

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**

**FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO**

**CURSO DE JORNALISMO**

**FACEBOOK:**

**EM ANÁLISE A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISMO E AS  
MÍDIAS SOCIAIS**

**Simoni Vazzoler**

**Prof.Orientador Fábio Luis Rothenbach**

**PASSO FUNDO**

**2012**

**SIMONI VAZZOLER**  
**PROF. ORIENTADOR FÁBIO LUIS ROCHENBACH**

**FACEBOOK:**  
**EM ANÁLISE A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISMO E AS**  
**MÍDIAS SOCIAIS**

Trabalho de Monografia apresentado ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do Prof<sup>o</sup> Fábio Luis Rochenbach

**PASSO FUNDO**

**2012**

## **RESUMO**

O fenômeno das mídias sociais na sociedade contemporânea está presente no dia-a-dia da maioria das pessoas. A internet está transformando as pessoas e as formas de se comunicar, ampliando cada vez mais espaços que possibilitam a troca de informação e conhecimento. Devido à preocupação de como as mídias sociais estão sendo utilizadas por futuros profissionais da área do jornalismo, este trabalho foi desenvolvido com o método de análise de conteúdo, investigando de que forma a rede social do Facebook está sendo utilizada. O trabalho inicia-se com definições sobre a cibercultura, baseada nas idéias de Levy e Lemos, seguindo com as tecnologias de informação e comunicação ( TIC), especificando mídias sociais, redes sociais, incluindo o Facebook, com teorias de Lemos, Castells e Recuero. Baseado sobre o conceito de Bardin sobre análise de conteúdo, a metodologia deste trabalho, seguindo a análise proposta, o que se observa é que o Facebook ainda é visto como uma ferramenta de entretenimento e circulação de opiniões próprias.

Palavras-chave: Troca de informações e conhecimento. Análise de conteúdo. Mídias Sociais. Rede Social. Facebook.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	05
<b>1 ERA DA INFORMAÇÃO</b> .....	07
1.1 Internet.....	07
1. 1.1 A internet como plataforma de comunicação.....	08
1. 1.2 A convergência dos meios.....	10
1.2 Cibercultura.....	12
1.2.1. As três leis que regem a cibercultura.....	14
1.3 Ciberespaço.....	15
<b>2 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO</b> .....	18
2.1 Mídias Sociais.....	20
2.2 Redes Sociais.....	21
2.2.1 Facebook.....	22
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	24
3.1 Objeto de estudo.....	24
3.2 Variáveis de análise.....	25
3.3 Processos metodológicos.....	26
<b>4 ANÁLISE</b> .....	27
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	32
<b>6 REFERÊNCIAS</b> .....	34

## INTRODUÇÃO

*“Vivemos em mundo que se tornou digital.”*

*(Nicholas Negroponte)*

Com os avanços da tecnologia, as relações pessoais sofreram grandes mudanças. As novas formas de comunicação, através de novos meios tecnológicos, transformaram o homem num ser contemporâneo, com seus conceitos, valores e culturas modificadas pelo meio digitais. Basta observar ao nosso redor, como as relações e as informações estão acontecendo. As tecnologias encurtaram o tempo e o espaço aproximando as pessoas, e com um diferencial, a informação pode acontecer em tempo real.

A internet é uma plataforma de comunicação veloz e interativa. Pode-se atribuir estes novos processos de comunicação à chamada *cibercultura*, forma pelo qual o homem se comunica com todos e com o mundo, de uma forma digital. Este novo espaço de comunicação possibilita cada vez mais a aproximação de todos com o mundo, sem limites para o futuro.

Tendo em vista a importância das mídias sociais, mais especificamente a rede social do Facebook, este trabalho tem como objetivo analisar os conteúdos publicados na rede por futuros jornalistas. As questões que envolvem esse objetivo são as mais diversas: de que forma a rede esta sendo utilizada e quais os conteúdos postados, avaliando a qualidade das informações e seus gêneros: informativo, opinativo ou entretenimento. Com a constante evolução da internet, as formas de se comunicar, transformaram os modos de produzir conteúdo. Permeado por novas formas de comunicação e de difusão de informações, os indivíduos são capazes de interagir com outros e observar pessoas e eventos sem sequer encontrá-los no mesmo ambiente espaço-temporal.

No primeiro capítulo, define-se o que é a cibercultura, com conceitos e definições de Lemos e Levy, discorrendo sobre as mudanças ocorridas no meio, depois da inserção dos

computadores, aproximadamente, a cibercultura. Destaca-se aqui, também, três leis que Lemos criou para melhor entender a cibercultura e seu contexto com a sociedade contemporânea.

No segundo capítulo, especifica-se as tecnologias de informação e comunicação (TIC), um conjunto de tecnologias que mediam e informam a todos. Além disso, abordamos as mídias sociais, as redes sociais e mais especificamente o Facebook, definindo os conceitos do que são essas mídias e sua importância para a comunicação,

No terceiro capítulo, é apresentado detalhadamente a metodologia do trabalho. Analisando um número específico de dias, observando diariamente estudantes concluintes do Curso de Jornalismo da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, chegamos ao ponto que nos interessa: compreender de que forma o Facebook está sendo utilizado pelos mesmos, através de gráficos.

O quarto capítulo compreende a análise dos resultados para atingir os objetivos deste trabalho e compreender de que forma a rede social Facebook está sendo utilizada pelos futuros profissionais do jornalismo.

# 1 ERA DA INFORMAÇÃO

*"A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede."* (M. Castells, 2003)

O mundo está inserido em uma cultura global introduzida em novas tecnologias que possibilitam e facilitam a informação e a comunicação. Como fenômeno principal dessa cultura, podemos adotar como base o surgimento da internet e suas possíveis conexões, mediando às comunicações. É com base nessas conexões que se constroem da sociedade em rede, como citada por Castells(2003) e mais detalhada nos capítulos seguintes.

## 1.1 Internet

A Internet, ou rede mundial de computadores, surgiu em plena Guerra Fria, chamada deArpanet em 1969, com o objetivo de assegurar a manutenção e troca das informações entre os militares. Seria uma das formas de manter as comunicações em caso de ataques inimigos que destruíssem os meios convencionais de telecomunicações, projeto da Arpanet foi que possibilitou o crescimento tão rápido do que hoje é a internet, baseado num projeto em múltiplas camadas, descentralizada e com protocolos de comunicação abertos. (CASTELL, 2003, p.15). Lemos define a internet como um conjunto de redes planetárias de base telemática, que teve seu início há mais de 30 anos. (LEMOS, 2008, p.116).

Pela definição de Castells a “internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” (CASTELLS, 2003, p.08).

Desde a sua criação, a internet cresce em ritmo acelerado. Sua funcionalidade é hoje um fator presente no trabalho, na comunicação e na informação, estando interligada a todos os

setores: educação, economia, política, elementos que movem a sociedade. A comunicação existe, porque existe linguagem, o mundo é feito de linguagens. Como essência da vida humana, os domínios de comunicação da vida social estão se modificando através do uso da internet. A sociedade em rede, a nova forma social, está se constituindo em torno no planeta, com diferenças em suas conseqüências para a vida das pessoas, dependendo de história, cultura, e instituições (CASTELLS, 2003, p. 225).

