforçadas e outras deixadas passar sem reforço ou punidas. Muitas vezes essas consequências estão estreitamente entremeadas com as do ambiente não-social. O modo pelo qual se rema um barco, por exemplo, depende em parte de certas contingências; alguns movimentos são eficazes e outros ineficazes na propulsão do barco. Essas contingências dependem da construção do barco e dos remos que por seu turno resultam de outros procedimentos observados pelos construtores de barcos no grupo (SKINNER, 2003.p. 451).

Os padrões de comportamento em grupos ilustrados por Skinner, também são vistos nos espaços virtuais, conforme frisa Marques, (2017, p. 07) onde os membros da sociedade virtual também possuem regras para seguir, só assim conseguem se inserir dentro das redes sociais, o que também pode ser considerado como um critério para a socialização.

As redes sociais são as novas formas de socialização da sociedade digital, no entanto, de um jeito um tanto diferente, já que apesar das pessoas estarem interagindo umas com outras, agora, tudo está sendo mediado por um computador.

O espaço cibernético proporcionou imensuráveis transformações nos campos da atividade humana, sejam eles sociais, econômicos, políticos, de comunicação, entre outros. Contudo, grande preocupação está nos usos sociais do virtual. Por estar “24 horas” conectado, o homem contemporâneo nunca está sozinho. Dentro dessa pressão de conexão e interconexão, é vital se desconectar de vez em quando para entender o outro enquanto diferente. Para Lemos (2015, sem p.) o grande paradoxo é essa época hiper tecnológica, que, em teoria isola, mas traz uma dificuldade de deixar as pessoas a sós (MARQUES 2017, p.07).

Marques (2017), ao abordar as mudanças nas atividades humanas, causadas pela conexão do espaço cibernético e pela nova forma de “solidão” desencadeadas pelas novas formas de comunicação, abre espaço também para a origem de uma cultura capaz de afetar diretamente as relações pessoais e o comportamento dos seres humanos com a era digital. Trata-se da cultura da simulação.

Santaella, (2008, p. 128) nesse sentido, fala sobre a questão do tempo e da realidade virtual, que juntos formam uma coisa só e com a ajuda da internet, especialmente com as redes sociais, expandiu as formas de “realidade”. Atualmente, são várias as formas de realidade presentes nas redes digitais, construída com o auxílio do

enorme grupo de internautas, que com suas diferentes identidades, transformam o real em uma simulação em constante concepção. “Toda a variedade de práticas inclusas na comunicação via redes-correio eletrônico, serviços de mensagens, videoconferência etc.- constituem um sujeito múltiplo, instável, mutável, difuso e fragmentado, enfim, uma constituição inacabada, sempre em projeto”.

O dinamismo presente nas redes sociais, assim como a diversidade do sujeito inserido nesse meio, desencadeia comportamentos capazes de alterar a conexão existente entre os “nós da rede” (assim chamado por Recuero, 2009, p. 91). A autora cita, como exemplo, a criação de um grupo, onde os autores nesse caso, precisam engajar-se em prol de uma determinada causa, através de um processo de cooperação. “Sem cooperação, não há grupo. Do mesmo modo, a difusão de informações [...] também necessitam da cooperação entre os atores membros de uma mesma rede”.

A partir da visão de Recuero, entende-se a importância das ações em grupo suscitadas pela colaboração de cada indivíduo inserido na rede. As ações em conjunto proporcionam a criação de novos comportamentos, de regras para cada novo integrante que tenta entrar na discussão sobre determinado tema.

Paralelo a isso, Santaella (2013, p. 115) rebate essa questão do comportamento humano a partir das relações que se estabelecem nas redes sociais:

Ao criar um perfil nas redes sociais, as pessoas passam a responder e a atuar como se este perfil fosse uma extensão sua, uma presença extra daquilo que constitui sua identidade. Esses perfis passam a ser como estandartes que representam as pessoas que os mantêm. Criam-se novas experiências de subjetivação com uma expressividade inédita. (SANTAELLA 2013 p. 115 apud VIANA, 2010, p. 137).

Refletir sobre as mudanças ocorridas no comportamento humano neste contexto das redes sociais, acaba sendo algo essencial para a compreensão da funcionalidade desta ferramenta. Conforme revela Lemes (2015, p.02), as redes sociais em si, não são circunstâncias pertinentes apenas da internet, a forma de relacionamento em grupo, já acontecia desde os primórdios da história do homem. O que de fato, chama atenção é o atual destaque que tal ferramenta ganha hoje na sociedade moderna. Cada sujeito recebe a todo e qualquer momento informações “independentemente de onde o receptor esteja”. Essa facilidade de acesso possibilitou compartilhamento imediato através das redes digitais, porém sem preocupação com a veracidade dos fatos e na maioria dos casos, sem aceitação de opiniões divergentes, gerando conflitos sem soluções, já que as

ideias estão apenas lançadas na rede, mediadas por uma tela, um clique, sem a face a face para tornar a discussão plena.

4 METODOLOGIA APLICADA

O estudo conta como base metodológica uma extensa pesquisa bibliográfica a fim de fundamentar a temática principal deste trabalho: como o público interage com as notícias na *fanpage* do *Facebook* em um veículo de comunicação local (Rádio Uirapuru)? Busca-se também, através dessa temática, contextualizar o leitor acerca dos principais aspectos existentes sobre a mudança do comportamento humano causadas com a internet e a chegada das redes sociais.

