

Dependência ou Autonomia?

Um estudo sobre o comportamento dos universitários do Rio de Janeiro no Facebook.¹

Douglas AZEVEDO²

Antonio Luiz MEDINA³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A pesquisa desenvolvida fez parte do estudo sobre o comportamento dos universitários do Rio de Janeiro no *Facebook* – tema do Trabalho de Conclusão de Curso. Nosso objetivo foi elucidar as questões concernentes ao uso da rede social e as consequências deste uso em nosso cotidiano. Para isso, realizamos dois tipos de pesquisa: Quantitativa e Qualitativa. Esta foi realizada com 20 professores universitários do Estado do Rio de Janeiro, que responderam um questionário com quatro perguntas abertas; aquela consistiu em uma pesquisa com 508 universitários do Estado do Rio de Janeiro, que responderam um questionário com perguntas fechadas. Os resultados obtidos foram de extrema importância para a comunidade acadêmica e para o mercado, pois servirão como base para futuros estudos sobre o tema em questão.

PALAVRAS-CHAVE: pesquisa; *Facebook*; comportamento; relações públicas.

INTRODUÇÃO

Hodiernamente, as redes sociais são praticamente inerentes ao cotidiano dos cidadãos das grandes cidades. O crescimento que a tecnologia digital obteve nos últimos anos está transformando nossas atividades, principalmente as comunicacionais. O *Facebook*, maior rede social do mundo, através de suas aplicabilidades, está revolucionando nossa forma de interagir e de conviver, o que provoca o questionamento: Somos dependentes ou temos autonomia perante esta rede social?

As questões propostas nos questionários buscaram estudar o tempo de permanência dos usuários no *Facebook*; investigar as consequências no uso do *Facebook* em sala de aula; entrevistar professores a respeito do anteposto; identificar o comportamento dos usuários quando ficam sem acesso à rede social; compreender a grande quantidade de “amigos” e até onde podem realmente ser considerados amigos e, dentre outras questões, produzir uma síntese do estudo.

¹Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas, modalidade pesquisa em Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

²Autor do estudo e recém-graduado em Comunicação Social – Relações Públicas - UERJ. Atualmente é mestrando em Mídia e Cotidiano na Universidade Federal Fluminense. E-mail: douglasuffuerj@gmail.com

³Orientador do trabalho. Doutor em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e professor do curso de Comunicação Social da UERJ. E-mail: antonioluizmedina@gmail.com.

OBJETIVO

Elucidar o comportamento dos universitários do Rio de Janeiro na maior rede social do mundo a fim de compreender as modificações que a tecnologia está engendrando em nosso cotidiano para que possamos construir relações mais concretas e produtivas.

JUSTIFICATIVA

A transformação que a tecnologia está inserindo na sociedade, por meio de algoritmos, aplicativos etc., está nos cerceando e limitando nossas atividades, numa espécie de funil, levando-nos a apenas um lugar: uma tela; seja do computador, *smartphone* ou *tablet*. O uso da internet e, especificamente, do *Facebook* está nos deixando dependentes da rede social ou temos autonomia para sabermos o momento de parar de usá-la? Existe esta autonomia ou apenas pensamos que a temos? Questões como essas são de extrema importância para a sociedade hodierna. Vivemos em um mundo agitado nas grandes metrópoles, no qual o comportamento das pessoas no cotidiano se reformula a cada dia. “Vivemos um momento muito delicado da nossa história, em que comportamentos sociais degenerados passam a ser referência e inspiração para muitos”. (LONDON, 2013, p.124).

Assim, a justificativa do estudo foi suscitar a reflexão dos leitores e, principalmente, do *target* que participou da pesquisa: os universitários e os professores. Com isso, pretendíamos gerar um grande debate a respeito das consequências que esta rede social traz às nossas vidas e, particularmente aos relações-públicas, buscar compreender maneiras adequadas de se comunicar com o público estudado.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O estudo foi dividido em três partes: Pesquisa quantitativa com 508 universitários do Estado do Rio de Janeiro; pesquisa qualitativa com 20 professores-doutores universitários do Estado do Rio de Janeiro e, por fim, uma pesquisa bibliográfica atual e pertinente para abalzar as questões suscitadas pelo estudo.