A Internet é de fato uma tecnologia da liberdade – mas pode libertar os poderosos para oprimir os desinformados, pode levar à exclusão dos desvalorizados pelos conquistadores do valor [...] precisamos situar nossa ação no contexto específico de dominação e libertação em que vivemos: a sociedade de rede, construída em torno das redes de comunicação da Internet (CASTELLS, 2003. p. 225).

A internet trás um poder capaz de transformar a história e a vida das pessoas na sociedade. Mesmo trazendo a liberdade para seus usuários, podendo expressar opiniões, manifestações ou idéias, é preciso acompanhar a rede e sua constante evolução. Ao mesmo tempo em que liberta, pode excluir quem não estiver em contato e sintonia com em torno das redes de comunicação na internet.

### **1.1.1A internet como plataforma de comunicação**

Em pleno século XXI, a internet vem modificando os hábitos e práticas das pessoas que a utilizam. O computador foi capaz de transformar os modos de comunicação e seus valores e comportamentos. Um dos aspectos ligados ao comportamento é o fato de passarmos horas e horas na frente de um computador interagindo, seja buscando novas informações ou até mesmo em redes de relacionamento, perdendo a noção do tempo que estamos conectados. De acordo com pesquisa divulgada no site *Olhar Digital*<sup>1</sup> sobre o uso da internet, mais de 40% dos brasileiros passam, pelo menos, duas horas por dia na internet e 62% têm como atividade preferida, quando possuem tempo livre, navegar na rede. É observado nas próprias redes sociais e na mídia que os meios de comunicação, como a TV e o rádio, vêm sendo deixados de lado e substituídos pela internet, que possibilita o acesso a estes canais, além de facilitar a comunicação entre todos e para todos, desde que estejam conectados em rede.

---

<sup>1</sup>Pesquisa do Site Olhar Digital, disponível

[http://olhardigital.uol.com.br/negócios/digital\\_news/noticias/pesquisa-mostra-como-os-brasileiros-usam-a-internet](http://olhardigital.uol.com.br/negócios/digital_news/noticias/pesquisa-mostra-como-os-brasileiros-usam-a-internet).

Uma das novas características desse novo meio é que a informação pode vir a permanecer para sempre na rede. Mesmo que tal conteúdo não esteja mais disponível para acesso, o fluxo de pessoas a todo minuto conectados faz com que nada seja excluído, sendo armazenado na própria rede ou nos computadores pessoais. Com o poder da digitalização e do compartilhamento, as informações postadas na rede são compartilhadas por todos de acordo com seus interesses. A internet trouxe a liberdade ao homem se tratando de comunicação, pois possibilita expressar suas idéias, emoções e sentimentos, informando e interagindo com outras pessoas. Tudo o que se pensa ou o que se faz pode ser transmitido pelo espaço virtual. Lévy define internet como

[...] um espaço de comunicação propriamente surrealista, do qual ‘nada é excluído’, nem o bem, nem o mal, nem suas múltiplas definições, nem a discussão que tende a separá-los sem jamais conseguir. A internet encarna a presença da humanidade a ela própria, já que todas as culturas, todas as disciplinas, todas as paixões aí se entrelaçam. Já que tudo é possível, ela se manifesta a conexão do homem com a sua própria essência, que é a inspiração á liberdade (LÉVY apud LEMOS, 2008, p.12).

Complementando, Lévy defende a idéia que, quanto mais a Internet se amplia, mais se torna universal e menos totalizável, promovendo a interconexão generalizada. Além de ser universal, é desprovida de um centro ou linha diretriz, ou seja, a comunicação é descentralizada, aceita a todos, sem classificação. Cada usuário organiza seu próprio conteúdo, podendo tornar-se produtor ou emissor de novas informações. Castells complementa essa idéia dizendo que estas ações dependem da ação do homem, portanto, é de responsabilidade de cada usuário a forma de como utiliza esta rede de comunicação. Ainda como conceito de internet Castells (2003) afirma que é uma rede de comunicação global, mas seu uso e sua realidade em evolução são produtos da ação humana sob as condições específicas da história diferencial. Cabe ao leitor filtrar, interpretar e usar, de acordo com seu próprio contexto (2003, p.12).

De acordo com a tese levantada por Lévy, a chave da cultura do futuro será o conceito de “universal sem totalidade”, uma universalidade desprovida de um significado central, transformando, efetivamente, as condições de vida em sociedade. Neste contexto, o autor associa o “universal” como a presença virtual da humanidade para si mesma. (LÉVY, 1999, p.247). Nesse contexto, Lévy destaca ainda, três grandes etapas da história: a das pequenas sociedades fechadas, de cultura oral, que vivem uma totalidade sem universal, a das

sociedades “civilizadas”, imperialistas, usuárias da escrita, que fizeram surgir um universal totalizante e por último, a cibercultura (mais detalhas ao decorrer do trabalho) correspondendo á globalização concreta das sociedades, que inventa um universal sem totalidade (LÉVY, 1999, p.248).

### **1.1.2A convergência dos meios**

De acordo as previsões de Castells (1999, p.414) o que pode observar na sociedade em rede é que a convergência dos meios de comunicação digital (internet) mudou as formas das relações humanas, e conseqüentemente transformaram a cultura e continuarão transformando. A evolução da conexão com a internet, fez com que cada indivíduo pudesse ter a liberdade de escolha de seus conteúdos. Ao se utilizar os meios convencionais, como a TV, por exemplo, o conteúdo é algo programado que nem sempre desperta interesse. O usuário passou a ser o mediador de sua informação, ou seja, na internet, ele pode interagir com todos, trocaram idéias, discordar, participar do processo de informação, enquanto que nos meios convencionais, não ocorre esta troca de informações. Assim, podemos comparar a internet como um mosaico, onde cada um monta o seu próprio conteúdo. Para Castells, esse mosaico já está mudando as formas de nos relacionarmos e nossa própria cultura. “O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará completamente nossa cultura”. (CASTELLS 1999, p. 414).

Tamanhas facilidades de comunicação multi-plataforma são hoje a comprovação do que previu Castells (2001) de que a internet nasceu da relação impensada entre a ciência, militarismo e cultura literária. A idéia inicial era a construção de um sistema de comunicação global que unisse computadores e pessoas numa relação simbiótica e interativa, operando sob três princípios: uma estrutura de rede descentralizada, poder computacional distribuído através de nós de rede e redundância de funções na rede para diminuir o risco de desconexão. Este último princípio tem relação direta com uma das propriedades previstas por Lévy (1999) de que a rede estaria, sempre, em contínuo funcionamento e, conseqüentemente, em contínua evolução e transformação, gerando a possibilidade de estarmos (nós, usuários) também, continuamente, comunicando.

Ainda sobre o advento da interação mediada pelos computadores, como

[...] o desenvolvimento dos meios de comunicação, cria *novas* formas de ação e interação e *novos* tipos de relacionamentos sociais-formas que são bastante diferentes das que tinham prevalecido durante a maior parte da história da humana. Ele faz surgir uma complexa reorganização de padrões de interação humana através do espaço e do tempo. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia de ambiente físico, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal (THOMPSON, 1998.p.77).

