



Interações e Negociações de Sentidos nas Redes Sociais: Um Estudo Sobre os Grupos de Discussão do *Facebook* em Cruz Alta-RS¹

Fabiana ISER²

Janaíne dos SANTOS³

Veronice MASTELLA⁴

Davi dos Santos PEREIRA⁵

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, RS

Resumo

A centralidade da pesquisa aqui apresentada está no estudo da interação dos receptores em grupos de discussão da rede social *Facebook*, criados na cidade de Cruz Alta-RS. Nossa intenção é contribuir com o debate em torno da Internet e dos espaços proporcionados pela rede para interação dos atores sociais e produção de conteúdo e, em contrapartida, sobre o uso que é feito desse espaço. A partir de um arranjo teórico que ajude na compreensão acerca do fenômeno da comunicação possibilitada pela/na Internet e a relação dos sujeitos com esse contexto virtual, a pesquisa qualitativa de campo tomará como foco um dos grupos identificados na cidade, o que permitirá o aprofundamento das análises com os indivíduos participantes. Esta proposta faz parte de uma pesquisa em desenvolvimento na Universidade de Cruz Alta.

Palavras-Chave: Recepção; Internet; Mediação; Usos; Apropriações.

Introdução

O processo de comunicação midiática é marcado por complexas relações travadas entre as instâncias que dele fazem parte. Numa constante negociação de sentidos ocorrem interações entre os atores do espaço de produção dos produtos veiculados na mídia, aqueles que os consomem e as especificidades que demarcam a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de Recepção do V SIPECOM - Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação.

² Orientadora da pesquisa. Professora e coordenadora do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: fabianaiser@yahoo.com.br

³ Colaboradora da pesquisa. Professora do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: sjanaines@gmail.com

⁴ Colaboradora da pesquisa. Professora do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: veromastella@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação - 6º semestre do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. Bolsista de Iniciação Científica. E-mail: davipereira93@gmail.com



atuação do próprio produto nesta relação. Longe de ser um processo estático ou pré-determinado, a comunicação midiática e suas relações com a sociedade são dinâmicas e ditam o ritmo de grande parte das experiências cotidianas da atualidade, tendo em vista a centralidade adquirida pelos meios de comunicação, que oportunizam constantemente novos modos de se relacionar com o mundo e entre os sujeitos.

Tendo em vista a intenção da pesquisa no campo da Comunicação de avançar nos estudos científicos que contribuam com o entendimento deste processo e suas complexas relações, conformadas no cotidiano, é premente desenvolver em diferentes contextos a pesquisa empírica relacionada a essa área de estudo. E no cotidiano dos grupos sociais surgem campos férteis para tal, alicerçados em especial no terreno dos estudos de recepção. Entender o processo de comunicação midiática pelo olhar de diferentes grupos inseridos em contextos distintos traz à tona a riqueza de relações vivenciadas a partir da mídia e das interações sociais presentes no processo de comunicação, ampliando os horizontes da pesquisa na área.

Mediante a esse desafio e a um contexto de convergência midiática e, por consequência, novos usos e apropriações por parte da sociedade, nossa intenção é contribuir com o debate em torno da Internet e dos espaços proporcionados pela rede para interação dos atores sociais e produção de conteúdo. Da mesma forma, queremos contribuir com uma reflexão sobre o uso que é feito desse espaço. Assim, nosso recorte se volta para os grupos de discussão situados na rede social *Facebook*, observando a dinâmica dos grupos criados em um contexto distinto, a cidade de Cruz Alta – RS, a fim de compreender usos, apropriações, negociações e produções de sentido recorrentes neste espaço virtual, analisando-as a partir das dimensões da sociabilidade e da tecnicidade imbricadas na relação de produção, circulação e recepção de informações na rede estudada.