A escolha da *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru (<https://www.facebook.com/radiouirapuruoficial/>), como alvo deste trabalho, deu-se devido a extensa interação por parte dos mais de 280 mil seguidores da página⁵, que geram uma intensa conversação entre si, demonstrando de forma clara, os diferentes comportamentos existentes na rede social. A página existe desde junho de 2012.

O desenrolar da pesquisa acontece através da descrição das características do fenômeno da internet e das redes sociais, para assim, estabelecer relações entre as variáveis desse meio com o comportamento humano na era digital.

Para estabelecer tais relações, o estudo se baseia em teorias de autores como: Lucia Santaella, Pierre Lévy, André Lemos, Raquel Recuero, Alex Primo, B.F. Skinner, e demais autores e pesquisadores, que com suas teorias em livros e artigos científicos, trouxeram à tona conceitos importantes para o entendimento do tema central.

Com os conceitos da revisão bibliográfica, a aplicação dos mesmos será feita a partir de uma análise descritiva analítica de três postagens da *fanpage* do objeto deste estudo. As amostras são de diferentes editorias: trânsito (acidente ocorrido no centro), política (caravana do ex-presidente Lula), e cidade (Prefeitura amplia rede de teleagendamento). Ambas foram publicadas em dias distintos: 28 de fevereiro, 23 de março e 02 de maio de 2018, respectivamente. No diagnóstico será observado o número de reações e compartilhamentos, assim como, o engajamento do público seguidor com cada notícia, levando em consideração também, o teor de alguns comentários e observar assim, como a audiência da *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru se relaciona com as notícias publicadas. A análise será produzida através da descrição da reprodução de *print screen* das publicações no *Facebook* da emissora.

⁵ No período de realização desta análise: maio de 2018.

4.1 Análise de interação da audiência na página do *Facebook* da Rádio Uirapuru a partir de três postagens

Três publicações foram escolhidas da *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru, que diariamente publica cerca de vinte *posts* sobre diferentes assuntos e editoriais. A análise das postagens, com a descrição e observação das reações e o teor dos comentários, aconteceu nos dias 15, 16 e 17 de maio de 2018. A análise descritiva analítica das publicações baseou-se no comparativo com as teorias de Raquel Recuero, Alex Primo e B.F. Skinner.

4.1.1 Colisão traseira é registrada no centro

O primeiro *post*⁶ observado nesta análise apresenta-se com a data de 28 de fevereiro de 2018 e foi publicado às 10h48. A análise ocorreu em 15 de maio de 2018. A publicação trata de um acidente de trânsito ocorrido próximo a um hospital envolvendo dois veículos, um carro e um caminhão caçamba. A postagem traz dois elementos jornalísticos: texto e fotos do acontecimento. Tem como manchete: *Colisão traseira é registrada no centro*, sendo que o destaque inicial da publicação está no título, disposto no topo do *post*, exibido em caixa alta. Logo abaixo, há mais sete linhas com o relato do fato por meio de cinco, das seis perguntas do *lead*⁷: o quê, quando, onde, com quem e como. Após, há o complemento com duas imagens retratando o momento do episódio. A figura 07 traz uma parte da postagem.

⁶ O termo refere-se a uma publicação, ou simplesmente entradas de texto em ordem cronológica em *websites/blogs*.

⁷ Refere-se ao primeiro parágrafo do texto jornalístico, contendo as respostas às seis perguntas consideradas básicas: o que, quem, quando, onde, como e por que.

Rádio Uirapuru ✓
28 de fevereiro · 🌐

COLISÃO TRASEIRA É REGISTRADA NO CENTRO

Na manhã desta quarta-feira, uma mulher sofreu ferimentos leves em uma colisão traseira na Rua Paissandu, ao lado do Hospital da Cidade.

A motorista de um Peugeot trafegava pela Paissandu quando colidiu na traseira de um caminhão caçamba, no momento que ele acessava o estacionamento do hospital.

A ambulância do Corpo de Bombeiros socorreu a vítima.

Fotos: Lucas Cidade/Rádio Uirapuru



👤 37.195 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

👍 🙄 😬 187 29 comentários 14 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar 🌐

Figura 07. Postagem do dia 28 de fevereiro de 2018, as 10h48. Fonte: Facebook, 2018.

De acordo com a representação da postagem, a audiência apresentou uma interação por meio das ferramentas do *Facebook*, com 187 reações, 29 comentários e 14 compartilhamentos.

Para tornar os dados mais compreensíveis, uma tabela foi elaborada com base em comentários dos internautas com informações que mais aparecerão em postagens feitas pela *fanpage* da Rádio Uirapuru. Com as seguintes categorias: Comentários- Não relevantes; Relevantes ao *post*; Discurso de ódio; Discurso Político.

Tabela 1. Comentários da publicação da editoria trânsito.

Os comentários			
Não relevantes	Relevantes ao <i>post</i>	Discurso de ódio	Discurso político
24	05	0	0
TOTAL= 29*			

Fonte: Gabriela Rosa, 2018.

