

## **Rede social como espaço de informação e desinformação: Uma análise do Grupo Utilidade Capixaba – ES – UP no Facebook<sup>1</sup>**

José Antônio Martinuzzo<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória (ES)

Marcela Tessarolo Bastos<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória (ES)

### **Resumo**

Na sociedade em rede, buscamos entender o tipo de conteúdo que circula em um grupo de rede social na internet. Intrigados pelo acontecimento do Guarujá Alerta, página no Facebook que ganhou notoriedade em nível nacional após o linchamento e morte de uma dona de casa confundida com uma acusada de crime a partir da circulação de falso retrato falado, fomos pesquisar o maior grupo de conteúdo colaborativo no Facebook, no Espírito Santo, o Utilidade Capixaba – ES - UP. A conclusão é que o cotidiano pauta a maioria das interações, seguido da recirculação de notícias da mídia. Restam evidentes a proliferação de boatos e a intolerância com opiniões divergentes que aquecem as discussões, fatos que apontam à necessidade de uma investigação acerca da ética que regula as trocas e interações nesse território digital, completamente ancorado na territorialidade que o produz.

**Palavras-chave:** Redes sociais digitais; Facebook; cotidiano; conteúdo; recirculação.

### **Introdução**

Este artigo faz parte de um trabalho de pesquisa mais amplo sobre grupo de rede social na internet marcado pela identificação territorial<sup>4</sup>. O interesse surgiu a partir do marco do Guarujá Alerta, que atualmente está indisponível no Facebook.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na cidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, de 04 a 07 de setembro de 2015.

<sup>2</sup> Pós-doutorado em Mídia e Cotidiano, Doutor em Comunicação, jornalista, professor do Departamento de Comunicação Social e coordenador adjunto do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), e-mail: martinuzzo@hotmail.com.

<sup>3</sup> Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da UFES, na linha de pesquisa Comunicação e Poder. Especialista em Gabinetes de Comunicación en Empresas e Instituciones, pela Universidade Complutense de Madrid; e em Comunicação, Tecnologia e Gestão da Informação, pela Faculdade Cândido Mendes de Vitória. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), e-mail: marcela.tessarolo@gmail.com.

<sup>4</sup> Santos (1999, p. 51) define território como “o conjunto formado pelos sistemas naturais existentes em um dado país ou numa dada área e pelos acréscimos que os homens superimpuseram a esses sistemas naturais. A

Com 58.670 curtidas em setembro de 2014, a página Guarujá Alerta era um perfil noticioso no Facebook que ganhou repercussão nacional após divulgar suposto retrato falado de uma mulher que raptava crianças para magia negra em Guarulhos, o que acabou provocando o linchamento e a consequente morte de uma dona de casa inocente. O suposto retrato falado viralizou na internet, obtendo 139 comentários e 765 compartilhamentos.

Partindo desse registro, buscamos entender o tipo de conteúdo que circula, incluindo a verificação da dinâmica de seus fluxos, nesses grupos colaborativos, elegendo como objeto empírico o Utilidade Capixaba – ES – UP<sup>5</sup>, principal exemplo desse tipo de espaço participativo no Espírito Santo. O grupo possui o maior número de membros: 118.071 mil membros, em 2 de julho de 2015.

Esse artigo traz os resultados da primeira etapa do trabalho a que nos propomos no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Além da revisão teórica para entender a sociedade midiaticizada, articulada na comunicação em rede, coletamos dois dias de posts do grupo estudado, utilizando dados fornecidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da mesma universidade. Por meio de mineração desses dados brutos e análise de conteúdos, ao longo de 45 dias, foi possível estabelecer as principais características de postagens, fixando padrões de posts.

### **Redes sociais na internet**

Com o processo de profunda reestruturação do capitalismo, caracterizado por mais flexibilidade e descentralização do gerenciamento das empresas, além de formação de redes internas e nas relações de mercado das organizações, as formas de comunicação também

---

configuração territorial não é o espaço, já que sua realidade vem de sua materialidade, enquanto o espaço reúne a materialidade e a vida que a anima. A configuração territorial, ou configuração geográfica, tem pois uma existência material própria, mas sua existência social, isto é, sua existência real, somente lhe é dada pelo fato das relações sociais”. Ou seja, as emissões e trocas comunicacionais integram o que se chama de territorialidades, ou processo de produção de territórios e a da vida que ali viceja. Santos (2001, p. 19), com poucas palavras, resume essas duas categorias, colocando-as em interface dinâmica e retroarticulada: território – “entende-se geralmente a extensão apropriada e usada” – e territorialidade – “pertencer àquilo que nos pertence”.

<sup>5</sup> Cf. <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/>. Acesso 2 jul. 2015.

passam por mudanças, de acordo com Castells (1999), e essa nova forma de organização socioeconômico e político-cultural foi denominada por ele “sociedade em rede”.

Para o pesquisador, a construção de redes, com fluxos de informação, é uma nova forma de organização das atividades humanas. “As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldada por ela” (*ibidem*, p. 40).

O pesquisador fala da ocorrência da “cultura da virtualidade real”, em que a experiência simbólica/material das pessoas é totalmente imersa em imagens virtuais, em que a aparência se torna a experiência, o “faz-de-conta vai se tornando realidade” (*ibidem*, p. 395).

Na mesma linha de pensamento, André Parente (2004) destaca as tecnologias de comunicação e de informação como estruturantes na nova ordem mundial, em que as redes são paradigma e personagem principal das mudanças em curso. Para Parente, “pensar é pensar em rede” (*ibidem*, p. 91). Isso porque “a sociedade, o capital, o mercado, o trabalho, a arte, a guerra, são, hoje, definidos em termos de rede” (*ibidem*, p. 92).

De acordo com Cardoso (2010), o modelo de comunicação em massa foi ultrapassado e deu lugar à comunicação em rede. Com isso, passamos a consumir mídia de acordo com nossos interesses e relações. “Como seres sociais, não usamos apenas uma única mídia como fonte de comunicação, informação, ação e entretenimento, mas as combinamos, usamo-las em rede” (*ibidem*, p.29). Para o pesquisador, “criamos igualmente novas redes interligando diferentes mídias, conferindo à sociedade em rede também a característica de vivermos mais do que nunca por e com a mídia” (2007, p.33).

Para Raquel Recuero (2009), os sites de redes sociais são um dos aspectos mais populares para a compreensão das redes sociais na internet por serem uma “consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais” e define sites de redes sociais como “os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (*ibidem*, p.102), como por exemplo o extinto Orkut, o Facebook, entre outros.

Recuero (2009) resgata o conceito de sites de redes sociais, definido por Boyd & Ellison (2007), como “sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator”.

Para Recuero (2012, pg. 12), “redes sociais na internet, portanto, são meios de comunicação emergentes, capazes de difundir informações em uma escala global por causa dessa apropriação, através dos sites de rede social. E esses meios possuem efeitos que precisam ser estudados”.

### **O Facebook e o cotidiano**

O Facebook é atualmente a rede social na internet com maior base de usuários em todo o mundo. Criado pelo americano Mark Zuckerberg quando era aluno de Harvard, a ideia do sistema era permitir criar uma rede de contatos por meio de criação de perfis e comunidades. Apenas usuários da mesma rede podem ver o perfil um dos outros (RECUERO, 2009, p. 171).

No Brasil, o Facebook possui 89 milhões de usuários que acessam o site todos os meses. Desses, 59 milhões acessam o site diariamente. Além disso, o número de acessos por dispositivos móveis cresceu 55% no país, o que representa 68 milhões de pessoas. Os dados são referentes ao segundo trimestre de 2014<sup>6</sup>.

Os dados corroboram as reflexões de Raquel Recuero (2013, p. 51), para quem os “sites de rede social são uma realidade cotidiana”. Com esses sites, a autora observa a amplificação das conexões, a adoção de práticas de adição de conexões fracas, ou seja, a hiperconexão das redes nos sites de redes sociais, o que torna as mensagens mais visíveis e com maior capacidade de “ser discutidas, buscadas, replicadas e reproduzidas pelos demais” (*ibidem*, p. 55).

Isso vai ao encontro do que diz Santaella (2013, p. 44), que observa uma profunda mudança de comportamento dos usuários no ciberespaço, mudança que é transferida imediatamente

---

<sup>6</sup> Cf. <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/08/22/Facebook-tem-89-milhoes-de-usuarios-no-Brasil.html>. Acesso 30 jun. 2015.

para a “realidade presencial”. Cada cibercidadão “passa a funcionar como gerador de conteúdos e de vínculos emocionais”. Para a pesquisadora, as redes sociais digitais

Instauraram assim, uma cultura participativa, onde cada um conta e todos colaboram, portanto, uma cultura integrativa, assimilativa, cultura da convivência que evolui de acordo com as exigências impostas pelo uso dos participantes. É uma cultura em que seus membros creem que suas contribuições importam e desenvolvem determinado grau de conexão social com o outro, de modo que tem grande relevo aquilo que os demais pensam ou se supõe que pensam sobre o que cada um cria, por mais insignificante que seja (SANTAELLA, 2013, p. 45)

Tendo em vista o nosso objeto de estudo, interessa-nos observar como se dá a circulação de informações de interesse público em redes sociais digitais. Num ambiente colaborativo, conforme visto em nosso referencial teórico apresentado, de pronta observação empírica, nota-se que a produção e a circulação de notícias e informações sobre o cotidiano movimentam especialmente as redes sociais na internet.

Vivemos em um mundo em que o consumidor, antes receptor da informação, passou também a ser produtor delas, afetando, inclusive o *modus operandi* do jornalismo tradicional. O cidadão comum passa a publicar nas redes sociais da internet os fatos da cotidianidade, a vida comum. Até porque “a vida cotidiana não está fora da história, mas no centro do acontecer histórico: é a verdadeira essência da substância social” (HELLER, 2014, p. 34).

Zago (2013) destaca que o uso pode se dar para postar notícias e chamadas para notícias, além de auxiliar em outras etapas do processo jornalístico, como na apuração. Assim:

Da mesma forma como os veículos se apropriam desses espaços para distribuir notícias, também os interagentes podem utilizar sites de redes sociais para comentar – expressar opinião, criticar, reagir com humor a determinados acontecimentos jornalísticos – e para filtrar – postar pequenas notas, links ou manchetes – notícias, vindo a contribuir para uma recirculação jornalística (ZAGO, 2013, p. 213).

Com isso, uma notícia veiculada pela mídia tradicional, na internet ou mesmo fora dela, pode recircular nas redes sociais digitais por meio de apropriação e da ressignificação do conteúdo pelos interagentes, a partir de publicações, comentários etc.

Outra característica é apontada por Shirky (2012), quando apresenta o cenário transformado da mídia, “porque a comunicação pessoal e publicação, antes funções separadas, confundem-se uma com a outra. Uma das consequências é a quebra do velho padrão da filtragem profissional” (p.79). Para o pesquisador, a filtragem é cada vez mais social.

Surge daí uma das portas de entrada das viroses de mercado, apontadas por Boase e Wellman (2008), já que o poder amplificador da internet aumenta a velocidade de proliferação de “ruídos” em diferentes grupos. “Os elos fracos desempenham um papel-chave na disseminação do vírus boca-boca entre redes ramificadas, porque a internet permite que as pessoas mantenham seus elos fracos ativos com pouco esforço” (2008, p. 84).

### **Perfis, páginas e grupos no Facebook**

Qualquer usuário do Facebook pode criar um perfil, para “fazer” amigos ou experimentar a amizade em ambiente digital, ou mesmo uma página, neste caso, para “construir uma relação mais próxima com seus públicos e seus clientes”, de acordo com o próprio site da instituição<sup>7</sup>. No caso das páginas, o interessado deve eleger se a página será sobre Negócios locais ou Local; Empresa organização ou instituição; Marca ou produto; Artistas, bandas ou figuras públicas; Causa ou comunidade.

O interessado pode curtir a página para acompanhar as notícias, tendo direito de curtir, comentar, compartilhar e avaliar o produto/serviço. Terá direito a postar na página caso o administrador do espaço criado autorize, mas o post não vai para a linha do tempo. Fica no canto esquerdo da página, em espaço chamado Publicações na página. Só o administrador da página publica na linha do tempo e tem acesso a ferramentas de gestão, como informações de alcance das publicações, tempo para respostas, crescimento de novas curtidas, visibilidade, entre outros.

---

<sup>7</sup> Pelas Diretrizes do Facebook, em linhas gerais, “perfis” são para uso pessoal (ate 5 mil amigos) e “páginas” (*fan pages*) se destinam a uso comercial. Grupos só estão abertos a perfis pessoais, reunindo pessoas que tenham interesses comuns, mesmo que sejam tópicos comerciais. Cf. PORTO, 2014.

Qualquer pessoa que tenha um perfil no Facebook também pode criar um grupo, dar-lhe um nome, adicionar membros e eleger a privacidade entre as opções “Público” (qualquer pessoa pode ver o grupo, seus membros e sua publicação), “Fechado” (qualquer pessoa pode encontrar o grupo e ver quem está nele. Somente membros podem ver publicação) e “Secreto” (somente membros podem encontrar o grupo e ver as publicações).

O administrador do grupo escolhe as configurações que deseja, se todo membro pode adicionar pessoas ou se é necessário a aprovação do administrador para isso. É possível escolher também se todos os membros podem postar no grupo ou apenas o administrador. Há ainda a opção para aprovação das postagens pelo administrador antes da publicação.

### **Guarujá Alerta**

A *fan page* no Facebook Guarujá Alerta se apresentava como “uma página de fatos, acontecimentos, notícias, reclamações e sugestões do morador e turista do Guarujá”<sup>8</sup>. Em maio de 2014, Fabiane Maria de Jesus, no bairro Morrinhos, periferia do Guarujá, São Paulo, foi confundida por populares com a suposta mulher do retrato falado, postado no Guarujá Alerta, e linchada por centenas de pessoas. Fabiane faleceu dois dias depois.

Fabiane tinha uma filha de 12 anos e outra de um. Ela foi espancada quando voltava da igreja, onde tinha ido buscar uma Bíblia. No caminho, ela parou sua bicicleta em um bar para tomar um copo de água. Na ocasião, encontrou um garoto e, depois de passar a mão em sua cabeça, ofereceu uma banana, da penca que havia comprado. Uma mulher que estava perto gritou que se tratava da bruxa da internet. Começou então o linchamento da mulher<sup>9</sup>. A polícia informou que recentemente não existia nenhuma denúncia de desaparecimento de crianças no Guarujá<sup>10</sup>.

Após a morte de Fabiane Maria de Jesus, o administrador do Guarujá Alerta disse que estava sendo linchado assim como foi a dona de casa. Ele não quis se identificar para

---

<sup>8</sup> Cf. <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/dono-de-pagina-ajudara-a-investigar-caso-de-mulher-linchada>. Acesso 30 jun. 2015.

<sup>9</sup> Cf. <http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,quarto-suspeito-de-participar-de-linchamento-no-guaruja-se-entrega,1164593>. Acesso 30 jun. 2015.

<sup>10</sup> Cf. <http://noticias.r7.com/sao-paulo/mulher-foi-espancada-ate-a-morte-no-guaruja-por-causa-de-boato-na-internet-07052014>. Acesso 30 jun. 2015.

jornalistas porque dizia estar sofrendo ameaças de morte. Ele aparentava ter 25 anos e contou apenas que não é jornalista nem tem formação acadêmica. Ele contou em entrevista que postou sobre o boato para obter mais informações e disse que, posteriormente, chegou a negar diariamente o boato no Guarujá Alerta<sup>11</sup>.

Um dos presos pelo fato de participar do linchamento, o ajudante de pedreiro Lucas Rogério Lopes, de 19 anos, disse que chegou a pedir desculpas para a família da vítima e contou que os moradores estavam em pânico com os boatos, prendendo as crianças em casa por medo da sequestradora<sup>7</sup>.

Conforme pudemos confirmar, por averiguação direta no grupo, durante o segundo semestre de 2014, não houve novos *posts* desde o dia 5 de maio de 2014, data da morte da dona de casa, quando o responsável pela página postou que estava colaborando com a polícia. Entre setembro e outubro de 2014, o perfil Guarujá Alerta ficou indisponível no Facebook.

### **Utilidade Capixaba – ES - UP**

Um grupo com as mesmas características de circulação de informação de suposto interesse a uma determinada coletividade, ou território, mantém-se no Estado do Espírito Santo, desde. Trata-se do Utilidade Capixaba – ES – UP. Importa destacar que havia, em 30 de junho de 2015, 34 grupos no Facebook intitulados Utilidade Capixaba.

O Utilidade Capixaba – ES – UP, objeto de estudo desse artigo, é um grupo fechado e reúne a maior quantidade de membros dentre os seus similares: 118.071 mil, conforme também se apurou em 30 de junho de 2015. Para ser seu membro, é preciso solicitar ao administrador do grupo. Após ser aceito, qualquer membro pode postar, curtir, comentar e compartilhar. O território não é anárquico. Há mediação e os comportamentos considerados indevidos são punidos com a exclusão da postagem ou do grupo.

Antes chamado Utilidade Pública, o grupo foi retirado do ar por determinação da Justiça em 2012, a pedido do então delegado de Delitos de Trânsito, Fabiano Contarato, pois alguns

---

<sup>11</sup> Cf. <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/05/1450848-estao-fazendo-um-novo-linchamento-comigo-diz-dono-de-guaruja-alerta.shtml>. Acesso 30 jun. 2015.



membros informavam os locais das blitzes da Lei Seca<sup>12</sup>. O grupo foi criado novamente com novo nome, Utilidade Capixaba. Em 2013, houve novo pedido de retirada do ar, acatado na Justiça. Atualmente, nas normas do grupo que passou a se chamar Utilidade Capixaba – ES - UP, uma das regras é não informar os locais de blitzes de trânsito<sup>13</sup>.

Evidenciando a participação desses grupos baseados na circulação de informação no cotidiano das pessoas, inclusive no jornalismo, em seu trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social – Jornalismo, Beatriz Marcarini (2014) mostra que o Utilidade Capixaba – ES – UP pauta o principal portal de notícias do Espírito Santo, o Gazeta Online<sup>14</sup>, um dos veículos da Rede Gazeta, grupo de comunicação do Espírito Santo com 20 negócios, entre eles, quatro emissoras de TV afiliadas da Rede Globo<sup>15</sup>.

O Gazeta Online também está no Facebook e possui 238 mil pessoas, conforme apuramos em 2 de julho de 2015<sup>16</sup>. A metodologia utilizada por Marcarini constou de entrevistas qualitativas com quatro profissionais do portal e acompanhamento das páginas do grupo colaborativo do Facebook e das capas do Gazeta Online durante seis meses de 2014.

### **Análise dos dados**

A pesquisa que originou este artigo, que busca verificar a natureza das informações que circulam, e a dinâmica de seus fluxos, nos grupos de difusão de informações de alegado interesse público, partiu da análise de dados estatísticos relativos a dois dias de publicação no Utilidade Capixaba – ES-UP e da observação diária de conteúdos ao longo de 45 dias, conforme informamos na introdução deste artigo.

A partir dos dados estatísticos fornecidos pelo Labic, procedemos a uma imersão diária com o intuito de estabelecer padrões e características de postagens. Assim, pudemos notar que os temas cotidianos pautam as interações. Foram 332 postagens coletadas no Utilidade

---

<sup>12</sup> Cf. [http://gazetaonline.globo.com/\\_conteudo/2012/01/noticias/a\\_gazeta/dia\\_a\\_dia/1078187-sites-que-divulgam-locais-de-blitze-devem-ser-retirados-do-ar.html](http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2012/01/noticias/a_gazeta/dia_a_dia/1078187-sites-que-divulgam-locais-de-blitze-devem-ser-retirados-do-ar.html). Acesso 2 jul. 2015.

<sup>13</sup> Cf. [http://gazetaonline.globo.com/\\_conteudo/2013/07/noticias/cidades/1454093-justica-determina-ao-facebook-que- retire-pagina-de-grupo-do-ar.html](http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2013/07/noticias/cidades/1454093-justica-determina-ao-facebook-que- retire-pagina-de-grupo-do-ar.html). Acesso 2 jul. 2015.

<sup>14</sup> Cf. <http://gazetaonline.globo.com/>. Acesso 2 jul. 2015

<sup>15</sup> Cf. <http://www.redegazeta.com.br/a-empresa/>. Acesso 2 jul. 2015.

<sup>16</sup> Cf. <https://www.facebook.com/gazetaonline?fref=ts>. Acesso 2 jul. 2015.

Capixaba – ES – UP, sendo 199 do dia 9 de junho de 2015 e outras 133 do dia 17 de junho de 2015. O conteúdo foi analisado e categorizado da seguinte forma, por ordem decrescente de aparições:

- Pedido de informação: 37,66% dos posts. As postagens são para busca por fornecedores para consertos domésticos e de eletroeletrônicos, perguntas sobre o trânsito de determinadas regiões da Região Metropolitana de Vitória, pedidos de confirmação sobre acidentes, questões sobre onde comprar ingressos para determinados shows, pedidos de indicação de médicos, de corretores de imóveis e até oferecimento de doações de fraldas geriátricas e leite. Vale destacar que nos dois dias pesquisados, uma jornalista de emissora de TV local postou no grupo pedido indicação de nutricionista para ser entrevistada no programa.

- Notícias da mídia: 25,30% do conteúdo geral. Membros do grupo recirculam conteúdo da mídia tradicional. Há as postagens que trazem o link da matéria original, a qual chamamos de filtro. Outras postagens trazem apenas opiniões sobre reportagens com temas de grande repercussão, o que chamamos de postagem de notícias da mídia tipo comentário. No total de dias estudados, foram 84 *posts* com notícias da mídia. Percebe-se que o tipo filtro é a maior quantidade e soma um total de 59 postagens nos dois dias pesquisados. Já o tipo comentário soma 25 postagens. Em assuntos polêmicos, como religião e homoafetividade, as opiniões geralmente são mais agressivas e com pouca tolerância às diferentes visões, o que gera discussão acalorada. Isso foi percebido pelas postagens de links da Câmara dos Deputados com enquete sobre conceito de família e vídeos com discursos de pastores evangélicos opinando sobre o assunto.

- Alerta/denúncia: Representa 10,54% do conteúdo postado no grupo nos dias estudados. Acreditamos que essa seja a categoria mais rica para os pauteiros dos veículos tradicionais da mídia, por trazer alertas e denúncias, desde descasos nos postos públicos de saúde, reclamação sobre mosquito nos bairros, eclosão de greve, informações sobre veículos roubados ou furtados, assassinatos e reclamações de serviços prestados. Muitos membros postam uma informação com o intuito de confirmar algo já postado. Vale destacar outro alerta pitoresco, que rendeu reportagens na mídia no mesmo dia que apareceu no Utilidade

Capixaba – ES - UP: o aparecimento misterioso de uma estátua gigante e dourada de Buda na praça de um bairro da periferia da Grande Vitória<sup>17</sup>.

- Anúncio: Representa 11,75% do conteúdo dos dias estudados. Membros postam anúncios para venda de produtos e/ou serviços, oferta de emprego, eventos. O mediador do grupo postou, dia 7 de maio de 2015, que a prática é proibida, por não ser o foco do grupo, e que chega a banir 50 pessoas do grupo diariamente por isso. Ele criou um espaço exclusivo para anúncios, o Classificados - UC – ES, mas os membros seguem postando o conteúdo indevido.

- Animais de estimação: Conteúdos ligados aos pets representam 7,23% das postagens. Donos de animais de estimação perdidos postam fotos, descrevem características dos bichinhos, para tentar encontrá-los, além publicarem mensagens de agradecimento pela recuperação dos mesmos, encontrados por meio do grupo. Há também oferecimento de animais de estimação para doação e vídeo com bichinhos. Em caso de animal de estimação perdido, vale destacar a solidariedade dos membros do grupo, que postam no campo de comentário da postagem a palavra “Up” para o post subir no feed de notícias e, assim, ter mais visibilidade.

- Curiosidades/entretenimento: 4,82% do conteúdo estudado. Vídeos de humor, música e curiosidades da natureza fazem parte dessa categoria. Vale destacar um vídeo, com conteúdo homofóbico, que aparece no grupo nos dois dias pesquisados tentando se passar com viés de humor, o que causou grande discussão entre os membros.

- Achados e perdidos: membros postam informações de documentos e aparelhos de telefonia celular achados e perdidos, representando 1,5% do conteúdo estudado.