A intenção é proporcionar um espaço de reflexão sobre a atuação das redes sociais no cotidiano dos indivíduos e vice-versa, dando nossa contribuição ao debate do redesenho das experiências cotidianas, apropriações e uso social dos meios a partir do processo de comunicação estabelecido na Internet. Esta proposta faz parte de uma pesquisa viabilizada pela UNICRUZ, a qual encontra-se em desenvolvimento e visa refletir sobre o processo comunicacional na Internet, privilegiando o olhar sobre os



receptores, procurando entender especificidades da produção e da circulação de informações realizada por eles na *web*, a fim de permitir uma visão mais próxima das interações/negociações naquele espaço.

Apresentamos aqui o resultado da pesquisa exploratória, momento em que foi realizado um panorama dos grupos de discussão virtuais criados e mantidos em funcionamento na cidade de Cruz Alta na atualidade. A reflexão gerada a partir desta observação inicial será o ponto de partida para a definição do corpus da pesquisa, com a escolha de um grupo de discussão para o aprofundamento da investigação. Dentre os objetivos está perceber se há e como ocorrem os processos de negociação de sentidos neste espaço do *Facebook*, entender como atuam as mediações da sociabilidade e da tecnicidade na produção e recepção de informações para os grupos de discussão virtuais, e refletir sobre as motivações de usuários do *Facebook* para a participação ativa, por meio de postagens de informações e comentários, no grupo estudado.

Para tanto, é proposto um arranjo teórico, em fase de desenvolvimento, que nos permita realizar uma reflexão acerca do fenômeno da comunicação possibilitada pela/na Internet e os sentidos negociados pelos sujeitos na relação com esse contexto virtual. Assim, nosso referencial está sendo respaldado especialmente por dois grandes eixos de teorização, as redes sociais virtuais e as mediações, que se articulam aos demais autores e conceitos a serem mobilizados para o entendimento da problemática em questão.

Convergência das Mídias e Redes Sociais Virtuais

A midiatização, fenômeno advindo da presença dos meios de comunicação na sociedade⁶, é perpassada hoje pelo que chamamos de convergência das mídias, que se constitui num processo característico do mundo atual, em função do desenvolvimento tecnológico, impactando diretamente no consumo dos meios de comunicação. Jenkins (2009, p.29) o define como um novo paradigma para entender a comunicação midiática.

⁶ De acordo com Mata (1999, p.85), a midiatização “constituiria, en cambio, un novo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios.” Assim, as vivências e experiências cotidianas estão hoje reconfiguradas pela tecnologia e, em especial, pela mídia, que implica uma maneira diferenciada de pensar o mundo, as relações entre os sujeitos sociais e dos sujeitos com os meios de comunicação.



Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.

Essa realidade envolve uma transformação que se inicia na forma de produzir e chega até o modo de recepção dos meios e seus conteúdos. A circulação de informações depende fortemente da participação ativa dos consumidores, tornando a convergência um fenômeno de transformação cultural, na medida em que os receptores são incentivados a buscar novos conteúdos e estabelecer conexões entre as informações por vezes dispersas.

A mudança não diz respeito apenas à técnica, mas se processa na esfera social e a partir dela, afirma Jenkins. “A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (2009, p.30). O autor explica que a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias, sendo tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima, possibilitando que convergência corporativa e convergência alternativa coexistam.

Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (JENKINS, 2009, p.46)

A Internet é o suporte que proporcionou essa mudança sem precedentes na relação dos receptores com as mídias. Os padrões de comunicação, a partir do desenvolvimento de ferramentas nesse veículo, vêm sendo também reformulados, e



repensados nas outras mídias, já que o mundo virtual implica em mudanças significativas no que diz respeito à quantidade e ao tipo de participação que os indivíduos podem desfrutar no ciberespaço. Algo que motiva o repensar dos demais veículos sobre sua atuação e relação com o público consumidor.

Ainda no que tange ao receptor, a tecnologia da web permitiu o desenvolvimento de novos relacionamentos que transcendem o espaço geográfico e as condições de tempo do indivíduo. Com as comunidades virtuais e as atuais redes sociais do ciberespaço, seus membros compartilham um espaço telemático e simbólico, como apontam Lemos e Lévy (2010), mantendo certa permanência temporal e fazendo com que seus participantes sintam-se parte de um agrupamento de tipo comunitário.