O processo de elaboração da pesquisa quantitativa foi subdividido em três partes:

- 1- Perguntas classificatórias
- 2- Construção de índice (Verificar se o usuário é *heavy/light user* da rede social)
- 3- Questões realizadas por tipicidade/intencional e cálculo de amostragem infinita

As perguntas classificatórias servem para ilustrar a proporção das pessoas que foram entrevistadas, além de servirem como filtro entre os diferentes grupos entrevistados. Por exemplo: a diferenciação das respostas dos universitários e das universitárias; a diferenciação entre estudantes de órgãos públicos e particulares etc. No questionário da pesquisa foram usados os critérios: idade; sexo; estado civil e órgão da instituição da qual faz parte (federal, estadual ou particular).

A construção de índices é importante para a mensuração precisa das variáveis. Por meio de suas dimensões são selecionados um ou mais indicadores. Para cada indicador é selecionada uma escala. E, por fim, conforme diz Gil (1999, p.93): “Essas escalas serão integradas de maneira tal que se obtenha um valor total, que é denominado índice”. No questionário do estudo, cada pergunta referente à construção do índice tinha indicadores com valores escalares diferenciados. Assim, ao responder: Você tem o aplicativo do *Facebook* em seu celular? O valor escalar da resposta “Sim” logicamente era maior que o valor escalar da opção “Não”, em razão do objetivo da pesquisa, que era investigar quem é *light/heavy users*.

Um dado importante, divulgado pelo site *Ecommercenews*⁴, mostra a porcentagem que classifica um usuário *heavy users* e um *light users*. Segundo dados do site, os “*heavy users*” gastam uma média de 26% de seu tempo nas redes sociais (pouco mais de 6h); os “*light users*” utilizam as redes sociais durante 0,42% de seu tempo (em média 1h).

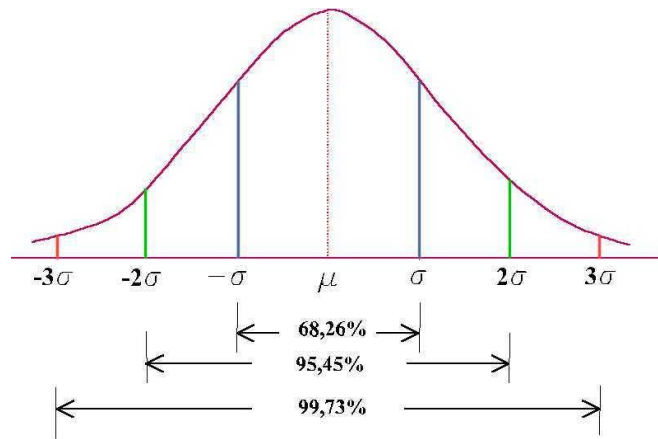
A última parte da pesquisa quantitativa concerne às questões específicas do estudo. As questões formuladas fazem parte de uma amostragem por tipicidade ou intencional, enquanto o cálculo para definir o tamanho da amostra foi baseado em uma amplitude de universo infinito. A amostragem por tipicidade ou intencional:

Consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. A principal vantagem da amostragem por tipicidade está nos baixos custos de sua seleção. Entretanto, requer considerável conhecimento da população e do subgrupo selecionado. (GIL, 1999, p.104).