- Desaparecidos: parentes de pessoas desaparecidas aproveitam o grupo com grande número de participantes para postar fotos e informações a respeito de pessoas desaparecidas. Também aqui os membros são solidários e postam a palavra “Up” para o post subir no feed de notícias e, assim, ter mais visibilidade. A categoria representa 1,2% do conteúdo estudado. Veja tabela:

---

<sup>17</sup> Cf. <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/permalink/950908998280945/>. Acesso 17 jun. 2015.

Tipo de informação	Quant. 9/6/2015	%	Quant. 17/6/2015	%	Total 2 dias	% total 2 dias
Pedido de informação	87	43,72	38	28,57	125	37,66
Notícias da mídia	38	19,09	46	34,59	84	25,30
Alerta/denúncia	24	12,06	11	8,27	35	10,54
Anúncio	22	11,06	17	12,78	39	11,75
Animais de estimação	14	7,03	10	7,52	24	7,23
Curiosidades/entretenimento	8	4,02	8	6,02	16	4,82
Achados e perdidos	3	1,51	2	1,50	5	1,50
Desaparecidos	3	1,50	1	0,75	4	1,20
Total	199	100	133	100	332	100

## Boatos

Pela potencial gravidade de seu eco midiático, os boatos merecem um olhar especial neste tipo de estudo. Conforme informamos, paralelamente à análise de dados quantitativos, fizemos um trabalho de observação diária do grupo durante 45 dias, para confirmação do padrão das postagens e identificação de boatos divulgados. De 23 de maio de 2015 a 6 de julho de 2015, foi possível confirmar cinco casos de notícias falsas.

Dessa sorte, para o desenrolar da pesquisa, fixamos a categoria Boatos, que reúne os casos de falsas informações que circulam no Utilidade Capixaba – ES – UP e que geralmente trazem temas que provocam comoção e preocupação.

A foto de um casal que se passava por fotógrafos para sequestrar crianças em escolas infantis<sup>18</sup>; a foto da van que sequestra crianças<sup>19</sup>; o projeto de lei de autoria do deputado federal Jean Wyllys para alterar trechos da Bíblia<sup>20</sup>; a foto de uma criança perdida, chorando, que aguardava a localização dos pais em um bairro da periferia da Grande Vitória; e a foto de uma rachadura na Segunda Ponte, que liga a capital Vitória às cidades

<sup>18</sup> Cf. <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2015/05/pesadelo-diz-mulher-apontada-na-web-como-sequestradora-de-criancas.html>. Acesso 26 mai. 2015.

<sup>19</sup> Cf. <http://www.defatoonline.com.br/noticias/ultimas/15-05-2015/policia-militar-esclarece-que-van-com-sequestradora-de-criancas-e-boato>. Acesso 26 mai. 2015.

<sup>20</sup> Cf. <https://www.facebook.com/jean.wyllys/photos/a.779624472085562.1073741897.163566147024734/903578019690206/?type=1>. Acesso 17 jun. 2015.

de Vila Velha e Cariacica, causaram grande repercussão, chamaram atenção da imprensa e eram simplesmente boatos.

Nota-se que, nesses casos, o administrador da página retira do ar o post inicial e mantém as repercussões. Os próprios membros postam a informação correta no grupo. Um dos posts, de 4 de julho de 2015, diz:

Esta foto está exaustivamente sendo compartilhada em toda rede. As pessoas que compartilham dizem que se trata da 2ª Ponte (Vitória a Cariacica e Vila Velha). Na verdade esta foto é da ponte Rio a Niterói, no Rio de Janeiro. Pessoal, antes de sair compartilhando informação por aí, pesquise antes, busque a informação correta<sup>21</sup>.

Na verdade, a rachadura é um vão necessário em pontes de grandes dimensões. O caso da criança que estava perdida em um bairro da Grande Vitória na verdade ocorreu no interior do Maranhão e a mesma já está com os pais. “E tinha gente q postava dizendo q estava na casa de um amigo, conhecido, em Barcelona, em Sto Antônio (Vix), em Porto Canoa, ou seja, agindo de má-fé<sup>22</sup>”, diz post de 30 de junho de 2015, citando nomes de bairros da Grande Vitória.

## Conclusões

Páginas e grupos no Facebook com forte identificação territorial, no caso, o Espírito Santo e sua territorialidade capixaba, são ricos para estudos sobre as mudanças sofridas pela comunicação de massa com o advento da sociedade em rede e da comunicação em rede. São potentes as abordagens e questionamentos que os dois exemplos suscitam sobre a sistemática de trocas comunicacionais em emergência na atualidade.

A análise dos dados do Utilidade Capixaba – ES – UP mostra que o grupo participa de diferentes etapas do processo jornalístico, como mostrou Zago (2013), indo da pauta, à busca de fontes e à recirculação jornalística, esta última usada até mesmo como uma forma de atestar a veracidade da informação.

---

<sup>21</sup> Cf. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=851473194934909&set=gm.960553837316461&type=1>. Acesso 4 jul. 2015.

<sup>22</sup> Cf. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1632597413622549&set=gm.958321420873036&type=1>. Acesso 30 jun. 2015.

Na pauta, o hiperlocal, ou seja, os fatos que marcam o território geográfico se fazem presente. O grupo também é pautado pela agenda da mídia. As notícias tratadas na imprensa recirculam no grupo por meio de filtro e comentários, alcançando 25,30% das postagens nos dois dias estudados.

No Utilidade Capixaba – ES – UP, o cotidiano pauta a maioria das interações, como os pedidos de informação, que atingem 37,66% das interações estudadas. Quando esse homem comum tem seu cotidiano afetado, ou seja, alterado por algum motivo que foge à ordem estabilizada das coisas, ele tem voz para fazer o seu alerta/denúncia, o que significa 10,54% das postagens analisadas.

Indo ao encontro de Shirky (2012), esse cidadão comum, esse homem ordinário, que passou a ser produtor de conteúdo, posta primeiro e filtra depois, em um processo inverso o da mídia tradicional. Os próprios membros do grupo confirmam ou não a informação publicada.

Além disso, esses espaços de conteúdo colaborativo no Facebook muitas vezes são usados como uma rede de fofocas, boatos e desinformação, mostrando um lado perverso ou simplesmente irresponsável do ser humano.

Com esse artigo, quisemos mostrar os resultados da primeira etapa de pesquisa do Utilidade Capixaba – ES – UP, em que buscamos o entendimento do tipo de conteúdo que é postado no grupo. Temos o desafio, nas próximas etapas dessa pesquisa, aprofundar as abordagens metodológicas qualitativamente. Isso porque os exemplos usados levantam a discussão sobre a rápida proliferação de boatos nas redes sociais, a responsabilidade pela informação veiculada nessas novas mídias, os efeitos da mídia e, principalmente, qual o padrão ético que está sendo construído no Utilidade Capixaba – ES – UP.

### **Referências bibliográficas**

BOASE, Jeffrey; WELLMAN, Barry. Redes virais: viroses biológicas, computacionais e de mercado. In: DUARTE, Fabio et al. **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectivas, 2008, p. 65-95.

CARDOSO, Gustavo. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade da informação. In: MORAES, Denis. **Mutações do visível**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.

\_\_\_\_\_. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2007.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. 11.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 10.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

MARCARINI, Beatriz. **Como uma informação do Utilidade Capixaba – ES – UP vira notícia no portal Gazeta Online**. 2014. 40f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo), Faculdades Integradas São Pedro (Faesa), Vitória, 2014.

MARTINUZZO, J.A.; REZENDE, R. **Redes sociais e regime de opinião no cotidiano midiático: um estudo no Facebook**. Foz do Iguaçu, set. 2014. Disponível em <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/lista\\_area\\_DT5-CI.htm](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/lista_area_DT5-CI.htm)>. Acesso em 20 jun. 2015.

PARENTE, André. Enredando o Pensamento: redes de transformação e subjetividade. In: PARENTE, André (org). **Tramas da Rede**. Porto Alegre: Sulinas, 2004, p. 91-110.

PORTO, Camila. **Facebook Marketing**. São Paulo: Novatec, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

\_\_\_\_\_. A rede é a mensagem: Efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previu**. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulinas, 2013, p.51-69.

SANTAELLA, Lucia. Intersubjetividades nas redes digitais: repercussões na educação. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulinas, 2013, p. 33-47.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço – Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1999.

\_\_\_\_\_. **O Brasil – Território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ZAGO, Gabriela. Da Circulação à Recirculação Jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulinas, 2013, p. 211-231.