As agregações e comunidades podem ir de uma lista de difusão temporária por correio eletrônico até as comunidades virtuais cujos membros mantêm relações intelectuais, afetivas e sociais sólidas de longo prazo, como grupos de discussão, blogs coletivos, wikis, microblogs. Hoje, essas relações de proximidade se dão preferencialmente em agregadores de ferramentas sociais ou softwares sociais, como o Orkut, no Brasil, ou Facebook, Multiply ou My Space. Aqui a relação se dá por vínculos afetivos a “amigos” adicionados ao seu portfólio social, criando uma comunidade individual de interesse pessoal que se liga a outras comunidades individuais, criando grafos de redes sociais, ou seja, relacionando comunidades a comunidades, pessoas a outras pessoas. (LEMOS, LÉVY, 2010, p.104)

O conceito de rede social não diz respeito exclusivamente à Internet, mas na atualidade adquire especialmente essa definição, pois também se refere à plataforma na web onde as pessoas podem se conectar entre si. As redes sociais virtuais oferecem novas formas de comunicação para os indivíduos contemporâneos e sua importância é realçada pelos teóricos. Lemos e Lévy (2010), classificam o desenvolvimento de comunidades e redes sociais online como um dos maiores acontecimentos dos últimos anos, caracterizando-o como uma nova maneira de fazer sociedade.

A liberação da palavra é tida como uma das principais características no uso da Internet. “Deve-se reconhecer que a Internet, ampliando a circulação da palavra, oferece ao cidadão uma ampliação da esfera pública midiática que estava restrita ao poder das grandes corporações midiáticas” (LEMOS, LÉVY, 2010, p.88). Na web, os atores sociais têm a possibilidade de decidir sobre o que vão publicar. Sem superestimar a



liberdade e a capacidade da audiência, o estudo ora proposto pretende tensionar tais pressupostos, a fim de olhar para essas possibilidades trazidas pela Internet e os modos como os indivíduos têm se apropriado e negociado sentidos ao usarem esse meio, e especificamente, as redes sociais.

Ao definir o estudo das redes sociais como o dos agrupamentos sociais estabelecidos através da interação mediada pelo computador, Recuero (2006) afirma que uma rede social é formada por dois elementos, os atores (pessoas, instituições ou grupos que formam os nós da rede) e suas conexões (as relações que se estabelecem entre os indivíduos). Podemos pensar nos processos dinâmicos das redes como uma consequência dos processos de interação “permitidos tecnicamente” por elas entre os atores sociais.

A rede é um elemento em constante mutação, sendo as suas dinâmicas dependentes de interação, o que faz sempre voltar o olhar à questão dos usos. As interações adquirem importância primordial no contexto da Internet e nas negociações de sentido que ocorrerão neste e a partir deste espaço. “É possível que existam interações que visem somar e construir um determinado laço social e interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço” (RECUERO 2009, p.79).

Nesse sentido, a autora Raquel Recuero categoriza os elementos dinâmicos trazidos para o estudo das redes⁷, os quais serão oportunamente detalhados, cuja teorização será debatida no decorrer da pesquisa, no entendimento das interações ocorridas no contexto dos grupos de discussão da cidade de Cruz Alta – RS no *Facebook*.

Mediações no Processo Comunicacional

A partir dos pressupostos dos autores que embasam essa proposta de estudo, tem-se o entendimento de uma realidade em que a virtualidade é dinamizada pelas interações dos atores sociais ocorridas no e pelo ciberespaço. Situação que nos coloca frente à pertinência de se estudar essas relações a partir das mediações.

⁷ Os elementos dinâmicos apresentados por Recuero (2009) são divididos em três partes: 1-Cooperação, Competição e Conflito; 2-Ruptura e Agregação; 3-Adaptação e Auto-Organização.



Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, elas não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes (RECUERO 2009, p.103).

A técnica serve, portanto, como suporte para os usos que dela serão feitos. Os veículos de comunicação têm uma lógica própria, com a qual negociam e interagem com o público. De qualquer modo, as apropriações diferenciarão os sentidos que serão dados a esse meio na sociedade. “Os usos, portanto, são inalienáveis da situação sociocultural dos receptores que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural, suporte de tais apropriações” (JACKS, ESCOSTEGUY, 2005, p.66).