A tabela demonstra de forma um pouco mais clara, as diferentes opiniões existentes na publicação acerca do tema da postagem. O que mais chama atenção são as expressões consideradas não relevantes, ou que não apresentam ligação nenhuma com o assunto que a postagem está trazendo, como verifica-se na figura 08, onde ‘Diego Padilha’ escreve: *hoje não! Hoje não!...hoje sim.*



Figura 08. Reprodução de comentário não relevante. Fonte: Facebook, 2018.

Apesar de aparecerem em baixo número, apenas 05 do total de 29 comentários, as ponderações relevantes ao tema do *post*, apresentaram manifestações acerca de alguns tópicos relacionados ao trânsito e no caso específico, o não respeito a distância mínima entre que os carros devem manter para trafegar com segurança. O comentário feito por ‘Maria Arché’, onde diz *Distância entre os veículos é coisa só para cair nas provas de autoescolas, na prática não existe*, transparece não só a própria opinião do usuário a respeito do assunto, mas também transmite uma discussão. Alex Primo (2003) explica que a comunicação nas redes sociais é também transmitir, principalmente através da interação, que não acontece sozinha, precisa da presença do usuário para desencadear o engajamento, que neste caso seria o fato da usuária fazer o comentário relevante a notícia publicada pela *fanpage* da Rádio Uirapuru. (Ver figura 09).



Figura 09. Exemplo de comentário relevante na editoria trânsito. Fonte: Facebook, 2018.

Além dos 29, mais 16 comentários foram encontrados nos comentários de alguns usuários, apesar de não aparecerem no número total da postagem, como mostra a figura 10.



Figura 10. Reprodução do comentário de usuários seguidores da fanpage da Rádio Uirapuru na publicação *Colisão Traseira é registrada no centro*. Fonte: Facebook, 2018.

‘Fábio Vieira’ é um dos exemplos que aparecem na postagem como amostra de comentário dos comentários presente na interação por parte da audiência (*Eu podia estar bebendo, me drogando, assaltando. Mas não, estou aqui comentando na Uirapuru*). A partir do teor dessa expressão, observa-se também que este, está junto com o grupo dos demais usuários fizeram seus comentários sem estar relacionado ao assunto da publicação, a editoria trânsito e ao acontecimento. Alguns usuários, diante desse discurso, responderam a essa fala na rede, porém, também sem entender do que se tratava, como mostra a figura 11.



Figura 11. Resposta do internauta para o comentário de outro usuário. Fonte: Facebook, 2018.

É a chamada de Lei social, por B.F. Skinner (2003), ou simplesmente uma “ação em cadeia”, podemos assim dizer. A ideia em que o autor se refere, cabe muito bem nessa situação, no sentido de dizer muitas vezes os internautas agem de determinadas maneiras devido ao medo de não mais pertencerem à determinadas situações, ou grupos.

Eles sentem a necessidade de participar da discussão, mesmo sem nem saber do assunto que está sendo trabalhado, como claramente aparece nas figuras 09 e 10.

A Rádio Uirapuru não respondeu à nenhum comentário desta publicação, ou como diz Recuero (2013 pg. 247), não manifestou nenhum “questionamento ou discordância”. A *fanpage* não utilizou a recurso da “resposta” que existe nos comentários (figura 12).

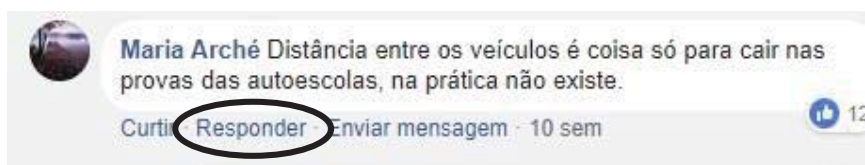


Figura 12. Em destaque o recurso da resposta nos comentários.

4.1.2 Lula não estará em Passo Fundo

O segundo *post* observado nesta análise, apresenta-se com a data de 23 de março de 2018 e foi publicado às 17h11. Trata da editoria política. A análise ocorreu em 16 de maio de 2018. A publicação aborda sobre a Caravana do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que percorreu o Brasil e estaria em Passo Fundo na mencionada data, porém acabou desviando a cidade e seguindo rumo a outros destinos agendados. A postagem traz três elementos jornalísticos: manchete, um texto breve e foto. Tem como manchete: *Agora: Lula não estará em Passo Fundo*, sendo este o destaque inicial da publicação, disposto no topo do *post* em caixa alta. Logo abaixo, há a presença de um texto curto contextualizando o assunto e trazendo destaque para a última atualização do assunto, tema central da publicação⁸. O texto encerra fazendo uma espécie de “chamada”, convidando o internauta a ouvir a rádio ao vivo: *Acompanhe no AM 1170 ou na FM 102.5*. Em seguida, há a presença de uma foto, com intuito de ajudar o seguidor da *fanpage* a compreender o assunto e completar o tema das postagem. A figura 13 retrata a publicação da página.

⁸ Ao longo do mesmo dia, a *fanpage* da Rádio Uirapuru trouxe outras 21 publicações falando do assunto Caravana do Lula, acompanhando todas as atualizações sobre o acontecimento.



Figura 13. Publicação do dia 23 de março de 2018 às 17h11. Fonte: Facebook, 2018.

De acordo com a representação da postagem, a audiência apresentou uma interação por meio das ferramentas do *Facebook*, com um total de 2,8 mil reações, 570 comentários e 2,1 mil compartilhamentos. As mesmas categorias utilizadas no *post* anterior, foram usadas na análise desta publicação, como apresenta a tabela 02.

Tabela 2. Comentários da publicação da editoria política.

Os comentários			
Não relevantes	Relevantes ao <i>post</i>	Discurso de ódio	Discurso político
535	01	18	16
TOTAL= 570			

Fonte: Gabriela Rosa, 2018.

Diante dos dados apresentados pela tabela, o que mais chama atenção nas reações e manifestações do público neste caso, são os comentários não relevantes à postagem, sendo destaque em maior número de comentários. Do total de 570, 535 seguidores da *fanpage* da Rádio Uirapuru, manifestaram comentários sem relevância alguma com o acontecimento da publicação. Nenhum comentário apresentou se quer a

palavra “Caravana”. Como exemplo, a manifestação do internauta ‘Renan Lima Lopes’, na figura 14 onde coloca um *meme*⁹ com a figura da ex-presidente Dilma, ironizando a situação com a frase: *Só vim aqui para ler os comentários*.



Figura 14. Reprodução de um comentário não relevante com uso de meme. Fonte: Facebook, 2018.

A interpretação desse fenômeno pode ser entendida por meio da teoria de Raquel Recuero (2009, p.22), onde a autora destaca que a interação através do computador que o indivíduo desenvolveu com o aperfeiçoamento da internet, desencadeou uma nova forma de socialização. Recuero diz que os sujeitos puderam deixar “rastros”, permitindo assim, reconhecer seus padrões de conexões. A partir do conhecimento dessas conexões, sabe-se de fato quem é o sujeito. É por isso que em publicações como estas, mesmo sem deixar uma contribuição relevante para a discussão do tema proposto, as pessoas veem esse espaço como uma forma de socialização, querem ver o que está acontecendo naquele momento. Muitas vezes, enxergam o próprio *Facebook* como alternativa de se inserir, socializar com o meio virtual e chamar a atenção de outros internautas.

Outro exemplo está na figura 15, onde o usuário de nome ‘Alessandro Camargo’ em determinado momento coloca como manifestação o desaparecimento do seu cachorro. Algo que está totalmente fora do assunto que está sendo tratado da notícia, apenas aproveitando o momento de grande repercussão que a notícia teve, para ter um pouco de atenção voltada para uma questão pessoal.

⁹ É um termo grego que significa imitação. Muito conhecido e utilizado na internet, referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc., que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.



Figura 15. Reprodução de um comentário não relevante com abordagem de uma questão pessoal. Fonte: Facebook, 2018.

Paralelo a isso, temos a figura de número 16, que ilustra o único comentário relevante com o assunto da publicação. ‘Jocelaine Gomes’, foi o único seguidor da *fanpage* a colocar a sua opinião voltada ao assunto Caravana do Lula.

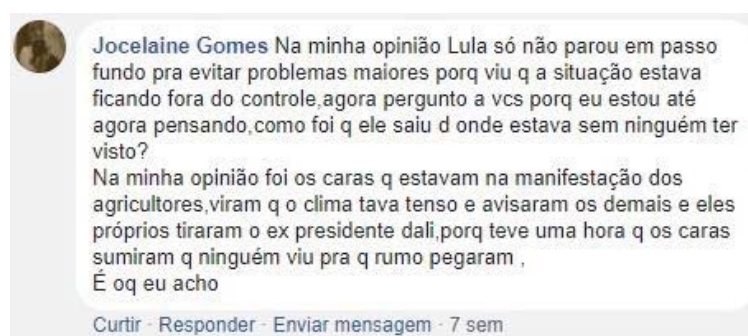


Figura 16. Reprodução do único comentário relacionado ao tema da publicação. Fonte: Facebook, 2018.

Outra questão interessante que aparece na publicação são os discursos de ódio. Apesar de se apresentarem com um baixo número (18), se for comparado com os que não apresentaram relevância (535), os discursos trouxeram na maioria das expressões palavras e frases ofensivas ao ex-presidente Lula, como mostra a figura 17.

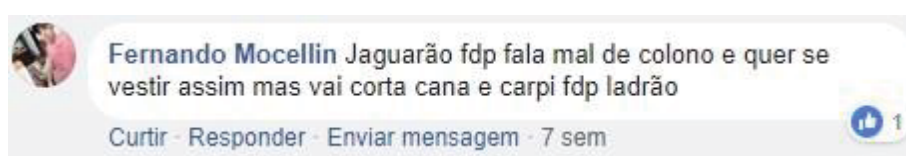


Figura 17. Reprodução de um comentário com discurso de ódio. Fonte: Facebook, 2018.

A declaração de ‘Fernando Mocellin’, ilustra de forma clara o que a autora Raquel Recuero (2009, p. 28) fala de rede social. Segundo ela, a rede é comunicação pura e discurso a todo momento, especialmente porque existe construção pessoal, em cada página (podemos assim chamar), ou perfil. O *Facebook* possibilita que o usuário faça suas observações em um comentário de qualquer publicação, sem um filtro, ou seja, ele pode falar o que achar conveniente, mesmo que sua frase esteja desconexa ou com palavras de baixo calão, que muitas vezes denigrem a imagem de algum sujeito envolvido de um determinado acontecimento.