O cálculo da amostra foi realizado conforme o critério específico para pesquisas em ciências sociais. Todavia, antes de adentrarmos na explicação da fórmula, é de grande importância entender os fatores que determinam o tamanho da amostra. Os fatores são: amplitude do universo (finito ou infinito); nível de confiança estabelecido através dos desvios-padrão (1 a 3, sendo 1 = 68%; 2 = 99,5% e 3 = 99,7% - também conhecido como

⁴ <http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/heavy-users-sao-os-que-menos-gastam-e-compram-em-redes-sociais-diz-estudo> Acessado dia 30/01/2014 às 8h15min.

curva de Gauss⁵); erro máximo permitido - ou margem de erro – “nas pesquisas sociais trabalha-se usualmente com uma estimativa de erro entre 3 e 5%” (GIL, 1999, p.106); por último há a percentagem com que o fenômeno se verifica, serve como estimativa prévia do fenômeno a ser verificado.



Curva de Gauss - Imagem do autor

Assim, o cálculo para amostragem de universos infinitos baseia-se na fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

n= tamanho da amostra.

σ = nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão.

p= percentagem com o qual o fenômeno se verifica.

q= percentagem complementar (100 – p)

e = erro máximo permitido.

No estudo, o número de desvio-padrão foi de 3, o que acarreta um nível de confiança equivalente a 99,7%. A percentagem com o qual o fenômeno se verifica foi de 90 (segundo nossos estudos prévios, 90% dos universitários possuíam conta no *Facebook*), com isso, a percentagem complementar foi de 10. O erro máximo permitido foi de 4%. Ou seja, caso uma resposta desse o equivalente a 70%, isso quer dizer que, de acordo com a margem de erro, ela devia ser analisada entre 66% e 74%. Aplicando estes valores à fórmula, o resultado da amostra é aproximadamente igual a 508. Sendo assim, 508 universitários do Rio de Janeiro foram entrevistados a fim de seguir os preceitos da fórmula de acordo com uma margem de erro de 4% e uma confiabilidade de pesquisa de 99,7%.

⁵ Uma curva de Gauss (curva em forma de sino) é um gráfico de distribuição normal de um determinado conjunto de dados e representa uma função que possui propriedades peculiares. Este nome se deve à suposição que o cientista Gauss tenha sido a primeira pessoa a fazer uso de suas propriedades.

Na parte qualitativa, os 20 professores responderam quatro perguntas abertas, além de preencherem uma matriz na qual tinham de marcar a esfera da(s) instituição ou instituições na(s) qual(is) leciona (federal, estadual e particular).

Outros pontos importantes para a construção da pesquisa foram:

- Prevenção de deformação – consiste em evitar que o questionário seja iniciado por perguntas que tragam risco de provocar respostas fechadas, evitar perguntas indiretas quando o tema for delicado e evitar deformação conservadora com o uso de palavras estereotipadas;
- Cuidado na formulação de perguntas que penetram na intimidade das pessoas – perguntas desse tipo entram no aspecto comportamental das pessoas, portanto, para os entrevistados não se sentirem invadidos, usamos a técnica de formular a pergunta usando o tempo verbal no passado. Assim, de acordo com a psicologia social, citado por Gil (1999), a liberdade de responder o que já foi feito algum dia é maior do que está sendo feito no momento. Entretanto, conforme menciona Gil (1999, p.133), “o comportamento anterior de uma pessoa em determinada situação constitui sempre indicador expressivo de seu comportamento futuro em situações similares”.
- Formulação das perguntas de maneira clara, concreta e precisa – A pergunta deve possibilitar uma única interpretação, sem sugerir respostas.
- Pré-teste – Antes de iniciarmos a pesquisa, foi realizado um pré-teste com 35 universitários, *target* do estudo. O resultado do pré-teste gerou uma alteração na formulação de algumas questões e o acréscimo de novas opções a serem escolhidas.
- Técnica do funil – Consiste em formular as questões de acordo com uma ideia de cada vez, sendo que cada questão deve ter relação com a questão antecedente. Com exceção quando troca de assunto. No caso da pesquisa, foi adotado o critério das perguntas classificatórias, depois o da construção dos índices e, por último, findamos com as questões mais pertinentes ao estudo. Estas questões também seguiram regras de similitude, de acordo com cada assunto abordado.
- O número ideal de questões específicas do estudo (excetuando-se do cálculo aquelas correspondentes às perguntas classificatórias e às que ajudam na construção de índices) – “Alguns autores estabelecem como regra geral que o número de questões de um questionário não deve ultrapassar a trinta”. (GIL, 1999, p.134).
- Instruções e apresentação do questionário – Assim como a parte gráfica, o cuidado com as devidas instruções a respeito de algumas questões e com a apresentação do

questionário ajudou a elucidar o motivo do estudo e da importância que cada entrevistado tinha no resultado da pesquisa.

- O uso do efeito Zeigarnik – A entrevista foi realizada de acordo com o chamado “efeito Zeigarnik”, que consiste em deixar as perguntas mais interessantes para o final, gerando uma intensidade no interesse por responder a pesquisa.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A pesquisa qualitativa, direcionada aos professores, foi realizada por meio de questionários impressos. Nestes, constavam quatro questões abertas⁶. Os professores respondiam de acordo com o tempo disponível e enviavam as respostas via e-mail ou devolviam o questionário impresso respondido.

Em relação à pesquisa quantitativa, ela foi realizada de duas maneiras: diretamente com o universitário, através do questionário impresso⁷, ou por meio de uma plataforma específica para pesquisas (Survio)⁸. Neste, as respostas eram quantificadas à medida que iriam respondendo. Vale ressaltar que esta plataforma permite o bloqueio de IP⁹, acarretando segurança e evitando enviesamentos, pois ninguém poderia responder a pesquisa do mesmo computador mais do que uma vez. Outro ponto a salientar é referente à construção das perguntas, pois todas foram elaboradas com o intuito de evitar enviesamento por meio de técnicas de psicologia social atreladas às metodologias de pesquisa para ciências sociais. Além disso, o número de perguntas e os critérios de respostas fechadas também ajudaram a evitar qualquer forma de enviesamento.

Resultados:

Em relação à pesquisa qualitativa, do total entrevistado (20), 13 são contrários ao uso do telefone em sala de aula. A reação mais frequente foi a irritação. Reações como desilusão, desagrado e desapontamento também foram citadas. Dos 20 professores, 11 permitem o livre acesso ao celular por parte dos alunos, enquanto nove professores não permitem. Em geral, todos consideraram as redes sociais inevitáveis e classificaram como algo positivo. Em relação ao comprometimento com a leitura, o que podemos constatar é que há, por parte da maioria, uma preocupação angustiante com relação à leitura. Em geral,

⁶ O questionário está disponível no site www.douglasazevedo.net

⁷ *Ibidem*

⁸ <http://www.survio.com/br/>

⁹ *Internet Protocol* – Funciona como uma identidade do computador, no qual cada um tem seu IP.

os professores concordam que as redes sociais têm seus pontos positivos e que são importantes, mas a consequência pelo uso exacerbado é o afastamento, de forma geral, da leitura. Neste ponto, por pouco não foram unânimes.

A pesquisa quantitativa é muito abrangente e, por questões de espaço do *paper*, não detalharemos.¹⁰ Entretanto, segue uma síntese do estudo: A primeira parte é referente às perguntas classificatórias: A faixa etária entre 21 e 25 anos foi a mais representativa do estudo (41,7%), seguida da faixa etária 17-20 (36,8%) e, por fim, os universitários acima dos 25 (21,4%). Seguindo a análise, 68,7% dos colaboradores da pesquisa foi de mulheres e 31,3% de homens. Mais da metade dos universitários entrevistados responderam que estão solteiros (50,5%). De todos os universitários entrevistados, mais da metade estudam em uma instituição federal do Rio de Janeiro (52,3%); seguidos dos que estudam em uma estadual (28,7%) e dos que estudam em uma instituição particular (18,9%).