Nesse sentido, pensamos as articulações entre os processos de produção de sentidos e as práticas cotidianas a partir do conceito proposto por Martín-Barbero de mediações⁸. Elas podem ser pensadas como âmbitos que atravessam e conformam a relação entre produção e recepção. Este conceito nos permite voltar a atenção para os múltiplos contextos em que está inserido o receptor. As mediações, a partir de Martín-Barbero, são entendidas como esses “lugares” que participam da configuração do processo de recepção e dos sentidos aí produzidos. A referida instância acaba por se tornar, portanto, um espaço de negociação, resistência, sedução e apropriação de sentidos.

A importância que o conceito de mediações adquiriu para os estudos latino-americanos de recepção se deve à sua maneira diferenciada de perceber o processo comunicacional, reconhecendo que existem outros elementos marcando presença na relação entre os pólos do processo. Produção e recepção não existem por si mesmas, alheias à realidade, mas são permeadas por mediações, que configuram, marcam e moldam o processo de comunicação. As autoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy discutem o conceito, afirmando que as mediações estruturam, organizam e reorganizam

⁸ Para Martín-Barbero, mediações são “*ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver*” (MARTÍN-BARBERO, 1992, p.20).



a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. Por essa razão, a atenção concentra-se nos movimentos, nas dinâmicas. “Há o deslocamento do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido” (ESCOSTEGUY, JACKS, 2005, p.67).

O receptor é considerado produtor de sentidos e o cotidiano espaço primordial da pesquisa. Na América Latina, os estudos que buscam debruçar-se sobre essa realidade, partem da premissa de que o receptor é ativo nas relações que estabelece no processo comunicacional⁹. Sua atividade ocorre, por exemplo, ao produzir sentidos, que podem ser diferenciados daquele proposto pela produção, a partir do seu contexto sócio-cultural. A mensagem, ou as intenções do pólo emissor, somente, não têm possibilidades de dar conta do processo. A recepção é entendida como lugar também de partida, no qual o sentido é elaborado e produzido.

Desse modo, compreende-se que o contexto, as vivências, as experiências individuais e coletivas dos receptores, exercem um relevante papel na conformação das apropriações de um produto comunicacional. O lugar das práticas sociais é esse cuja entrada para Martín-Barbero (2002) pode se dar pelas dimensões da sociabilidade, da ritualidade e da tecnicidade. Na pesquisa a ser desenvolvida, lançaremos um olhar a partir das dimensões da sociabilidade e da tecnicidade.

A sociabilidade diz respeito à apropriação cotidiana da existência fora da ordem da razão institucional. O autor relaciona essa dimensão aos modos e usos coletivos de comunicação. Como apontam as autoras Escosteguy e Jacks (2005), a sociabilidade refere-se à multiplicidade de modos e sentidos em que a coletividade se faz e se recria, da diversidade e da polissemia da interação social. Já a tecnicidade é “o organizador perceptivo, que articula as inovações à discursividade nas práticas sociais, cuja dinâmica têm materialidade histórica. Isto é, a técnica é a dimensão constitutiva da comunicação, a qual transforma as práticas sociais originando novas formas de sociabilidade” (ESCOSTEGUY, JACKS, 2005, p.67).

Apesar das mediações tradicionalmente serem pensadas na relação de mídias como a televisão, aqui propomos que o conceito seja tensionado a partir dos novos

⁹ No aprofundamento teórico da pesquisa, além dos pressupostos do teórico Jesús Martín-Barbero, tomaremos como parâmetro as discussões realizadas pelas autoras Veneza Mayora Ronsini, Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy.



modos de comunicação presentes na atualidade com o desenvolvimento da Internet. Nesse sentido, nos apoiamos nas considerações de Ronsini (2010), ao recuperar as proposições de Martín-Barbero, apresentadas em coletânea organizada por Dênis de Moraes (2006), relatando sua preocupação recente com “as identidades e tecnicidades no ambiente informacional difuso e descentrado, cujo novo gerente é o computador, que permite o trabalho interativo com sons, imagens e textos escritos (hipertextos)...” (RONSINI, 2010, p.6-7). Conforme a autora,

...a tecnicidade nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas. Pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem). Além disso, a tecnicidade aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais (RONSINI, 2010, p.9).

A tecnicidade, portanto, diz respeito ao poder hegemônico do discurso e suas contradições internas que vão incidir em leituras distintas por parte dos receptores, enquanto que a sociabilidade diz respeito às relações cotidianas no embate entre o consumo dos conteúdos dos meios e uso de suas plataformas e na experiência que transcende a relação com os meios de comunicação (RONSINI, 2010).

Com base nos autores citados, parte-se de um entendimento de que produtores e receptores travam uma relação complexa onde estão em jogo elementos que dão especificidade aos dois pólos. É nesse imbricamento que acontece o processo comunicacional, cuja reflexão situa-se em propostas como a deste projeto de pesquisa que propõe o entendimento da produção, circulação e recepção de informações em grupos de discussão dos novos ambientes virtuais que fazem parte do cenário vivenciado pelo indivíduo contemporâneo.

A justificativa do estudo se dá pela relevância que o tema assume na atualidade e pelo uso crescente das redes sociais virtuais como espaço de debate, com postagens pretensamente de caráter informativo, opinativo, ou que reúnem ambos os sentidos, além de seu conteúdo estar cada vez mais transcendendo o espaço online para figurar como notícia nos demais veículos de mídia. O espaço online das redes sociais também pode pressupor uma facilitação na expressão dos atores sociais, motivados pelo embate de ausência física, ou, ainda, pode ser um espaço de fascinação pela legitimidade dada à



fala que fica gravada nas redes. Enfim, se por um lado têm-se um cenário que privilegia a interação, a participação e a mudança nas relações sociais contemporâneas, por outro tem-se a abertura de espaço para divulgação de informações de forma descomprometida, o que pode ser um fator a ser questionado. São inúmeros os debates possíveis a partir da problemática aqui proposta, os quais se pretende aprofundar no decorrer da pesquisa, buscando contribuir com os estudos científicos das redes sociais virtuais e das mediações atuantes no processo comunicacional.

Etapas da Pesquisa

Na concepção traçada para esta investigação, mostrou-se fundamental, num primeiro momento, a etapa de pesquisa exploratória (ISER, 2006), para a definição do recorte a fim de que a pesquisa possa avançar no entendimento da problemática proposta. Assim, com a pesquisa exploratória, foi realizado um mapeamento dos grupos de discussão criados na cidade de Cruz Alta – RS e ativos no período da pesquisa de campo.

O panorama de tais grupos foi estabelecido através de descrição de suas especificidades quanto a participantes, assuntos tratados, frequência de postagens e interações através de comentários. Essa pesquisa anterior à fase da observação sistemática no campo está contribuindo para alimentar as decisões e opções metodológicas relativas a esse momento do trabalho e, igualmente, tensionar conceitos em face das especificidades do objeto empírico. Dessa forma, teremos condições de selecionar o grupo a ser pesquisado de forma mais aprofundada.

O corpus – grupo de discussão – selecionado após a pesquisa exploratória, tomando como critério principal a atividade, observada pela quantidade de atualizações diárias nas postagens e comentários, será analisado a partir de pesquisa qualitativa, através do método de etnografia, o qual consistirá de observação participante e entrevistas.

A observação participante, de acordo com Peruzzo (2010) é uma das técnicas que mais atendem às necessidades da pesquisa na área da Comunicação Social, adquirindo finalidades específicas, dentre elas:



...realizar estudos de recepção de conteúdos da mídia que ultrapassem os padrões então vigentes – como os estudos de audiência e as hipóteses sobre os efeitos implacáveis dela nas pessoas – e pudessem enxergar os mecanismos de apropriação de mensagens ou mesmo de reelaboração de mensagens, partindo dos pressupostos da existência de interferência de outras fontes na formação da representação da realidade. Tal perspectiva teórica se desenvolve rapidamente e passa a assumir os contornos atualmente delineados como mediações no processo de recepção (PERUZZO, 2010, p.131).