A mesma interpretação serve para o discurso político que também apareceu no *post* com 16 comentários. A figura 18 mostra a declaração de ‘Leticia Rugini’ sobre a postagem e no final dela, a frase: *Bolsonaro 2018*, revelando uma ideologia.

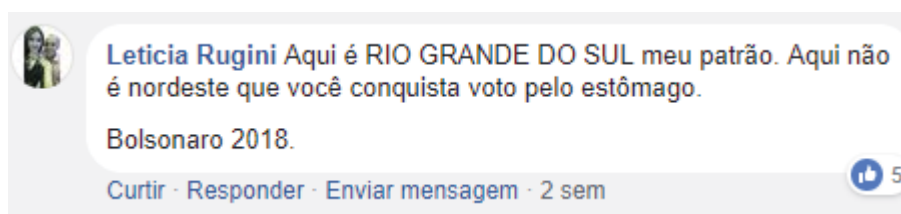


Figura 18. Reprodução de um comentário com discurso político. Fonte: Facebook, 2018.

Além destes comentários e reações que apareceram em números nas postagens pelo *Facebook*, outros 236 comentários apareceram em 66 comentários dos 570 apresentados pela própria publicação. Em sua maioria os comentários dos comentários do *post* apareceram com a prática do *taguear*, ou seja, usuários que marcaram outros amigos para ver a publicação (figura 19).



Figura 19. Prática do *taguear* nos comentários da publicação sobre a Caravana do Lula. Fonte: Facebook, 2018.

Além dos comentários com a utilização do recurso *taguear*, outros apareceram abrindo uma “janela de discussão”. A figura 20 mostra como a manifestação do internauta ‘Sidney Mjr’ gerou outras 24 respostas entorno do seu comentário. O indivíduo expressa sua ideia, que não está relacionada ao tema da publicação, mas que evidencia o seu comportamento perante aquela publicação. Diante do teor da sua expressão outros seguidores também se manifestaram, alguns concordando com a sua opinião, assim como, outros que não acharam conveniente com as suas ideia próprias.



Figura 20. Demonstração de uma "janela de discussão". Fonte: Facebook, 2018.

A Rádio Uirapuru, assim como na publicação anterior, não respondeu a nenhum comentário desta publicação, nem se manifestou com as reações dos internautas.

4.1.3 Prefeitura amplia rede de teleagendamento

O terceiro e último post *observado* nesta análise, apresenta-se com a data de 02 de maio de 2018 e foi publicado as 17h30. Trata da editoria: cidade. A análise ocorreu

em 17 de maio de 2018. A ilustração aborda um serviço prestado a população pela Prefeitura que será ampliado. No caso, a expansão do teleatendimento vai permitir que as pessoas possam agendar suas consultas sem enfrentar filas, a fim de poder agilizar o atendimento nas unidades básicas de saúde de Passo Fundo. A postagem traz dois elementos jornalísticos: texto e fotos/imagens do acontecimento. Tem como manchete: *Prefeitura amplia rede de teleatendimento*, sendo que o destaque inicial da publicação está no título, disposto no topo do *post*. Logo abaixo, há a presença de um *link*, instigando o seguidor da página a clicar no endereço eletrônico a fim de ser redirecionado ao próprio site da emissora e acessar a notícia e assim poder obter as informações por completo. Em seguida, há a presença de uma foto, com intuito de ajudar o internauta a compreender o assunto e completar o tema das postagem. A figura 21 retrata a publicação da página.

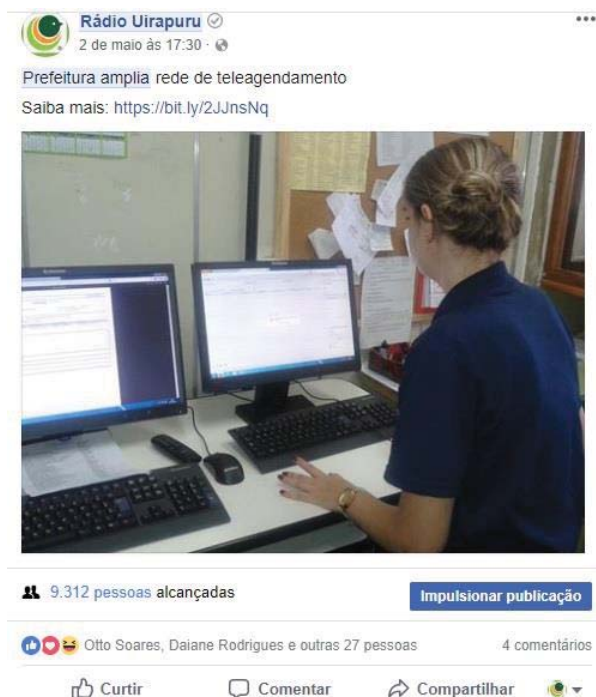


Figura 21. Publicação do dia 02 de maio de 2018 as 17h30. Fonte: Facebook, 2018.

Conforme a representação da postagem, a audiência apresentou uma interação por meio das ferramentas do *Facebook*, com um total de 29 reações, 04 comentários e 0 compartilhamentos. As mesmas categorias utilizadas nas publicações anteriores, também foram usadas como base na análise deste *post*, como representa a tabela 03.

Tabela 3. Comentários da publicação da editoria cidade.

Os comentários			
Não relevantes	Relevantes ao <i>post</i>	Discurso de ódio	Discurso político
01	03	0	0
TOTAL= 04			

Fonte: Gabriela Rosa, 2018.