Complementando a idéia de Thompson, Lévy tem a idéia de que é preciso entender a relação que ocorre entre a sociedade e a técnica desenvolvida, resultando novas formas de relação social e conseqüentemente novas formas de cultura.

Hoje, talvez mais que em outras épocas a influência da tecnologia nas sociedades ocidentais tem um lugar capital dentre as questões que emergem como prioritárias na contemporaneidade. Desde o surgimento das primeiras sociedades até as complexas cidades pós-industriais, o homem inventou o fogo, cultivou a terra, domesticou animais, construiu cidades, dominou a energia, implementou indústrias, conquistou o espaço cósmico, viajou aos confins da matéria e do espaço-tempo. Durante esse trajeto, a tecnologia ganhou significações e representações diversas, em um movimento de vaivém com a vida social. Em alguns momentos, esta é dominada, controlada, racionalizada pelas atividades científico-tecnológicas; em outras, é a tecnociência que deve negociar e aceitar os ditames da sociedade. Estamos assim obrigados a mudar nosso olhar e buscar novas ferramentas para compreender o fenômeno técnico-científicocontemporâneo(LEMOS, 2004, p. 25).

A tecnologia, desenvolvida e aperfeiçoada pelo próprio homem ao longo do tempo, transformou sua trajetória e sua vida social. Essas transformações mudaram os modos de viver, fazendo com que o homem também buscasse cada vez mais novas ferramentas para acompanhar e compreender essas mudanças no meio social. A influência da tecnologia na sociedade vai gerar novos indivíduos, novas ferramentas de comunicação e conseqüentemente novas culturas transformadas pelo meio.

## 1.2 Cibercultura

A cibercultura está cada vez mais presente com a presença dos novos meios de comunicação digital, como a Internet, resultando da convergência entre a sociedade contemporânea e as novas tecnologias da microeletrônica. (LEMOS, 2008). Podemos definir a cibercultura como a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais, capaz de transformar comportamentos e valores em um curto espaço de tempo, com velocidade e instantaneidade. Portanto, a ligação das tecnologias digitais através da cibercultura formam múltiplas maneiras de comunicar, em tempo real, com mais rapidez e agilidade. São as próprias informações que passam de um ponto ao outro, sendo o sujeito (usuário) o mediador entre esses pontos, dando origem à atual cultura contemporânea. Lemos explica que, “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” (2008, p.15).

Para reforçar esta idéia, de acordo com Lemos, a interação homem-tecnologia tem evoluído no sentido de ser mais ágil e mais confortável. Vivemos hoje a época da comunicação planetária fortemente marcada por uma interação com as informações, cujo ápice é a realidade virtual (LEMOS, 2008, p.114). Isto acaba modificando as relações pessoais e transformando os conceitos de comunicação entre o espaço e o tempo.

Já previsto por Lévy, o que ele chama de “meta mundo virtual” (LÉVY, 1999. p. 146), será o principal mediador de informação e comunicação humana, juntando diversão, comunicação e o homem nas redes. Lévy diz que esse meta mundo virtual funciona então como depósito de mensagens, com um contexto dinâmico acessível, além de uma memória coletiva alimentada por todos em tempo real.

Assim, a rede dará acesso a um gigatescometamundo virtual heterogêneo que acolherá o fervilhamento dos mundos virtuais particulares com seus links dinâmicos. Esse metamundo virtual ou ciberespaço irá torna-se o principal laço de comunicação, de transações econômicas, de aprendizagem e de diversões humanas (LÉVY, 1999. p. 146).

Nesse contexto, Lemos diz que o termo cibercultura está recheado de sentidos:

[...] mas podemos compreender a Cibercultura como a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 [...] uma relação que se estabelece pela emergência de novas formas sociais [...]. A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais. Vivemos já a cibercultura. Ela não é o futuro que vai chegar, mas nosso presente. [...] A cibercultura representa a cultura contemporânea sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna (LEMOS, 2003, p. 11-12).

Ainda, segundo Lemos, embora a cibercultura se torne popular nos anos de 1970, ela surge nos anos de 1950 com a informática e a cibernética. A partir dos anos 1980, principalmente com o crescimento da Internet, ela vai se estabelecer completamente.

O crescimento das tecnologias digitais com a interconexão dos computadores juntamente com as redes que possibilitam a interação, transformaram as possibilidades e modos de comunicação dentro do ciberespaço. Lévy(1999) avalia o ciberespaço como ponto de partida para o entendimento da nova forma de cultura que esse novo espaço esta gerando. especificando como o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes de modos de pensamentos e valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço ( p. 17).

Embora a expressão deva muito à cibernética, a cibercultura não é, no sentido exato, correlata a esta ciência, ela surge com os impactos socioculturais da microinformática. Mais do que uma questão tecnológica, o que vai marcar a cibercultura não é somente o potencial das novas tecnologias, mas uma atitude que, no meio dos anos 70, influenciada pela contracultura americana, acena contra o poder tecnocrático. Lemos (2008) diz que “a cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais” (p. 87).

Lévy define seus próprios conceitos ao se falar em cibercultura e ciberespaço, diretamente interligados.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas(materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de

pensamento e de valores que se desenvolveram juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY,1999 p.17).

A cibercultura faz parte do cotidiano social de milhões de pessoas, sendo utilizada para diversos fins. A sociedade, em contato com a cibercultura, transformou as formas de convívio físico em virtuais. Em pleno século XXI é possível fazer operações bancárias, compras, comunicar-se on-line, encontrar pessoas, entretenimento, buscar novos conhecimentos, basta estar em contato com a rede.

### **1.2.1. As três leis que regem a cibercultura**

Para melhor entendimento sobre a cibercultura, Lemos (2003) delimita três leis para analisar o contexto entre a cibercultura e a sociedade contemporânea:

*1º Lei da Reconfiguração.* Devemos evitar a lógica da substituição ou do aniquilamento. Em várias expressões da cibercultura, trata-se de reconfigurar práticas, modalidades midiáticas, espaços, sem a substituição de seus respectivos antecedentes. Nesta lei, os modos de comunicação são reconfigurados de acordo com o advento das tecnologias. O novo não substitui o velho modo, mas se adapta devido as suas necessidades para se manter. Em resumo, fazer diferente o que já se fazia antes com uma comunicação reformada.

*2º Lei da Liberação do pólo da emissão.* As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos mass media. Assim chats, weblogs, sites, listas, novas modalidade midiáticas, e-mails, comunidade virtuais, entre outras formas sociais, podem ser compreendidas por essa segunda lei. Refere-se à emergência de vozes e discurso em transição no espaço comunicacional.

*3º Lei é a lei da Conectividade.* As diversas redes socio-técnica contemporâneas mostram que é possível estar só sem estar isolado. A conectividade generalizada põe em contato direto homens e homens, homens e máquinas, mas também máquinas e máquinas que passam a trocar informação de forma autônoma e independente. Nessa era da conexão o tempo reduz-se ao tempo real e o espaço transforma-se em não espaço, mesmo que por isso a importância do espaço real, como vimos, e do tempo cronológico, que passa, tenham suas importâncias renovadas. Estas relações entre homens e máquinas ocorrem a todo o momento, num espaço curto de tempo e com necessidade de conexão.

Estas leis criadas por Lemos simplificam a evolução da cibercultura, formando uma cultura global, generalizada e com necessidade de estar conectada. Como Lemos diz em sua terceira lei (a Lei da Conectividade), é possível estar só sem estar isolado. A cibercultura mudou o conceito de relacionamento e comunicação. As pessoas preferem conversar através das novas mídias comunicacionais, ao invés de deslocar-se até pessoa, o contato direto deixou de ser importante. O espaço e o tempo transformaram o homem num ser frio. O homem, cheio de princípios e valores, passou a ser um homem - máquina moldado, manipulado em conceitos regidos pela própria rede.

### **1.5 Ciberespaço**

A idéia de Lévy (1999) quanto ao poder da cibercultura pode ser observado na sociedade contemporânea. A partir da nova dimensão espaço-temporal de comunicação e informação planetárias, ou seja, o ciberespaço, toda a economia, a cultura, o saber, a política do século XXI passa por um processo de negociação de acordo com Lemos. O ciber (tecnologias do ciberespaço) tem esse poder de transformar e manipular ideias de acordo com o interesse da maioria. Ainda, ligada á dimensão das tecnologias digitais (LEMOS, 2008, p.18), a forma “ciber” vai manter uma relação complexa com os conteúdos da vida social.

O ciberespaço é muito utilizado pela mídia ao tratar de estudos e pesquisas na área de novas tecnologias. Temos uma idéia do ciberespaço como o conjunto de redes de telecomunicações criadas com o processo digital de circulação das informações. Lemos, tem a visão de que o ciberespaço já esta fazendo parte de todo processo de comunicação, redefinindo o tempo e o espaço, sendo que toda a economia, a cultura, o saber, a política do século XXI, vão passar (e já estão passando) por um processo de negociação, distorção, apropriação a partir da nova dimensão espaço-temporal de comunicação e informação planetária que é o ciberespaço (2008. p. 127).

Inventado pelo escritor norte-americano de ficção científica William Gibson, em 1984, em seu livro *Neuromance*, o termo ciberespaço, começou a ser utilizado por usuários das redes sociais. Para Gibson, é um espaço não-físico, composto por um conjunto de redes de computadores, onde circulam todas as informações.

O ciberespaço. Uma alucinação consensual vivida quotidianamente por dezenas de milhares de operadores em todos os países... Uma representação gráfica de dados extraídos das memórias de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Traços de luz dispostos no não-espaço de espírito. (GIBSON apud LEMOS, 2008, p. 127).

O ciberespaço é, na definição de Lévy, o novo meio de comunicação que surge com a interconexão mundial dos computadores. Esta interconexão vai estar diretamente ligada com a internet, se tornando uma infraestrutura de comunicação, capaz de sustentar o ciberespaço. Lemos (2008, p.128) entende o ciberespaço como uma entidade real, parte vital da cibercultura planetária, onde esta crescendo diante de nossos olhos.

É neste novo meio que vão surgir os *chats*, correio eletrônico, MSN, sendo algumas das maneiras de se comunicar socialmente. A cibercultura disponibiliza diversos ambientes de relacionamento e cada dia cresce o numero de novos perfis e contas na rede, onde as possibilidades de comunicação são infinitas, sejam através de imagens, sons, vídeos, montagens, transformando a comunicação em multimídia.

O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones, portais, sítios e home pages, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informações, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema.” (LEMOS, 2008, p. 87).

A partir da análise da sociabilidade contemporânea proposta por Michel Mafessoli, Lemos destaca que a cibercultura se constitui como uma cibersocialidade, ou seja, uma estética social que poderia ser chamada de “tecnologias do ciberespaço”, como as redes informáticas, realidade virtual e na forma multimídia, convergindo os meios. Esta tecnologia pode ajudar a criar conhecimento, sabedoria. Lévy e Lemos acreditam nessa idéia, destacando a tecnologia do ciberespaço como ponto positivo em relação ao saber. Lévy vai definir esta idéia como inteligência coletiva: “Uma inteligência distribuída por toda parte incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 1999, p. 28). Ainda vai dizer que o crescimento do ciberespaço não determina automaticamente o desenvolvimento da inteligência coletiva, apenas fornece um ambiente adequado para este desenvolvimento. Em verdade, “O ciberespaço, dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se justamente como um dos instrumentos privilegiados da inteligência coletiva” (LÉVY, 1999, p. 29).

Com o constante fluxo de informações processadas, o ciberespaço com suas ferramentas de comunicação, facilitam essa idéia de inteligência coletiva defendida por Lévy(1999). A troca de informações e idéias é constante. Tudo se transforma e se movimenta, criando cada vez mais novas formas de interação, agregando informação e conhecimento no ciberespaço.

## 2 TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

É visível a forma de como o homem contemporâneo se comunica diariamente através do uso das tecnologias. As novas formas de comunicação possibilitam que o homem participe e mostre o seu lado, sua visão de pensamento, expondo suas idéias de acordo com sua visão. A escrita, a imprensa, o carro, os satélites, o telefone, o rádio, a televisão, e assim por diante, são tecnologias e complexos tecnológicos que mudaram para sempre o modo de vida ocidental. No espaço virtual, é possível pôr em jogo convicções e complexificar nossa visão do mundo.

A tecnologia é, e sempre foi inerente ao social. Utilizada no seu sentido mais amplo, ela é constitutiva do homem e de toda a vida em sociedade. A interação homem-tecnologia é uma atividade tecno-social presente em todas as etapas da civilização. O que vemos hoje, com as tecnologias do digital, não é a criação da interatividade propriamente dita, mas de processos baseados em manipulações de informações binárias (LEMOS, 2008, p. 112).

A tecnologia na sociedade não pode ser entendida e representada, sem suas ferramentas tecnológicas. A tecnologia (ou falta dela) incorpora a capacidade de transformação das sociedades. (CASTELLS, 2003). A idéia do autor é o processo verdadeiro que aconteceu e que está acontecendo, pois se tratando de tecnologia, os processos de pesquisa e evolução estão sempre em movimento, e estes dependem da aceitação e adequação da sociedade, com o poder de transformação em poucos anos. Como prevê Castells “[...] sociedade pode entrar num processo acelerado de modernização tecnológica capaz de mudar o destino das economias, do poder militar e do bem-estar em poucos anos” (CASTELLS, 2003, p.44).

Acrescentando essa idéia de modernização acelerada, Castells (2003) diz que, na revolução atual, a transformação que está ocorrendo, refere-se às tecnologias da informação, processamentos e comunicação. O autor define tecnologias de informação, como o “conjunto

convergente de tecnologias em microeletrônica, computação e telecomunicações” (CASTELL, 2003, p. 67). A forma de aplicação para a geração de novos conhecimentos, é que vai caracterizar a revolução tecnológica, juntamente com a forma como ele vai ser utilizada.

O que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a de conhecimentos e informações, mas a aplicação desses conhecimentos e informação para a geração de conhecimento e de dispositivos de processamento/ comunicação da informação em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e o seu uso (CASTELLS, 2003, p. 69).

As novas ferramentas de tecnologias de informação e seus processos dependem, portanto, da ação do homem. Juntamente com uso de computadores e sua constante evolução em termos de comunicação, podem ser consideradas extensões do pensamento humano, ligadas a ampliação de novas idéias, novos canais, possibilitando e facilitando a comunicação entre todos. Castells diz que “assim, computadores, sistemas de comunicação, decodificação e programação genética são todos amplificadores e extensões da mente humana” (CASTELLS, 2003, p. 69).

São através de novos canais e mídias que o homem vai construindo seus laços e adaptando-se aos novos processos de comunicação por meio digital. Desde que a internet surgiu até hoje, cresce em escala mundial num ritmo acelerado, sem distinção de sexo, cor ou idade. Mesmo que o público que mais utilize ainda sejam os jovens, o que se observa é o crescimento de usuários adultos, sendo pais, mães e até avós. Além de usuários comuns, empresas também estão apostando nessas novas mídias. Hoje é comum empresas divulgarem seus perfis e suas notícias por estes meios, além de muitas vezes selecionarem através da rede seus próprios funcionários. Em pouco tempo, os espaços sociais, chats, correio eletrônico e outras redes sociais, foram surgindo e tornando-se elemento fundamental na vida de muitas pessoas. Como é o caso das mídias sociais, mais especificamente a rede social do Facebook, com quase um bilhão de usuários.

## **2.1 Mídias Sociais**

A chamada "mídia social" hoje, é um conjunto de novas tecnologias de comunicação. Como conceito de mídia social, Recuero parte da idéia de que é social porque permite a

apropriação para a sociabilidade a partir da construção de espaço social e da interação com outros autores, além de permitir estas ações de forma individual em uma grande escala.

Com o crescimento intensivo do uso das tecnologias de comunicação e informação, o termo mídia envolve vários formatos, formando o que é chamado de multimídia. A utilização das mídias sociais está ligada diretamente com o uso da internet. São as ferramentas virtuais que permitem a interação e a aproximação entre as pessoas, de acordo com interesses comuns. Cada usuário cria seu próprio conteúdo sendo ele o responsável pela movimentação na rede, através de fotos, vídeos, textos, áudios, ou seja, o fenômeno da multimídia, como Straubhaar exemplifica.

Uma implicação final da revolução da mídia digital é a convergência de meios de comunicação. A multimídia-que integra áudio, imagem e texto digitais em redes de dados. Os meios de massa convencionais-rádio, televisão, impresso e filmes-costumavam ter sistemas de produção e transmissão bem diferenciados. Mas no atual mundo da mídia digital, essas formas convencionais de mídias devem convergir, juntamente com outras formas híbridas, em que um único meio-uma memória de computador de grande escala conectada a uma rede de transmissão de dados de alta velocidade (STRAUBHAAR, 2004,p.23).

Dizard (2000, p, 74) afirma que “estamos entrando num ambiente no qual as máquinas de informação baseadas em computador estão mudando as maneiras como produzimos e armazenamos informações”. A internet que na década de 90 passou a ser um recurso de consumo de massa evoluiu de um simples canal de texto para distribuir serviços digitalizados de impressos, voz e vídeo. Dizard diz que tais mudanças são a terceira grande transformação em tempos modernos.

## **2.2 Redes Sociais**

As redes sociais são vistas como potencializadoras no ciberespaço, pois permitem a interação e compartilhamento de informações e pessoas. Tomando como definição de rede, segundo Castells, uma rede é um conjunto de nós interconectados. Para o autor, “a formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet” (CASTELLS, 2003, p.07).

A internet passou a ser a base tecnológica para a formação organizacional da Era da Informação: a rede (CASTELLS, 2003, p.07). Podemos chamar de rede, um conjunto de nós interconectados, mais claramente, nós seria o ponto de encontro entre duas informações. Cada vez mais as descobertas são feitas coletivamente, com muitos centros e com uma quantidade gigantesca de informações, com trocas de dados continuamente e veloz.

O surgimento da internet proporcionou a difusão das informações de forma mais rápida e mais interativa. Novos canais foram criados e ao mesmo tempo novas informações circulam nos grupos sociais (RECUERO, 2009). Para este fenômeno, podemos destacar as redes sociais, espaço interligando pessoas e relações. Em verdade, uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: **atores** (pessoas, instituições ou grupos) e suas **conexões** (WASSERMAN e FAUSTA, 1994; DEGENNE e FORSÉ, 1999).

Ainda como conceito de rede social, podemos citar Garton, que assim afirma: “quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social” (GARTON, HAYTHOMTHMTHWAIR E WELLMAN, 1997, p.01).

As pessoas estão buscando cada vez mais novas formas de comunicação e conhecimento. A comunicação mediada pelo computador é mais prática e esta se tornando preferência da maioria das pessoas, já que esta comunicação através do ciberespaço possibilita uma aproximação sem contato pessoal. Vale ressaltar a idéia de Recuero (2009) sobre o assunto.

Através do advento da comunicação mediada pelo computador e sua influência na sociedade e na vida cotidiana, as pessoas estariam buscando novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar comunidades já que, por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social (RECUERO, 2009, p.136).

Pelas definições citadas, percebe-se que a rede depende das pessoas e as pessoas dependem da rede para que ocorra o movimento e a troca de informações na rede. Portanto a rede é um processo que está sempre em constante movimento e aperfeiçoamento para que uma melhor interação ocorra. As pessoas adaptaram-se à este novo padrão de interação dos novos tempos, onde cria formas de sociabilidade e novas organizações sociais. (RECUERO, 2009, p.89).

Uma rede social, mesmo na Internet, modifica-se em relação ao tempo. (...) rede é como um elemento em constante mutação no tempo. Como Watts (2003) afirmou, não há redes “paradas” no tempo e no espaço. Redes são dinâmicas e estão sempre em transformações. Essas transformações, em uma rede social, são largamente influenciadas pelas interações (RECUERO, 2009, p. 79).

O novo sistema das redes sociais é uma tendência dominante em relação à evolução das interações na sociedade. A comunicação através destas redes tem sido a grande atração na internet, principalmente entre os jovens. A troca de informações com mais rapidez e agilidade, é um dos seus diferenciais, juntamente com a interatividade, através da troca de mensagens e compartilhamento entre os interlocutores.

Como principal função das redes sociais está à conectividade entre as pessoas mediadas pela comunicação. Seu surgimento possibilitou a criação de novos espaços de comunicação, bem como a discussão de assuntos de interesse, além da troca de opiniões e informações. Conhecer novas pessoas ou até mesmo manter relações pessoais, independente de distância, expor opiniões e conhecer o mundo em que se vive são alguns dos fatores da utilização da rede. Em resumo poderia se dizer que as redes sociais são responsáveis pela socializar pessoas.

### **2.2.1 Facebook**

O Facebook é uma rede social criada em 2004 pelo ex-estudante de Harvard, Mark Zuckerberg. Mark tinha como objetivo a criação de uma rede de compartilhamentos e contatos, em um momento crucial da vida de um jovem universitário. O site no início foi focado somente para estudantes de Harvard, porém, logo se expandiu para outros colégios de Boston. Com o tempo, o Facebook passou a ser utilizado por estudantes universitário, após estudantes e hoje pode ser utilizado por qualquer pessoa com idade a partir de 13 anos.