Através do método etnográfico, se constituirá a pesquisa qualitativa e empírica, que apresenta características específicas e exige o envolvimento mais profundo do pesquisador. De acordo com Travancas (2010), a etnografia permite uma aproximação com o objeto de pesquisa e uma observação de seus processos e atividades. A partir da autora, parte-se do princípio de que a etnografia divide-se em três partes: o levantamento bibliográfico e a leitura do material coletado, a elaboração de um diário ou caderno de campo e a inserção do pesquisador.

O diário é um item fundamental, onde são anotadas as observações a partir dos questionamentos sobre o tema. E a inserção do pesquisador no local da investigação permite encontrar uma infinidade de possibilidades e variáveis que, na realidade, estão mais relacionadas ao universo pesquisado do que ao método propriamente dito (TRAVANCAS, 2010). A prática da observação tem uma raiz antropológica e consiste em observar e escutar o grupo pesquisado, percebendo seu ponto de vista, com técnicas de observação e as entrevistas ou questionários que se fazem necessários para confirmar as ações manifestadas.

As entrevistas, por exemplo, podem ser definidas pelo tempo, local e questões a ser abordadas. Travancas (2010) diz que a entrevista na pesquisa é aberta, ou seja, novas questões podem ser levantadas na ocasião, tanto pelo entrevistado, quanto pelo entrevistador. No entanto, toda e qualquer entrevista parte de um assunto escolhido.

Após a coleta de dados, será realizada a análise descritiva e análise interpretativa (LOPES, 2003).

Entende-se que os métodos aqui apresentados são adequados para atender aos propósitos da problemática a ser estudada, sendo que se buscará a adaptação da etnografia para a Internet, com observação da rede social *Facebook* e do grupo de



discussão estudado, e também contato com os participantes de tal grupo para a realização de entrevistas.

Grupos Identificados na Pesquisa Exploratória

Num levantamento preliminar dos grupos de discussão criados no *Facebook* em Cruz Alta-RS, durante os meses de abril e maio de 2013, foram contabilizados 96 grupos. Em um segundo momento, foi feita uma revisão e sistematização dos grupos mapeados. Essa revisão aconteceu durante o mês de julho, quando foi percebido que o número de grupos havia diminuído para 87. Cada grupo foi classificado de acordo com suas especificidades (grupo aberto ou fechado) e a temática e objetivos predominantes.

Na perspectiva da temática, foram localizados grupos com os seguintes temas: vinte e dois grupos sociais (relacionamentos sociais), quinze grupos de negócios, treze grupos de esportes, oito grupos de debates, seis grupos de política, quatro de empreendedorismo, três de saúde, dois de movimentos sociais, dois religiosos, dois de voluntariado, um de cultura e um grupo sem temática definida.

Quanto ao número de participantes, os maiores grupos relacionados à Cruz Alta possuem entre mil e quatro mil membros. Os grupos com maior número de participantes são o “Cruz Alta sempre te ameí”, com mais de cinco mil membros, e o “Cruz Alta Debate”, com mais de quatro mil membros.

Durante a pesquisa exploratória foi feita uma observação geral, no sentido de verificar a atividade dos grupos identificados. O que demonstraram se destacar em termos de participação ativa, através de postagens e atualizações frequentes, são os grupos com maior número de membros. Percebe-se que esses dois grupos discutem as mesmas temáticas. Muitos usuários participam de ambos e lançam discussões e postagens durante o mesmo período de tempo. Um terceiro grupo, da “Associação Cruz Alta Futsal” também possui uma movimentação interessante, principalmente nos horários de jogos da equipe cruz-altense.

Essa etapa da pesquisa, a partir da teoria que estamos trabalhando, nos proporcionou alguns questionamentos, sobre os quais nos debruçaremos nas reflexões em torno da investigação. A relação dos usuários dos grupos com a mídia é uma delas.



