PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE SOBRE O GRUPO RECLAMA SÃO BORJA

Cristiano Franco Ritzel [1]

Melani Laura Fertonani [2]

Bruna Falcao dos Santos [3]

Eloisa Joseane Da Cunha Klein [4]

Resumo:

O seguinte trabalho tem como objetivo analisar publicações no grupo Reclama São Borja, presente na rede social Facebook, com o intuito de compreender a apropriação do grupo para realizar a discussão sobre problemas vivenciados na cidade. Como o Facebook faz parte dos sites mais acessados pelos brasileiros, o avanço das mídias e o fácil acesso à internet, se tornou mais acessível adentrar e participar de discussões em grupos online. O grupo conta 25 mil membros, enquanto a população da cidade é de 62 mil habitantes. Percebe-se que os assuntos compartilhados ganham repercussão offline, o que acaba gerando debates. O presente artigo é de caráter descritivo-analítico, a qual a análise foi realizada com base em duas postagens publicadas no grupo Reclama São Borja. Conclui-se que as publicações compartilhadas por membros normalmente são de diversos cunho como indignações, denúncias, entre outros. Por conta disso, cada indivíduo se sente inserido na comunidade, mesmo que de forma não presencial. As publicações acabam gerando uma série de comentários baseados em suas opiniões singulares. Os resultados demonstram que as informações compartilhadas ganham outras dinâmicas na rede social, e modificam diretamente opiniões da população são-borjense

Palavras-chave: Redes Sociais

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE SOBRE O GRUPO RECLAMA SÃO BORJA

[1] Aluno de graduação. cristianofrancco@gmail.com. Autor principal

[2] Aluno de graduação. melanilfertonani@gmail.com. Co-autor

[3] Aluno de graduação. bfalcao685@gmail.com. Co-autor

[4] Docente. eloisajcklein@gmail.com. Orientador



A PROPAGAÇÃO DE INFORMAÇÃO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE SOBRE O GRUPO RECLAMA SÃO BORJA

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento da propagação de conteúdos em redes sociais, percebe-se também que a informação está cada vez mais acessível, fazendo com que os usuários possam interagir, participar, comentar, além de produzir informação. A facilitação do acesso às informações também vem acompanhada da possibilidade de alteração do conteúdo: tudo que for publicado na internet pode ser recriado e modificado (LEMOS, 2005), diferente dos outros veículos de comunicação. O aumento do uso dos smartphones no Brasil aponta igualmente para o crescimento da utilização da internet. É o que mostra a pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), que revela que em 2018 são 220 milhões de celulares em funcionamento no país. Com isso, tem havido um crescimento na propagação dos conteúdos em redes. A pesquisa mostra que 75% dos brasileiros tende a se informar pelas redes sociais, sendo os sites mais usados Google, YouTube e Facebook.

O objetivo deste texto é analisar o espalhamento de notícias no grupo Reclama São Borja, do Facebook, observando como a notícia é publicada e remodelada através das interações dos usuários, a partir de postagens com grandes repercussões na cidade. O grupo possuiu um alto índice de propagação de notícias na região de São Borja, devido à participação ativa dos membros, que já são 25 mil pessoas, sendo que São Borja tem em torno de 62 mil habitantes. As notícias, sendo ou não verdadeiras, recebem uma grande atenção dos usuários, e geram uma interação dentro e fora da internet, já que o grupo motiva discussões nos variados circuitos sociais da cidade.

Com o surgimento e popularização das mídias socias, o espalhamento de informações se tornou algo corriqueiro para os usuários ativos na internet. A existência de locais e grupos para esta troca são caracterizados pela singularidade como é repassada a notícia, devido a um espaço de colaboração, baseada na interação e participação ativa de quem produz e recebe conteúdo. Para Henry Jenkins (2000 p.24) o público não é mais visto como apenas consumidores de mensagens, mas como "pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes".

A fácil adaptação às redes sociais ocasiona também a inclusão de diferentes classes econômicas e, desta maneira, as notícias ganham outras formas, sendo que nenhum indivíduo irá entendê-la de forma completamente igual. A internet permitiu o compartilhamento de diferentes posts, deixando os usuários livres para passarem para frente seus conteúdos e expressarem suas opiniões. Segundo Sérgio Branco (2017, p. 56), em nenhuma plataforma a liberdade de se expressar teve tão grande impacto quanto nas redes sociais, pois nelas o que vale é exclusivamente a vontade do usuário.

2 METODOLOGIA

É essencial a compreensão de que cada site de rede social apresenta características e qualidades que podem condicionar a dinâmica da notícia. O Facebook é a rede social mais usada popular no mundo, com dois bilhões de usuários que acessam seus perfis ao menos mensalmente, segundo matéria do site Estadão (2018). Parte deste sucesso decorre do fato de que os usuários possuem fácil acesso ao obter informações. A possibilidade de demonstração de opinião criada pela internet e as redes socias, principalmente Facebook, ocasionou o surgimento de inúmeros grupos de indivíduos. No caso estudado neste texto, o grupo Reclama São Borja, fica notável que o interesse em comum de seus membros são assuntos ligados à região. São em média 15 postagens diárias, referentes a reclamações sobre a administração da cidade, pedidos de ajuda, divulgações, informações, entre outros. As publicações são feitas pelos participantes do Reclama São Borja, já que o grupo é privado e não autoriza publicações de pessoas não filiadas. O que caracteriza esse grupo é a movimentação diária de informações jornalísticas e não jornalísticas, o que gera grande adesão.