A rede social do Facebook tem acesso gratuito. Seus utilizadores podem interagir uns com os outros, podendo haver troca de mensagens e adição de amigos, muitas vezes de cidades distantes. Na rede, ocorre ainda o compartilhamento de informações como textos, áudios, vídeos e imagens, interagindo ocorrendo entre os usuários. Fonseca destaca:

*O Facebook é uma plataforma de comunicação online, uma ‘rede social’ como é caracterizada pela mídia, que permite segundo a página oficial, ‘comunicar e partilhar com as pessoas que fazem parte da tua vida’ (www.facebook.com). O Facebook é um espaço virtual onde atores trocam informações, partilhadas por largos milhões de utilizadores, uma RSSC1 (redes sociais suportadas por*

computadores). Esta rede virtual de contactos é composta por várias aplicações, presentes numa página frontal, com apresentação apelativa e de fácil acesso(FONSECA, 2011, p.04).

A rede social do Facebook possibilita diversas ferramentas que podem ser utilizadas de acordo com a vontade do usuário. Entre elas destacam-se as ferramentas de curtir ou comentar links, notícias, fotos, de acordo com seus gostos ou expressar opinião. Dados divulgados pela equipe de marketing da rede social encontrados no site *Olhar Digital*<sup>2</sup> revelam que, o Facebook promove 3,2 bilhões de “curtidas” e comentários por dia. No total de 955 milhões de usuários ativos por mês, que gastam 6 horas e 35 minutos mensais na rede. Ainda, o site diz que a presença da rede nos dispositivos móveis, cresceu 67% em um ano, para 543 milhões de usuários ativos por mês.

---

<sup>2</sup>Pesquisa disponível no site Olhar Digital: [http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes\\_sociais/noticias/facebook-reune-3,2-bi-de-likes-e-comentarios-por-dia](http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes_sociais/noticias/facebook-reune-3,2-bi-de-likes-e-comentarios-por-dia).

## 3 METODOLOGIA

### 3.1 Objeto de Estudo

Com o crescimento intensivo das novas mídias, as formas de se transmitir informação são variáveis no sentido de formatos e meios. Nosso objeto de estudo no presente trabalho são alunos da Universidade de Passo Fundo, do Curso de Jornalismo. Estes alunos concluirão o curso no final do semestre do corrente ano. O curso, com duração de sete semestres, tem como um dos objetivos preparar pessoas capacitadas para atuar no mercado da informação. Uma dessas capacitações é a responsabilidade de transmitir a informação, de uma forma correta, através dos meios de comunicação existentes. Com a revolução do fenômeno da internet, as formas de se divulgar uma determinada notícia ou até mesmo uma opinião, transformaram também as formas de transmissão.

Este trabalho visa, portanto, compreender de que forma as redes sociais, mais especificamente o Facebook, está sendo utilizadas na divulgação de informações jornalísticas por futuros jornalistas, porém, vale lembrar que o objetivo principal desta rede não é somente a divulgação de notícias, mas sim mais voltada para o entretenimento. Informar é apenas mais umas das utilidades de qualquer rede social, e neste caso estudado, o Facebook, pois além de seu constante crescimento, é uma das ferramentas que mais possibilitam a interação e exploração de conteúdos digitais. Com a possibilidade de compartilhamento de notícias, além de vídeos, músicas, entre outros gêneros, pode trazer a informação em tempo real. Seus usuários procuram cada vez mais informações, além de contribuírem com a construção das notícias.

Entre tantos meios de comunicação, a escolha pela mídia social, Facebook se deve ao fato de ser a rede que mais cresce no momento. Mesmo com outras mídias muito utilizadas como o Twitter, o Facebook está se destacando em termos de novos usuários diariamente. Além disso, a rede possibilita interação entre todos. É o usuário que tem o domínio de criar

seu perfil e suas páginas com o conteúdo que lhe convém. O novo leitor deixou de ser apenas um receptor, agora ele pode ser o mediador e produtor de suas notícias.

O valor da notícia depende muito da forma de como ela é exposta, além da responsabilidade de quem as divulga. De nada adianta ser uma notícia repercutida se não for divulgada de forma correta. Estudar jornalismo não é apenas a busca por um diploma, pelo conhecimento na forma de tratar a notícia e conduzi-la por caminhos certos e concretos. A escolha por alunos graduados do Curso de Jornalismo justificasse pela curiosidade em descobrir de que forma futuros profissionais da estão usufruindo de tais mídias e de seus conhecimentos sobre as informações e de que forma essas informações estão sendo levadas ao público.

### **3.2 Variáveis de Análise**

A análise desenvolvida tem como meta classificar as informações processadas da rede social do Facebook, em três gêneros: informativo, opinativo e entretenimento. Para analisar estes gêneros, foram utilizados Marques de Mello conceituando sobre os gêneros informativos e opinativos e Defleur para a idéia de entretenimento.

Marques de Mello (2003, p.63) diz que o jornalismo articula-se, portanto, em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa), ou seja, a descrição e a versão dos fatos.

Ainda, Marques de Mello (2003) subdivide nos seguintes gêneros: Jornalismo Informativo: nota, notícia, reportagem e entrevista; Jornalismo Opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Como o próprio nome já remete entretenimento, podemos associar a algo que promova nosso bem-estar, divertimento, seja passeando, fazendo compras, navegando na internet, lendo um livro. A busca pela interação e entretenimento está presente desde o nascimento do indivíduo.

Como definição, Defleur afirma que podemos chamar de entretenimento, uma forma de nos tornarmos “sociais”, aprender papéis, normas e valores, ao lidar com os outros. É em nosso divertimento que expressamos a nós mesmos e as nossas culturas, tais como a dança, o esporte, as cerimônias e as comemorações (DEFLEUR, 1993, p.324).

Com a finalidade de classificar tais informações contidas na rede, a presente análise segue analisando o conteúdo postado. Para isso, adotou-se o modo de análise de conteúdo, os

dados relatados foram feitos de acordo com o conteúdo que cada perfil escolhido executou nesses dias da presente análise.

Para dar entendimento sobre o que seria uma análise de conteúdo, destaca-se a idéia de Bardin (2009). Segundo o autor, visam iniciar um investigador iniciante na tarefa seguinte: o jogo entre as hipóteses, entre a ou as técnicas e a interpretação. “Isto porque a análise de conteúdo se faz pela prática” (BARDIN, 2009, p.51). Ainda, para Bardin (2009) análise de conteúdo deve ter como ponto de partida uma organização. As diferentes fases da análise de conteúdo organizam-se em torno de três pólos, conforme Bardin: 1. A pré-análise; 2. A exploração do material; e, por fim, 3. O tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação (2009, p.121).

### **3.3 Processos Metodológicos**

Para o processo da pesquisa, foram selecionados vinte perfis, de graduandos do curso de jornalismo, que foram visitados em período contínuo, porém, sem datas específicas, mas compreendidas entre primeiro e dezanove de novembro. As visitas feitas entre os perfis e seus respectivos dias têm por objetivo analisar de que forma as pessoas costumam se valer da rede social pra divulgação de notícias jornalísticas e informação.

Durante cada visita, a marcação dos dados foi efetuada em uma tabela para o melhor desenvolvimento e qualidade da pesquisa. Na Tabela 1 se encontra os dados numéricos da classificação das postagens, com a classificação por gênero, identificação do perfil e quantidade de postagens em números. A tabela foi construída de uma maneira que não revelasse a identidade dos participantes, chamados de Perfil “1”, Perfil “2” e assim sucessivamente, até o Perfil “20”, no final totalizando o número de postagens. De acordo com os resultados obtidos, foi formulado um gráfico com números por cento.

## 4 ANÁLISE

A análise de conteúdo desenvolvida neste trabalho, baseada nos conceitos destacados por Bardin( 2009) têm como objetivo, avaliar as postagens realizadas por seus usuários por meio do Facebook. A observação de como futuros jornalistas estão lidando com esse meio é de total importância, se tratando da responsabilidade em seu aspecto profissional.

A observação de vinte perfis na rede possibilitou uma análise baseada em dados coletados diariamente em um período determinado de acordo com a metodologia de avaliar de que forma os futuros jornalistas estão utilizando e rede social do Facebook, na divulgação de notícias jornalísticas. Inicialmente havia sido estipulado um período específico de dias contínuos e restritos para ser analisado em todos os perfis. Porém, ao dar início às visitas observou-se que alguns perfis não possuíam nenhuma postagem no período previamente definido. Para facilitar a coleta de dados, fez-se a opção por analisar sete dias contínuos de postagens em todos os perfis participantes da pesquisa, porém sem uma data fixa para todos.

Participaram da pesquisa, de acordo com o que já se afirmou vinte estudantes. Dentre estas pessoas estão dezoito mulheres e dois homens, com faixa etária compreendida entre vinte anos e trinta e um anos de idade. Todos os participantes da pesquisa são estudantes do curso de jornalismo, a maioria atua profissionalmente, como estagiários ou ligados aos meios de comunicação.

Os dados coletados seguem apresentados na Tabela 1, considerando a consulta aos perfis do Facebook e a classificação das postagens como gêneros: informativos, opinativos e de entretenimento. Os dados dispostos na Tabela 1 contém os resultados da pesquisa de campo, por meio das postagens em números como pode ser observado a seguir. O gráfico colorido foi utilizado para melhor entender seus respectivos dados, juntamente com a avaliação dos gêneros da presente pesquisa.

Tabela 1- Resultados da consulta aos perfis do Facebook

Identificação do perfil	Postagens informativas	Postagens opinativas	Postagens de entretenimento	Total de postagens
Perfil "1"	9	13	12	34
Perfil "2"	9	7	13	29
Perfil "3"	4	22	3	29
Perfil "4"	5	2	4	11
Perfil "5"	1	1	1	3
Perfil "6"	24	9	12	45
Perfil "7"	4	2	-	6
Perfil "8"	4	6	4	14
Perfil "9"	5	2	1	8
Perfil "10"	9	27	28	64
Perfil "11"	3	8	4	15
Perfil "12"	3	8	4	15
Perfil "13"	6	16	12	34
Perfil "14"	1	2	7	10
Perfil "15"	-	19	13	32
Perfil "16"	2	14	28	44
Perfil "17"	2	5	5	12
Perfil "18"	9	7	6	22
Perfil "19"	-	2	3	5
Perfil "20"	2	1	4	7
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>173</b>	<b>164</b>	<b>439</b>

Tabela dividida por cores classificando os gêneros utilizados na pesquisa com seus respectivos resultados numéricos.

No total da tabela, encontram-se os resultados obtidos. Foram 439 postagens, dentre essas, 164 postagens foram de entretenimento, seguindo com 173 foram do gênero opinativo e por último e com o menor resultado de postagens, encontra-se o gênero informativo.

A partir dos dados observados no gráfico, o que mais chama a atenção é o fato de que os textos de caráter informativo são os que menos são utilizados pelos usuários do Facebook. Como preferência dos usuários da rede social, observa-se a maior quantidade de entretenimento e os opinativos, sendo que estes últimos representam o gênero mais utilizado pelos utilizadores da rede.

Embora existam cinco perfis que apresentem um percentual maior de postagens com textos informativos, os quinze outros perfis destacam-se na utilização dos gêneros

opinativos e de entretenimento. Assim como outras redes, o Facebook é utilizado e visto pelos usuários como um lugar de livre publicação, onde estas são voltadas muito mais na transição de suas idéias, sentimentos, preferências pessoais do que propriamente à comunicação de fatos e notícias.

Para melhor entendimento em termos de porcentagem sobre os dados coletados, foi criado um gráfico, (Gráfico 01 abaixo) separado por cores de acordo com os gêneros observados na pesquisa.:

Gráfico 01 – Dados em porcentagem dos perfis do facebook consultados

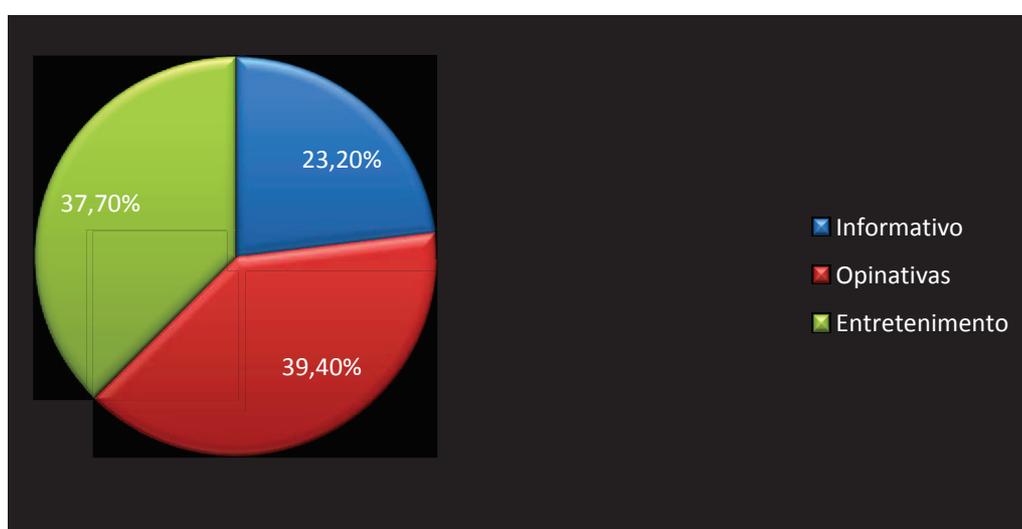


Gráfico com total em porcentagem com dados coletados na análise.

Conforme expõe no gráfico, apenas 23.2% das postagens analisadas, dentre 439, são classificadas como textos informativos. Em contrapartida, praticamente 40% das postagens, deste mesmo total, referem-se às opiniões que os usuários dão sobre o que está acontecendo no mundo e a sua volta.

Pelo baixo número de postagens encontradas com caráter informativo, se percebe que não existe uma cultura de acessar a página do Facebook para buscar uma informação ou ainda para comunicar um fato ou divulgar um produto. O Facebook não está sendo visto e utilizado como um ambiente de divulgação de noticiais e acontecimentos. Está sendo utilizado como descontração, espaço de encontro e troca de opiniões e sentimentos. O que podemos concluir é a idéia de acessar a rede social para conversar com amigos, promover a própria imagem e saber mais sobre a vida de outras pessoas adicionadas. Estes fatores poderiam levar a um novo estudo sobre o pensamento das pessoas diante das redes sociais e sua construção do “eu”

na rede. Logo, o Facebook, nesta pesquisa, é visto como um espaço de entretenimento e de comentários sobre situações do mundo, não podendo ser classificado como meio de comunicação que concentra alto potencial na formação e informação da população.