Até que ponto os assuntos da agenda midiática estão nas discussões do grupo? Outra questão diz respeito à repercussão das postagens no grupo e fora dele. Uma vez produtores de conteúdo, as postagens podem sair dos limites do grupo de discussão? Uma vez que a Internet configura novas mudanças estruturais na esfera pública, os participantes utilizam exclusivamente grupos de discussão ou se utilizam de outras plataformas para discussão e repercussão de conteúdos e acontecimentos?

Ainda no que tange ao receptor, a tecnologia da web permitiu o desenvolvimento de novos relacionamentos que transcendem o espaço geográfico e as condições de tempo do indivíduo. Com as comunidades virtuais e as atuais redes sociais do ciberespaço, seus membros compartilham um espaço telemático e simbólico, como apontam Lemos e Lévy (2010), mantendo certa permanência temporal e fazendo com que seus participantes sintam-se parte de um agrupamento de tipo comunitário. Mas o que os usuários buscam ao participar de grupos de discussão: uma experiência coletiva, uma forma de expressão individual de pensamento e identidade, ou ambas? E essas relações extrapolam os limites do virtual? E quais os recursos permitidos tecnicamente que o usuário utiliza para manifestar suas ideias?

São muitas as linhas de reflexão e as discussões possíveis de serem estabelecidas a partir do objeto investigado. O que nos propomos é, a partir dos dados coletados na pesquisa exploratória, realizar o debate em torno dessas e outras questões, a fim de realizarmos o recorte do corpus e, na investigação qualitativa, termos condições de refletir sobre algumas dessas indagações.

Considerações Finais

Na internet, os usuários não são somente receptores no processo comunicacional, mas assumem um papel também de protagonistas no âmbito da produção, uma vez que contribuem na difusão de informações e opiniões. Os grupos de discussão do *Facebook* permitem uma experiência coletiva, onde as interações entre usuários e os aspectos técnicos que permitam tais interações influenciam nas negociações de sentido. Mas é preciso considerar também a individualidade de cada usuário, marcada pelo contexto social e cultural no qual ele está inserido.



Nesse sentido, a investigação aqui apresentada propõe uma análise a partir das dimensões da sociabilidade e da tecnicidade imbricadas na relação de produção, circulação e recepção de informações na rede estudada. Essas dimensões, além de proporcionar uma reflexão sobre a atuação das redes sociais no cotidiano dos indivíduos e vice-versa, guiarão a análise e contribuirão no entendimento de como ocorrem trocas e os processos de produção de sentidos no ambiente virtual, levando em conta também as vivências de cada indivíduo que usa e se relaciona no espaço do grupo de discussão.

Na fase exploratória da pesquisa já é possível considerar que a criação e a participação em grupos de discussão no *Facebook* são práticas cada vez mais difundidas entre os cruz-altenses, dado o número de grupos mapeados. Os usuários parecem ter na rede social um lugar de trocas de ideias e difusão de opiniões próprias, encontrando nos grupos de discussão pessoas com interesses comuns. Entretanto, apenas um olhar mais atento e detalhado permitirá identificar os usos, apropriações, negociações e produções de sentido recorrentes nestes grupos de discussão por parte dos usuários, o que a pesquisa se propõe a partir daqui.

Referências

ISER, Fabiana. **Pesquisa exploratória: a relevância da aproximação empírica para as definições da pesquisa.** In: MALDONADO, Alberto Efendy (et. al) Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

JACKS, Nilda. ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção.** São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** (trad. Susana Alexandria). 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE MOS, André. LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia.** São Paulo: Paulus, 2010.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura.** México/Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.



_____. El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia (coord.) **Televisión y melodrama**. P.19-37. Colômbia: Tercer Mundo Editores, 1992.

MATA, Maria Cristina. **De la cultura masiva a la cultura mediática**. Diálogos de la Comunicación. Lima: Felafacs, n° 56, p. 80-90, out. 1999.

MORAES, Dênis (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Observação participante e pesquisa-ação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

RECUERO, Raquel. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2006

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

RONSINI, Veneza V. Mayora. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero** (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da Comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.