Na segunda parte, ocorre o processo de construção do índice, com o intuito de saber quantos universitários são *heavy users* do Facebook. Os universitários acessam o *Facebook* com maior frequência do computador residencial (50%), seguido do celular (43,5%), computador de trabalho (6,3%) e, por último, computador da *Lan House* (0,2%). O acesso à internet, independentemente do *wi-fi*, foi de 76,3%, o que corresponde a mais de $\frac{3}{4}$ do total dos entrevistados. Sobre a presença do aplicativo do *Facebook* em seu celular, o número foi ainda maior: 81,1%. Mais do que a metade dos universitários (65,1%) confere as notificações do *Facebook* pelo menos uma vez no período de uma hora. Por último, no que diz respeito às salas de aulas, mais da metade (52,3%) dos universitários afirmaram acessar livremente o celular durante as aulas, o que gerou uma grande preocupação dos professores. Com isso, após a filtragem e o cálculo dos valores escalares, chegamos à conclusão de que 7,7% do total de entrevistados são *light users* e 92,3% são *heavy users*.

Dando início ao escopo do estudo, segue abaixo os resultados mais emblemáticos:

- 65% já excluíram alguém por postar muito conteúdo ou por postar conteúdos conflitantes com suas crenças;
- 18% do total deixou de falar na vida real com alguém que o excluiu no Facebook (É a interferência da vida *on na off*);
- 82% possuem mais do que 30 fotos pessoais no perfil, dentro destes, 56% têm mais do que 100 fotos;
- 67% admitiram ter pessoas desconhecidas na sua lista de amigos;
- 19% nunca pensaram no risco das fotos serem copiadas por perfis *fakes*;

¹⁰ O resultado completo pode ser visualizado em: www.douglasazevedo.net

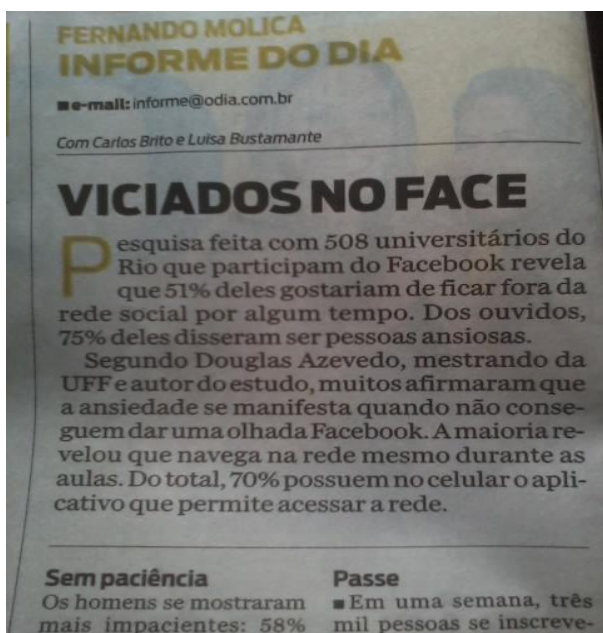
- 17% disseram que não se preocupam com o risco (isso é preocupante, pois muitas pessoas podem ter fotos copiadas para sites estrangeiros e até para perfis *fakes* e não fazem ideia);
- 16% sentem-se controlados e com a vida pessoal invadida quando os pais fazem parte da lista de amigos;
- 87% dos alunos admitiram ter passado por alguma dificuldade de aprendizado em sala de aula ao estar online no Facebook. Destes, 19% admitiram sentir todas as dificuldades levantadas na pesquisa (déficit de atenção, dificuldade de concentração, falha na assimilação do conteúdo e esquecimento);
- 52% espionam o perfil do(a) ex e o da(o) atual dele(a);
- 38% cortam as relações de amizade no *Facebook* com seu/sua ex;
- 47% já discutiram com o(a) parceiro(a) por causa de comentários e fotos no Facebook;
- 76% dos universitários consideram-se pessoas ansiosas (É o reflexo da nossa sociedade, no qual somos seres multitarefas, temos de fazer tudo ao mesmo tempo e em uma velocidade que se torna angustiante);
- Os shoppings (75%), seguidos de cinema (62%), bares (52%) e praia (41%) são os locais mais frequentados pelos universitários do RJ;
- 70% já pensaram em abandonar o *Facebook* - destes, 51% abandonariam por algum tempo e 19% pensaram em abandonar esta rede social para sempre.