Dentre as postagens observou-se, também, que os poucos textos informativos postados se limitam a divulgar festas e eventos. Quanto aos textos de entretenimento, que somaram 37.7% do total de postagens, pode-se afirmar que a grande maioria se enquadra como slides ou montagens baixadas da internet, que revelam o gosto musical dos usuários, seus programas de televisão preferidos, artistas em evidência na mídia, etc. Também aparecem muitas postagens de fotos individuais do proprietário do perfil, com comentários de amigos, um hábito próprio da rede, e de construção de identidade pessoal.

Como textos predominantes estão postagens opinativas, congregando 39.4% do total de publicações, o que representa 173 formas de expressar as opiniões dos usuários. Em geral, pode-se dizer que os participantes da pesquisa postaram praticamente sobre o seu estado emocional ou sobre fatos concretos que estão em evidência no atual cenário, seja do esporte, da política, da economia, se sua cidade, elementos que estão em evidência a todo o momento, com notícias e opiniões sempre recentes.

A análise dos dados deixou claro que a preferência dos usuários está justamente em comentar ou opinar sobre aquilo que está acontecendo no mundo, assim como também agrada muito o público pesquisado manifestar opiniões baseada em links da internet que retratam ou aproximam o quadro emocional que a pessoa se encontra em determinado momento. Os usuários se identificam com um determinado link, o compartilham e o mesmo se torna alvo de comentários e manifestações de opiniões, além de compartilhamentos, ferramenta disponível do Facebook. Deste compartilhamento, tal link está sempre em circulação da rede. O que mais se percebe na rede, é o compartilhamento de quadros de sentimentos que mais chamam a atenção dos usuários do Facebook, repercutindo em mais postagens e fazendo deste gênero opinativo o mais interessante pelo público participante da pesquisa.

Assim sendo, a análise dos dados coletados, nos vinte perfis dos usuários do Facebook analisados, possibilita a percepção de que esta rede social é pouco explorada para fins de divulgação de textos jornalísticos, com caráter informativo. Predominam gêneros de entretenimento e especialmente a divulgação de opiniões sobre diferentes fatos e situações que fazem parte do momento atual, seja de um local específico ou da vida das pessoas.

O Facebook tem sido utilizado, conforme apresenta a pesquisa de campo, para que as pessoas se descontraíam e possam se posicionar frente aos fatos, especialmente porque este

posicionamento é facilitado pela ausência de contato direto entre os sujeitos. O contato físico inibe a manifestação de opiniões, por colocar as pessoas frente a frente, enquanto que o Facebook permite que todos expressem a opinião desejada, na hora preferida, sem nenhum comprometimento cara a cara.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, o acesso a internet modificou a forma de como seus utilizadores se relacionam entre si e com o mundo. Seus usuários buscam no meio digital, uma nova forma de pesquisar e disseminar informação. A rede social do Facebook está se destacando entre as demais redes no momento. O acesso a rede já virou rotina para muitas pessoas, sendo difícil passarem muito tempo sem ter acesso ao Facebook.

O uso do Facebook é feito de forma espontânea, onde cada um acessa ou procura por seus interesses, além das informações as postagens estão sempre se atualizando na página principal. Conforme a análise, pôde se constatar que seu uso está sendo mais voltado para a divulgação do gênero opinativo. As pessoas se expõem e se expressam na rede de acordo com seus pensamentos ou desejos, tornando seu perfil uma espécie de diário íntimo.

Na atual sociedade contemporânea, movida pelo uso das tecnologias cada vez mais inovadoras, as redes sociais, mudaram alguns conceitos ligados a comunicação. A utilização do Facebook está se tornando um elemento indispensável na vida de muitas pessoas. O fluxo de acessos na rede e informações é constante. Ao mesmo tempo em que possibilita o entretenimento, é capaz de informar em tempo real e numa escala global. Porém é preciso saber usufruir desta ferramenta com inúmeras funcionalidades, capaz de transformar as formas de relacionamento entre todos. A troca de informações é necessária pra que não perca seu sentido com o passar dos tempos, como o Orkut, por exemplo.

Como resultado analisado neste trabalho, futuros jornalistas observados, ainda não aderiram à rede social do Facebook para a publicação ou compartilhamento de informações jornalísticas. Ainda é visto como ferramenta de entretenimento e circulação de opiniões próprias. Num geral, o que pode ser observado é que realmente, as redes sociais ainda não estão sendo utilizadas num sentido amplo, quanto à aplicação jornalística em suas páginas. A rede social do Facebook não é voltada diretamente ao jornalismo, é apenas mais um suporte capaz de propagar informação em tempo real, permitindo a comunicação de muitos para todos.

Conforme destaca Benini (2011), as redes sociais permitem uma interação com seus usuários que nenhum outro meio oferece. O Facebook por si só, já permite uma interação automática, mas é preciso a participação das pessoas no meio. Desta forma, vale lembrar o conceito de Primo (2007), destacando que a rede social não pode ser formada apenas pela ligação entre os que estão conectados, é preciso haver interação entre os envolvidos e não apenas com a ferramenta. Portanto, é de extrema importância valorizar o poder das redes sociais, não somente como forma de lazer e entretenimento, mas também na distribuição e compartilhamento de informações do meio jornalístico. Assim, é de responsabilidade de pessoas capacitadas e envolvidas na essência do jornalismo, usufruir dessa ferramenta inovadora, que tem o poder de atrair e envolver cada vez mais pessoas em seu meio.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 70. ed. Lisboa, Portugal: LDA, 2009.

BENINI, Rosi. Branding online e engajamento do consumidor. In GIARDELLI, Gil. **Redes Sociais e Inovação Digital**. Disponível em: [www.gaiacreative.com.br](http://www.gaiacreative.com.br). Acessado em 24 de setembro de 2011.

CASTELLS, **Manuel**. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. vol 1. A Sociedade em Rede. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DEFLEUR, Melvin L. & BALL-ROCKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. 5 ed. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1993.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Introducing Social Networks**. London: Sage, 1999.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FONSECA, Carlos Alexandre Martins. **Cartografias do self no Facebook**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Coimbra, Portugal. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/.../1/Tese%20Alexandre%20Final.pdf>. Acessado em 20 de outubro de 2011.

GARTON, L; HAYTHORNTHWAITE, C; WELLMAN, B. **Studying On Line Social Networks**. Journal of Computer Mediated Communication, n. 3, vol. 1, 1997.

LEMOS, André. **Cibercultura**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. 4. ed. Porto Alegre, Sulina, 2008.

\_\_\_\_\_. Cibercultura: alguns pontos para compreender a época. In: LEMOS, A. & CUNHA, P. (orgs). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre, Sulina, 2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinitivo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. 2. ed. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **Revista da Associação nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS**, Agosto de 2007.

RECUERO, Raquel. Elementos para a análise da conversação na comunicação mediada pelo computador. In: **Verso e Reverso**. São Leopoldo: UNISINOS. vol. 3, p. 1-15, 2008.

\_\_\_\_\_. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

STRAUBHAAR, Joseph & LAROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Tradução José Antônio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. **Social Network Analysis. Methods and Applications**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.