O espalhamento de informação no Reclama São Borja é rápido e instantâneo. Assim que um determinado usuário posta uma informação no grupo, a mesma é exposta no feed das pessoas que seguem este grupo. A partir da divulgação das notícias, os participantes do grupo podem automaticamente fazer comentários, interações, entre outros. Ao navegar no grupo é notável inúmeras publicações de diversos engajamentos, ligadas a política, reclamações, denúncias, exposição pessoal, entre outras.

Jenkins, Green, Ford (2015) falam sobre o compartilhamento de uma maneira jamais imaginada antes, e com isso podemos ter uma noção de quanto um argumento absurdo e contrário consegue se propagar no grupo de maneira a causar problemas reais, fora da rede online.

> Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construidas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS, GREEN, FORD, 2015, p. 24).

A onda de comentários e interações ocorre pelo interesse em comum dos frequentadores do grupo, ou seja, os autores não se sentem isolados pois sabem que naquele lugar seu conteúdo será visto e sua opinião – na maioria das vezes – será ouvida e vista por alguém. Fazendo assim o indivíduo se sentir inserido na comunidade, mesmo que de forma não-presencial, já que, como a localização geográfica não é mais considerado um grande problema para inserção em diversas culturas.

> Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena engajar neste conteúdo? É de interesse para algumas pessoas especificas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? Qual é a melhor plataforma para espalhar essa informação? Será que deve circular com uma mensagem especial anexada? Mas, se nenhum comentário adicional é anexado, simplesmente receber uma história ou um vídeo de alguém insere todo um leque de novos e possíveis significados ao texto. Quando uma pessoa ouve, lê ou vê conteúdos compartilhados, ela pensa não apenas – e muitas vezes nem

> principalmente – no que os produtores podem ter desejado dizer com aquele material, mas no que estava tentando lhe comunicar quem o compartilhou com ela (JENKINS, GREEN, FORD 2015, p.37).

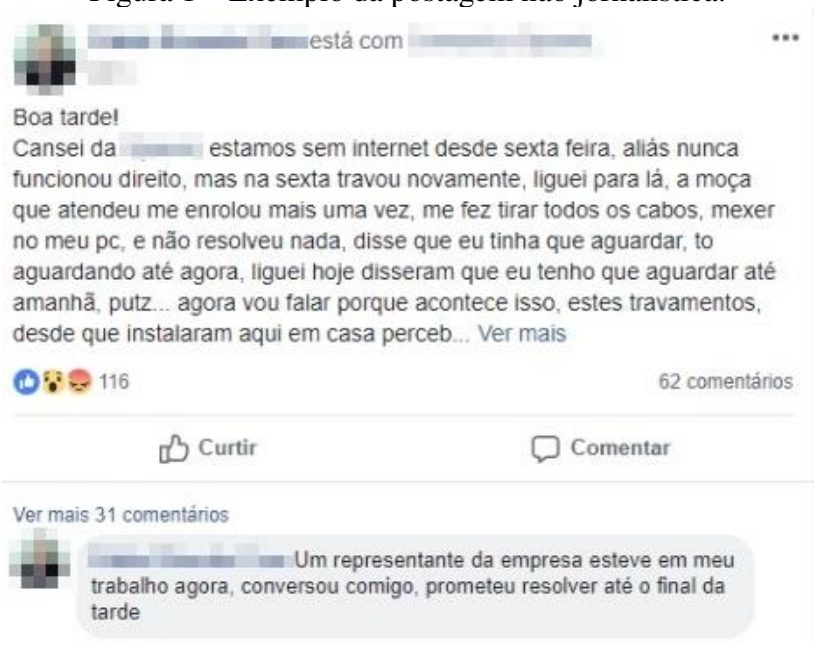
A partir desta base teórica, procuramos evidenciar no recorte escolhido para análise, como os usuários do grupo estão remixando o conteúdo principal com outras informações e opiniões, quais as formas adicionais de interação sobre o conteúdo. Por fim, analisamos como tais aspectos revelam uma apropriação do grupo Reclama São Borja para o debate de temas que afetam a realidade vivida pelos cidadãos.

3 RESULTADOS e DISCUSSÃO

Com o intuito de analisar as postagens, selecionamos duas publicações do grupo, uma jornalística e a outra não jornalística. O motivo da escolha foi pela alta repercussão ocorrida em curto prazo. Percebe-se que as interações dos usuários estão modificando informações e agregando impressões e opiniões aos conteúdos postados, além da presença de reações passionais e comentários hostis.