A representação da tabela, ajuda na percepção dos comentários que apareceram na postagem. O que chama a atenção neste caso, é que diferente das outras duas publicações, esta não apresentou um número expressivo de engajamento por parte do público seguidor da *fanpage* da Rádio Uirapuru. A notícia, que traz uma informação que pode ser considerada positiva à população, não causou grande impacto por parte dos “consumidores” de notícias que a página tem. Apenas quatro internautas demonstraram por meio de comentários o questionamento a respeito do conteúdo da publicação. Apesar da maioria das manifestações, (três, de quatro comentários), todos foram de cunho negativo, criticando o serviço prestado na cidade, como é destaque na figura 22.

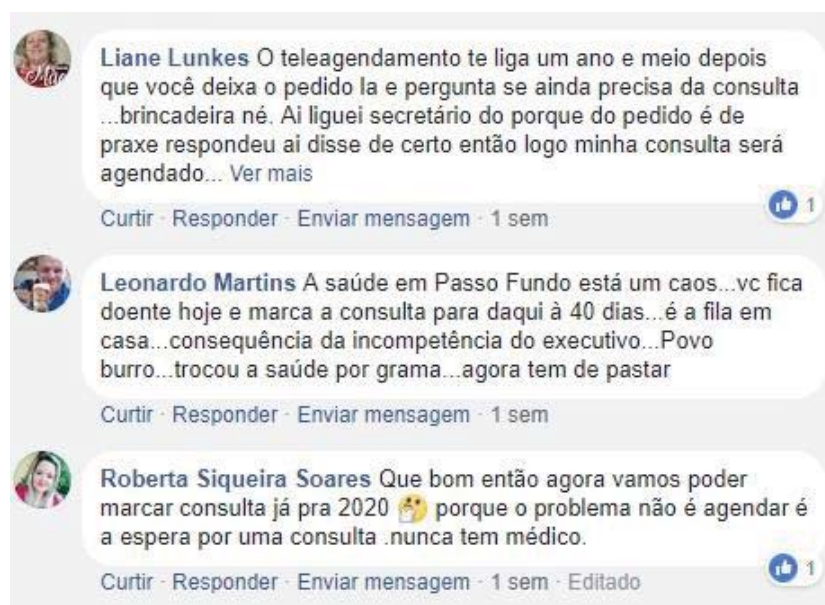


Figura 22. Reprodução dos comentários negativos à publicação sobre o teleagendamento. Fonte: Facebook, 2018.

Nas manifestações, os usuários citam suas vivências antes do serviço de teleagendamento ser ampliado, e em alguns casos relacionam o ofício com problemas

paralelos a isto existentes na saúde, inclusive fazendo comparações subjetivas, com críticas até mesmo no poder executivo. O comentário de ‘Leonardo Martins’, que diz: *A saúde de Passo Fundo está um caos... vc fica doente hoje e marca a consulta para daqui 40 dias.... é a fila em casa.... consequência da incompetência do executivo.... Povo burro.... trocou a saúde pro grama... agora tem de pastar*, é um exemplo deste fato.

Tal comportamento, pode ser entendido por meio da teoria de B.F. Skinner (2003), descrito anteriormente como uma conduta onde os rumos que uma determinada situação toma, depende das ações dos indivíduos inseridos naquele ambiente. O autor faz menção à um barco, onde: modo pelo qual se rema um barco, por exemplo, depende em parte de certas contingências; alguns movimentos são eficazes e outros ineficazes na propulsão do barco. Essas contingências dependem da construção do barco e dos remos que por seu turno resultam de outros procedimentos observados pelos construtores de barcos no grupo (SKINNER, 2003.p. 451). A ideia do autor pode ser interpretada aqui como o fato de que todos os usuários que fizeram o uso do comentário, conduziram o engajamento para o lado negativo, nenhuma manifestação positiva apareceu, apesar do assunto da publicação ser relacionado com um fato benéfico.

Nenhum comentário deste publicação gerou discussão ou respostas por outros seguidores da *fanpage*. A Rádio Uirapuru também não se respondeu à nenhum comentário desta publicação.

4.2 Resumo da análise

As três postagens analisadas da *fanpage* do *Facebook* da Rádio Uirapuru, trouxeram algumas peculiaridades, próprias da editoria de cada uma, mas também semelhanças no comportamento dos seus seguidores.

Tabela 4. Resumo dos comentários não relevantes das publicações analisadas.

As publicações			
	Editoria trânsito	Editoria Política	Editoria Cidade
Comentários totais	29	570	04
Comentários não-relevantes	24	535	01

Fonte: Gabriela Rosa, 2018.

Com todas, a maioria, ou quase que a totalidade dos engajamentos principalmente nos comentários das publicações, não eram dos assuntos propostos, alguns deixando claro que as pessoas foram ali fazer suas manifestações sem qualquer pretensão de construir uma discussão acerca do assunto, como apareceu na figura 13.

Outro fator que chamou bastante atenção durante a análise, foi a disparidade de reações do público com a postagem que trouxe a editoria cidade, que apresentou uma notícia de cunho positivo para a saúde local, mas os internautas, com o teor dos seus comentários, a transformaram em uma situação negativa. Entre os comentários desta publicação, nenhum apresentou uma discussão otimista sobre o assunto. Todos apresentaram experiências passadas, criticando também outros serviços prestados na cidade na área da saúde. Outro fator interessante nesta publicação, foi também a baixa reação dos seguidores com a postagem, se for comparado com as demais analisadas nesta pesquisa, a mesma teve poucas visualizações.

A partir da observação de trechos das postagens, para fechar a análise, algo que ficou evidente também foi a submissão por parte da Rádio Uirapuru. Em nenhum momento a página se manifestou, nem para explicar alguma situação, completar informações, responder à algum internauta, ou mediar algum conflito existente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No momento que Castells (2003) expressou que a comunicação mediada por computadores possibilitava uma nova forma de diálogo simultânea com diferentes grupos de pessoas, munidas do mesmo interesse, ele levou em conta a capacidade de aceleração do tempo que as redes sociais trouxeram para a modernidade. A ideia do autor evidencia o fenômeno que as redes digitais desencadearam no processo de comunicação da sociedade. Essa nova ferramenta, permitiu que as informações circulassem neste ambiente emitidas pelos próprios usuários em tempo real, expandindo o universo da conversação, sem ter que depender de um meio físico para isso, sem nem se quer precisar falar, apenas digitar. Tantas mudanças, em um curto período de tempo, ocasionaram mudanças culturais e no comportamento humano.

Sob essa perspectiva, o presente trabalho buscou responder a seguinte problemática: como o público interage com as notícias na *fanpage* do *Facebook* de um veículo de comunicação local (Rádio Uirapuru)? Levando em consideração o que disseram os autores no referencial teórico colocado nessa pesquisa, bem como as amostragens de fragmentos de publicações na rede social da emissora, pode-se perceber aspectos importantes.

A audiência seguidora da *fanpage* da Rádio Uirapuru, através das amostras trazidas neste documento, interage com os conteúdos postos pela emissora utilizando todos os recursos de interação que o *Facebook* disponibiliza: botão das reações, comentar e compartilhar. A diferença, no entanto, aparece nas editorias de maior interesse por parte dos seguidores, como o resultado obtido pela análise mostrou: trânsito e política. Alguns assuntos apresentaram maior repercussão, o que acentua a participação dos demais internautas, como apareceu na segunda publicação analisada, da editoria de política, onde 2,1 mil usuários utilizaram do recurso “compartilhar” do *Facebook*. Em compensação, outras editorias, como a de cidade, a terceira publicação da análise, não despertou tanto interesse por parte da audiência, fato que pôde ser percebido com a baixa interação do público com a postagem. A ferramenta compartilhar neste *post*, por exemplo, não apresentou nenhum seguidor interessado em disseminar aquela publicação.

Há de se ressaltar neste contexto ainda, o grande objetivo geral da pesquisa: analisar o comportamento da audiência na rede social de um veículo de comunicação local (Rádio Uirapuru de Passo Fundo- RS). Com base no que disse Skinner (2003 p.

51) pode-se explicar o comportamento da audiência nos trechos das postagens apresentadas na análise descritiva, com a sua teoria do agente externo. O autor esclarece que o comportamento humano pode ser moldado com agentes externos, que geram estímulos desencadeando reflexos, que podem interferir nas ações dos indivíduos. Estes agentes, podem ser desde o ambiente em que o sujeito está inserido, até as ações dos indivíduos inseridos no grande grupo. A ideia de Skinner, nesta situação explica o que foi observado na postagem de maior repercussão apresentada neste documento. A segunda publicação, retratando a Caravana do Lula, mostrou que por ser um assunto popular, gerou interesse por parte dos seguidores da *fanpage* da Rádio Uirapuru, porém a maioria das manifestações não foi nem se quer relacionada ao assunto da notícia. Por meio do teor dos comentários, inclusive como mostra a figura 13, ficou claro que interação da maioria dos internautas foi simplesmente para ver o que estava sendo colocado em discussão naquele momento, a maior parte dos comentários não trouxe uma discussão relacionado ao assunto da publicação.

Sobre conhecer o perfil de cada usuário inserido nesse contexto, a partir do cenário existente na rede social, foi impossível identificar e conhecer a fundo quem são, de onde vem e por quê estão ali. A quantidade enorme de seguidores e o espaço determinado que essa pesquisa exige, impediu de abordar, neste primeiro momento este aspecto dos internautas, mas esta incógnita pode ser resolvida em trabalhos futuros.

Para completar a fundamentação dos demais objetivos específicos deste trabalho, como: analisar a interação do público com a teoria da autora Raquel Recuero e as Redes Sociais na Internet, cabe destacar alguns aspectos importantes sobre esta questão.

Recuero (2009, p. 91) diz que as redes sociais são construídas a partir da conexão existente entre os “nós da rede”, onde a criação de um grupo, por exemplo, coloca os atores ali envolvidos, obrigados a engajar-se em prol de uma determinada causa, através de um processo de cooperação. A partir da visão de Recuero, entende-se a importância das ações em grupo suscitadas pela colaboração de cada indivíduo inserido na rede. As ações em conjunto proporcionam a criação de novos comportamentos, de regras para cada novo integrante que tenta entrar na discussão sobre determinado tema. A partir desse entendimento, é possível perceber a dinâmica existente entre os seguidores da *fanpage* da rádio Uirapuru.

Em todas as publicações evidenciadas pela análise, pode-se constatar que praticamente todos os comentários se apresentaram sem nenhuma manifestação

relacionada aos respectivos temas das postagens, ou seja, todos os usuários cooperaram para um lado, o de não representar uma discussão relevante ao referido tema da publicação. Enquanto que, os poucos pontos de vista relevantes aos assuntos das postagens, foram totalmente ignorados pelos demais internautas inseridos naquele meio.

Essa pesquisa não é definitiva e não traz resultados absolutos. Há muitas perspectivas e caminhos a serem explorados e continuados, por exemplo, em relação a linguagem usada, as opiniões em comum, a forma de se expressar, além de outras questões que podem render mais resultados importantes para a compreensão do funcionamento do universo das redes sociais e o comportamento dos usuários que estão por trás delas.

Inserido na linha de pesquisa comunicação regional, este trabalho esclarece, a partir de uma análise, um dos processos de comunicação de um veículo de comunicação local. A presença de autores considerados como referência na área da internet e das redes sociais evidencia a importância do tema para aprimorar o trabalho dos jornalistas, já que, com a aplicação da teoria dos pesquisadores da área, o profissional consegue compreender os principais fenômenos envolvidos nesta área.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. Sobremodernidade: *Do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã*. In: MORAES, Denis. Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 104

CASTELLS, Manuel. A era da informação: *economia, sociedade e cultura*. Volume I- A sociedade em rede. São Paulo: ed. Paz e Terra, 7ª ed. 2003, p. 54, 553.

FÁVERO, Altair, A. Apresentação de trabalhos científicos: *normas e orientações práticas*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 5ª ed. 2014, p.146.

FERREIRA, Gonçalo Costa. Redes Sociais de Informação: *uma história e um estudo de caso*. São Paulo, 2011, p.213. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1149>. Acesso em: 26 de março de 2018.

GRITTI, Roger. Da TV para o Facebook: *A relação de interação dos seguidores da página do Jornal Hoje*. Passo Fundo, 2016, p.30-33.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD*. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?edicao=10500&t=resultados>>. Acesso em 03 de março de 2018.

JORNAL ESTADÃO: *Facebook alcança 2,07 bilhões de usuários no mundo*. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-alcanca-2-07-bilhoes-de-usuarios-no-mundo,70002069551>.> Acesso em 12 de junho de 2018.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002, p. 17-20.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 3ª ed. 2010, p.81, 94-95

_____. *O que é virtual?* São Paulo: Ed.34, 1996, p.11, 15,17, 21

MARQUES, Yannara Negre. *Sociedade Digital e Era de Valores: Um estudo sobre cibercultura e Marketing 3.0*. São Paulo, SP: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, p.07.

MIDÕES, Miguel. *Novos e velhos meios de comunicação na esfera pública de Habermas*, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/midoes-miguel-novos-e-velhos-meios-na-esfera-publica.pdf>>. Acesso em 15 de março de 2018.

MONTEIRO, Luís. A internet como meio de comunicação: *Possibilidades e limitações*. [artigo científico]. 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/62100555399949223325534481085941280573.pdf>>. Acesso em 03 de março de 2018.

MOREIRA, M.F.R.; CORREIA, P.M.A.R. Novas formas de comunicação: *história do Facebook - Uma história necessariamente breve*. 2014. Tese (Doutorado em Ciências Sociais)- Universidade de Lisboa, Lisboa, 2014. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu%2028%20-%20168-187.pdf>> história do facebook>. Acesso em 14 de março de 2018.

PORTAL G1: *Mundo tem 3,2 bilhões de pessoas conectadas à internet, diz UIT*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html>>. Acesso em: 26 de março de 2018.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Interação mediada por computador: *a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional*. 2003. Tese (Doutorado em Informática) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, p. 75.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009, p.16,17,22,24,26,28,30,38, 91.

_____, R.; SOARES, P. *Violência simbólica e redes sociais no Facebook: o caso da fanpage “Diva Depressão”*. Galáxia (São Paulo, Online), n. 26, 2013, p. 239-254. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/v13n26/v13n26a19.pdf>>. Acesso em 21 de maio de 2018.

SANTAELLA, Lucia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 3ª ed. 2008, p. 17-19, 117, 121-122, 127-128.

_____. *Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus, 1ªed. 2013, p. 40,112,115,232-233.

SKINNER, B.F. *Ciência e Comportamento Humano*. Tradução de João Carlos Todorov. São Paulo: Martins Fontes, 11ª edição, 2003 p.24-451.

STEGANHA, Roberta. *Jornalismo na internet: a influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade*. 2010. 105 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89508/steganha_r_me_bauru.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 03 de maio de 2018.

VITOR, Sara Lemes Perenti. *As Redes Sociais: entre a Informação Compartilhada, o Ativismo Político e a Crise da Visibilidade*. Bauru, SP: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, p.02.

SOUZA, R.M.V; MELO, J.M.; MORAIS, O.J. Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino. (Artigo científico)- São Paulo: INTERCOM 2014. Disponível

em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>>. Acesso em 03 de maio de 2018 p. 37.

ANEXOS

ANEXO 01. Ilustração do “Ouvinte Repórter” na *fanpage* do Facebook da Rádio Uirapuru- publicada em 23 de outubro de 2016.



Fonte: Facebook, 2018.