O estudo suscitou discussões, gerou debates acerca do tema e foi divulgado por grandes veículos midiáticos. Como podemos ver abaixo, nos jornais O Globo, O Dia e no canal de televisão Globo News, no qual foi debatido pelos comentaristas:



¹¹ Jornal O Globo

¹¹ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mais-da-metade-dos-universitarios-do-rio-navega-na-rede-social-durante-aula-diz-pesquisa-11892070>



¹² Jornal O Dia



¹³

Globo News

CONSIDERAÇÕES

Com efeito, o tempo virou nosso bem maior, a impressão é que quanto mais trabalhamos mais precisamos de tempo para completar as tarefas. Sem contar a falta que ele nos faz para atividades prazerosas, por isso comumente presenciamos pessoas reclamando: falta tempo para ler um livro, para brincar com os filhos, para ir ao cinema com a/o esposa/marido, para contemplar o pôr do sol, para caminhar na praça e ouvir o canto dos

¹² Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-02-17/viciados-no-face.html>

¹³ Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/estudio-i/videos/t/todos-os-videos/v/uso-de-redes-sociais-durante-as-aulas-desconcentra-e-provoca-falhas/3221568/>

pássaros, para visitar amigos distantes, conhecer locais históricos etc. Está faltando tempo em nossas vidas, porém, a velocidade dos ponteiros que marcam o horário no relógio não foi alterada. O problema dos cidadãos contemporâneos é de tempo ou de gerenciamento de suas vidas? Como dizia o filósofo pré-socrático Heráclito: “A estabilidade se baseia na mudança”. Portanto, este trabalho objetivou suscitar a reflexão de todos nós, cidadãos contemporâneos, no que se refere ao uso da tecnologia, às consequências do seu uso, às prioridades de nossas vidas e ao gerenciamento do tempo. E, no que concerne às relações públicas, auxiliar o entendimento sobre a melhor maneira de se comunicar com os públicos, compostos, nas grandes metrópoles, de cidadãos que possuem a tecnologia inerente às atividades do cotidiano.

Precisamos mudar, evoluir, viver com mais qualidade e prosperidade. Precisamos aproveitar o tempo, pois ele é a base de tudo em nossa vida; é a única coisa que nunca mais retornará a partir do momento em que você a perder, porque os bens materiais e, em certa medida, até mesmo a saúde e os amigos podem ser recuperados. Viver com mais resultado e equilíbrio – este é o desafio. (BARBOSA, 2012, p.11).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Christian. **Equilíbrio e resultado** – Por que as pessoas não fazem o que deveriam fazer? Rio de Janeiro: Sextante, 2012.
- CARR, Nicholas. **A geração superficial** – O que a internet está fazendo com os nossos cérebros. Rio de Janeiro: Agir, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FRANÇA, Fabio. **Públicos: Como identificá-los em uma nova visão estratégica**. São Caetano do Sul: Yendis, 2004.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook** - Os bastidores da história da empresa que está conectando o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- LANIER, Jaron. **Gadget** – Você não é um aplicativo. São Paulo: Saraiva, 2010.
- LONDON, Jack – **Adeus, Facebook** – O mundo pós-digital. Rio de Janeiro: Valentina, 2013.
- MARCONDES, Manoel. **A transparência é a alma do negócio: O que os 4 Rs das Relações Públicas podem fazer por você**. Rio de Janeiro: Conceito, 2012.
- MCLUHAN, Marshall – **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MYERS, David. **Psicologia Social**. São Paulo: LTC, 2000.
- RUSHKOFF, Douglas. **Um jogo chamado futuro**. Rio de Janeiro: Revan, 1999.