Na figura 1, temos a reclamação da população insatisfeita com os serviços de uma empresa de internet local. A publicação é referente ao mês de agosto, no qual contou com mais de 62 comentários e 116 reações em menos de 22 horas, número considero alto, dado o fato de São Borja ter apenas 62 mil habitantes. Neste post, observa-se uma grande interação dos usuários do grupo, com uma repercussão negativa sobre o funcionamento de um serviço de internet, que ultrapassa a lógica de divulgação jornalística e abrange a troca de experiências individuais.

Figura 1 – Exemplo da postagem não jornalística.



Fonte: dados de pesquisa

Na figura 2, os participantes não pensam em outras razões para o compartilhamento de itens no grupo, além de ser são-borjense, e terem um espaço chamado Reclama São Borja para postar suas indignações. Em relação às informações jornalísticas, observa-se que acabam tendo o mesmo peso que qualquer informação ou relato postado por algum anônimo, já que em muito dos casos a legenda inserida pelo autor do post acaba decidindo o ritmo tomado

pelos outros membros. Como vemos na imagem, onde o comentário da autora do post acaba por se sobressair à informação noticiada. O post obteve mais de 82 comentários e 230 reações.

Já nas primeiras interações nos comentários, percebemos uma grande insatisfação e indignação dos usuários. Muitos dos comentários se colocam em relação de empatia, em razão de que o fato publicado é um problema recorrente para alguns usuários dessa empresa. Entretanto após o relato do autor do post, o mesmo atualiza a situação relatava afirmando que a empresa de internet entrou em contato para solucionar seu problema.

Figura 2 – Exemplo da postagem jornalística.



Fonte: dados de pesquisa

Analisamos os 20 primeiros comentários da notícia jornalística, que em sua maioria são negativos e criticam a cobrança de taxas, pois acusam a administração da cidade por ser oportunista, com comentários como: "Que vergonha", "Aproveitadores de plantão", "Que barbaridade", entre outros. Além de muitos ataques partidários, o principal elemento apresentado pelos participantes da discussão é o sentimento de vergonha. Cunha (2014) analisa que todo comentário expressa uma posição interessada. "O simples fato de que eu comecei a falar sobre ele (objeto do discurso) já significa que eu assumi uma certa atitude em relação a ele — não uma atitude indiferente, mas uma atitude efetiva e interessada" (CUNHA, 2014, p. 14).

Os comentários observados no grupo Reclama São Borja revelam uma reação passional e imediata ao conteúdo, com baixa predominância de reflexão argumentativa sobre

os assuntos postados. “As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo com o excesso e a circulação virótica de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos” (LEMOS, 2005), como analisa André Lemos (2005), tais discursos eram “anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos mas media”, porém, na internet, conseguem espaço para se expor, expandir e mudar os circuitos comunicacionais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada, observamos que o engajamento dos membros se dá em relação à sua necessidade de participar e serem ouvidos pela sociedade, como fica claro pelo exemplo n. 1, em que um homem relata sua experiência negativa com um serviço de internet. Também observamos este indicativo no comentário anexo à notícia sobre cobrança de taxas sobre ingressos para bailes. Notamos que no grupo muitas reclamações são de pessoas não especializadas nos devidos assuntos. Isso é possível de concluir devido ao fato de terceiros complementarem essas informações em seus comentários. Também frequentemente se observa a exposição de pessoas ou instituições, sem preocupação com a ação de difamar a reputação de alguém.

Nos casos observados, ocorreu uma reação real ao compartilhamento de conteúdo. Isso ocorre devido a uma mediação no grupo, que por vezes resulta no banimento de membros. A partir deste estudo, percebemos que a disseminação de informações no grupo Reclama São Borja por pessoas não especialistas no assunto acaba gerando comentários de ódio.

REFERÊNCIAS

Livros:

CUNHA, Dóris de Arruda C. Reflexões sobre o ponto de vista e a construção discursiva de comentários de leitores na web. In REINO, Lucas; BEUNO, Thaísa. Comentários na internet. UFMA, 2014. Disponível em: http://gmidia.ufma.br/livro/comentarios-na-internet/Comentarios-na-Internet.pdf

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Cultura da Conexão. São Paulo: Aleph, 2015.

Revista:

BRANCO, Sérgio. Fake news e os caminhos para fora da bolha. Interesse Nacional, São Paulo, ano 10, n. 38 , p. 51-61, ago./out. 2017. Disponível em: https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/sergio-fakenews.pdf

Referências eletrônicas:

ESTADÃO. Facebook chega a 2,13 bilhões de usuários em todo o mundo. ESTADÃO. Publicado em 31/01/2018. Disponível em: https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-chega-a-2-13-bilhoes-de-usuarios-em-todo-o-mundo,70002173062

LEMOS, André. Cibercultura Remix. “Sentidos e Processos” dentro da mostra “Cinético Digital’, no Centro Itaú Cultural. A mesa tinha como tema: “Redes: criação e reconfiguração”, São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005. Disponível em: https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf