

Mídias digitais, jornalismo comunitário e comunicação local em Chiador, MG¹

Ana Carolina REZENDE²

Bruno FUSER³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Resumo

O objetivo principal desta pesquisa é verificar, entre moradores de Chiador, MG, a importância das redes sociais e da internet na comunicação comunitária e de âmbito local, em especial no jornal comunitário criado naquela cidade em 2008, o *Jornal de Chiador*. Apesar de cerca de 40% da população brasileira não ter acesso à web, esse percentual tem crescido. Através de netnografia e entrevistas qualitativas, buscamos verificar as principais formas de interação dos moradores daquela cidade com a internet e com as redes sociais. Entre as conclusões, verificou-se que as questões locais e regionais estão entre as mais presentes no Facebook, e a busca por trabalho é razão que mais leva as pessoas a navegarem nas redes sociais. Em seguida, lazer e entretenimento e a troca de informações locais. Foram bastante intensas as críticas tanto à baixa qualidade do sinal disponível em Chiador como à falta de maior espaço na rede para sites ou blogs de tenham informações sobre o município.

Palavras-chave: redes sociais; internet, comunicação local; Chiador; jornalismo comunitário.

1. Introdução

Este projeto tem origem em pesquisa anterior⁴, na qual se estudou como tem crescido a participação através dos meios digitais entre colaboradores do **Jornal de Chiador**, uma pequena cidade da Zona da Mata mineira. Analisadas nos primeiros meses de 2016 quatro edições do periódico – produzido em forma de impresso, mas também com uma página no Facebook e com WhatsApp institucional, além de receber colaborações através do envio por meios digitais – verificou-se um crescimento de entre 61% e 71% (janeiro e fevereiro) para 92% (maio) do envio total de conteúdo redacional dos colaboradores, através de artefatos baseados em tecnologias digitais e da internet.

Apesar do crescimento do acesso à internet nos últimos anos, de várias formas, o fato é que, em 2015, 42% da população brasileira não tinha acesso à web, conforme

¹ Trabalho apresentado na IJ 05 – Comunicação Multimídia do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Graduanda do curso de Jornalismo da Facom- UFJF, orientanda do Programa de Iniciação Científica UFJF 2017-2018; e-mail: srezendecarolina17@gmail.com.

³ Orientador do projeto. Professor do Curso de Jornalismo da UFJF, e-mail: bruno.fuser@ufjf.edu.br

⁴ Cf. FERREIRA, R.G.; FUSER, B. **Desafios da comunicação comunitária: participação e conteúdo no Jornal de Chiador**. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, Intercom, 2016.

dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil.⁵ A maior parte da população excluída do acesso à internet são moradores das zonas rurais do país e pessoas que pertencem às camadas sociais mais pobres: entre estas últimas (classes D e E), 72% não têm acesso à rede mundial de comunicação. Assim, de certa forma nos surpreendeu o crescimento verificado em Chiador, município pobre e que, embora majoritariamente com população na zona urbana, ainda enfrenta problemas de sinal de telefonia móvel, poucas residências com acesso via ADSL e ausência de oferta de serviço cabo. Para verificar a abrangência dessa mudança e conhecer melhor o fenômeno especificamente naquela localidade, desenvolvemos este trabalho, cujo objetivo principal é verificar, entre moradores de Chiador, MG, a importância das redes sociais e da internet na comunicação de âmbito local, em especial o *Jornal de Chiador*.

2. O município e o *Jornal de Chiador*

O município, situada na Zona da Mata mineira, possui aproximadamente três mil habitantes. Chiador foi emancipado em 12 de dezembro de 1953. Antes disso, fazia parte do município de Mar de Espanha, que fica a 20 quilômetros, e que possui atualmente cerca de 11 mil habitantes. A ligação entre as duas cidades é feita através de uma estrada sem asfalto, de difícil acesso em épocas de chuva, pois percorre uma pequena serra. Outro município que faz divisa com Chiador é Três Rios, cidade de aproximadamente 70 mil habitantes do interior do estado do Rio de Janeiro; 18 quilômetros de estrada, mas asfaltada, dividem Chiador de sua vizinha fluminense.

O município apresenta forte dependência econômica com relação às cidades vizinhas. Chiador não possui hospital, farmácia, papelaria, hipermercado. Dessa forma, seus moradores viajam frequentemente para Mar de Espanha e, principalmente, para Três Rios. Ou seja – os cidadãos chiadorenses, para comprarem medicamentos, terem acesso a hospital em casos de emergência e a grandes e médias redes de supermercado (e preços mais baixos) precisam viajar cerca de uma hora de ônibus.

Importante destacar que na área da comunicação essa precariedade persiste: o município não possui emissora de rádio, jornal comercial nem emissora de TV. Uma das principais formas de comunicação da cidade é o alto-falante da igreja católica, a Matriz de Santo Antônio, que é utilizado para anunciar falecimentos, reuniões comunitárias e festividades da igreja. A Prefeitura, comerciantes e políticos contratam eventualmente

⁵ Cf. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet*. 2016.

carros de som, para anunciarem concursos e eventos. Além disso, anúncios que são colados nos estabelecimentos comerciais da cidade e em postes e locais de grande circulação de público servem para avisar a comunidade sobre os acontecimentos em geral, festas, campanhas de vacinação, mudanças em horários de ônibus etc.

De pequeno porte, Chiador tem enfrentado nos últimos anos um crescimento demográfico negativo. Desde 1996 sua população tem decrescido: passou, segundo dados do IBGE, de 3.001 habitantes (1996) para 2.785 (2010). Entre 2000 e 2010 a taxa de crescimento foi de -0,60%⁶. A cidade passa por processo migratório, visto que a maior parte da população não encontra oportunidade de trabalho local e vai morar em Três Rios e Juiz de Fora, como principais opções. A pirâmide etária mostra, ainda, em relação ao mesmo aspecto em Minas Gerais e Brasil, intenso processo de envelhecimento da população⁷. Em termos de PIB, a atividade agropecuária se sobressai em relação à industrial, embora os serviços sejam o setor de maior geração de renda.

É nesse contexto que surgiu o *Jornal de Chiador*, em maio de 2008. De acordo com o Projeto Editorial, a iniciativa tinha como principal missão “contribuir para o desenvolvimento da cultura local, tornando-se um veículo feito pela e para a comunidade”. Desde maio de 2008, o *JC*, sob a coordenação do jornalista Rodrigo Galdino Ferreira, mantém uma linha editorial que valoriza a prática comunicativa democrática e participativa. Até o momento de redação deste texto haviam sido publicadas 75 edições. O jornal tem sido autossustentável, através de anúncios do comércio local ou de colaborações voluntárias diversas, o que garante, por exemplo, a impressão e o transporte de bolsistas de Juiz de Fora até Chiador.

A UFJF tem também apoiado o jornal, entre outras formas, através de projeto de treinamento profissional desde 2014, com a coordenação do orientador deste texto, que passou a colaborar com a publicação em 2013. Dificuldades na obtenção de anúncios e também a adesão crescente da população às mídias digitais fizeram com que o jornal passasse ter edições impressas bimestralmente e dedicasse cada vez maior atenção à sua página no Facebook, um dos motivos de realização desta pesquisa.

3. Comunicação comunitária e convergência midiática

⁶ Cf. Portal ODM – Acompanhamento Municipal de Objetivos do Milênio. Disponível em: <http://www.portalodm.com.br/relatorios/mg/chiador>

⁷ Cf. dados do IBGE em <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=311620#>

Este projeto tem como objeto de pesquisa mais geral uma mídia que se propõe ser veículo comunitário, o *Jornal de Chiador*. Uma primeira indagação diz respeito às quais seriam as características da comunicação comunitária. Cicilia Peruzzo, da Universidade Metodista de São Paulo, assinala: “é uma comunicação que se compromete, acima de tudo, com os interesses das ‘comunidades’ onde se localiza e visa contribuir na ampliação dos direitos e deveres de cidadania” (PERUZZO, 2004, p. 6).

O sentido de comunicação comunitária está intensamente associado ao de democratização da comunicação, conforme se percebe pelas palavras de José Ignacio Lopez Vigil, coordenador da AMARC - Associação Mundial das Rádios Comunitárias:

(...) mas quando dizemos rádios comunitárias a que definição estamos nos referindo? (...) O que define uma rádio comunitária são os objetivos que persegue: democratizar a palavra que está concentradas em poucas bocas e em pouquíssimas mãos para que nossa sociedade seja mais democrática (VIGIL, citado por COGO, 1998, p. 75).

Em outro momento, assinala Peruzzo: “Alguns autores têm chamado a comunicação popular de alternativa - além de muitos outros adjetivos que lhe são atribuídos, como comunitária, participativa, dialógica, horizontal, usados geralmente como sinônimos” (PERUZZO, 1998, p. 120).

Todas as perspectivas, no entanto, têm em comum associar a essas tendências ou movimentos a expressão da afirmação do direito à comunicação. Mais recentemente difunde-se o conceito “comunicação cidadã”. Portanto, comunitário passa a ser expressão que, na utilização que se dá cada vez mais intensamente nos estudos sobre comunicação, se refere tanto a valores de afirmação de direitos democráticos e de cidadania, voltada em especial para - e produzida em especial por - segmentos sociais que pouco ou nenhum espaço têm habitualmente nos meios de comunicação, ou cujo espaço nesses meios é forma apenas de obtenção de audiência ou de agregar novos valores a uma mercadoria cultural.

Pesquisadores assinalam a importância, nos tempos de convergência midiática, do uso das ferramentas interativas na participação dos receptores na produção de conteúdo nas mídias, tornando-os ativos. Tais ferramentas possibilitariam o diálogo, a interação; "a comunicação política gerada a partir da atuação colaborativa e participativa dos cidadãos pode implicar em uma nova esfera pública de discussão", assinalam Machado

Filho, Xavier e Ferreira (2013, p.173). Salientamos, nesse sentido, o caráter de possibilidade - que pode, portanto, realizar-se ou não - defendido pelos autores.

Peruzzo (2011) destaca a importância que assumem as tecnologias digitais, mesmo entre segmentos da população que estão à margem dos benefícios de tais inovações, pois

as pessoas de baixo poder aquisitivo e suas organizações sociais que vivem ou atuam em regiões periféricas das cidades, ou no campo, procuram se inserir nesse ambiente de transformação de estruturas comunicativas e de relações sociais. Esse tipo de inclusão ocorre como parte de uma dinâmica social em que não se separa o mundo concreto daquele constituído pelo ciberespaço. (PERUZZO, 2011, p.83)

Para a pesquisadora, embora não se dispense a continuidade das lutas presenciais, a comunicação popular, comunitária e alternativa pode se revigorar, na perspectiva de incluir em suas práticas comunicativas o empoderamento coletivo das tecnologias da informação e da comunicação. "O custo social do não empoderamento coletivo das TICC para efeito de implementação de alternativas duráveis de comunicação comunitária contribui para o atraso na transformação da realidade local", alerta Peruzzo (2011, p. 83).

Mais que a criação de canais ou meios de comunicação, Peruzzo enfatiza o caráter processual nas práticas dessa comunicação, de forma a "inserir-los como facilitadores de processos de mobilização social, razão pela qual suas expressões originárias e, em muitos casos também atuais, se desenvolvem no contexto dos movimentos sociais" (PERUZZO, 2011, p. 85).

Não estamos tratando neste texto da criação de canais de comunicação em si ou daqueles protagonizados por pessoas individualmente, mas aqueles inseridos nas dinâmicas de mobilização e organização de grupos subalternos progressistas, pois interessa compreender o sentido coletivo aí constituído. (PERUZZO, 2011, p. 87)

4. Metodologia

A perspectiva de trabalho que buscamos desenvolver é multimetodológica: de um lado, netnografia; de outro, questionários e entrevistas semiestruturadas, de cunho essencialmente qualitativo, para verificar o uso de aparelhos portáteis e outros artefatos digitais por distintos segmentos da população de Chiador, em especial (mas não apenas) entre colaboradores do Jornal de Chiador, e também para verificar em que medida formas tradicionais de comunicação têm ou não sido alteradas a partir da disseminação

de tais equipamentos.

Estudo anterior realizou uma primeira observação sobre a utilização de tecnologias digitais no envio e no recebimento de conteúdo para a publicação do jornal impresso⁸. Nas quatro edições analisadas, a média foi de 76% de participação através do uso de meios digitais, no total do conteúdo publicado. Ou seja, de todo o conteúdo enviado pelos colaboradores, significativa maioria é proveniente de artefatos baseados em tecnologias digitais e da internet. Na participação virtual, foi constatada a utilização majoritária da rede social Facebook pelos colaboradores, tanto para o envio de conteúdos quanto para a interação com a equipe coordenadora do projeto.

4.1. Netnografia

Para se compreender o sentido de netnografia, é preciso recuperar o conceito de etnografia, em que se devem considerar vários aspectos:

(...) o estudo cultural através de uma imersão profunda no grupo sendo estudado. (...) uma reconstrução analítica de cenários e grupos culturais que traz as crenças, práticas, artefatos e conhecimentos compartilhados pela cultura que está sendo estudada (...) técnica a ser utilizada, de forma a conseguir obter dados fenomenológicos que representem a concepção de mundo dos participantes. (GOETZ; LECOMPTE, 1988, citado por MONTARDO e PASSERINO, 2009, pág. 4)

A netnografia seria basicamente a etnografia realizada no ambiente virtual, com pequenos ajustes, que veremos a seguir. A primeira consideração importante é entender a internet como espaço cultural, com linguagem, artefatos e símbolos próprios. Por isso, como nos estudos etnográficos, para realizar esse tipo de pesquisa o cientista precisa se inserir nessa cultura, e isso não significa apenas ser um usuário da internet e sim compreender seus ritos, crenças, etc. Da mesma forma como na etnografia, na netnografia faz-se necessário que o pesquisador realize uma “combinação imersiva entre participação e observação cultural com relação às comunidades pesquisadas”.

A netnografia, segundo as pesquisadoras, pode ser empregada, entre outras formas, como ferramenta metodológica para estudar comunidades e como ferramenta exploratória para diversos assuntos. Neste tema, as autoras se remetem a outro pesquisador, Kozinets (1997, citado por MONTARDO e PASSERINO, 2009), para quem, entre outras maneiras de se utilizar a netnografia, está aquela que se aplica a nosso estudo: as pessoas são consideradas como uma comunidade virtual que também

⁸ FERREIRA, R.G.; FUSER, B. **Desafios da comunicação comunitária**: participação e conteúdo no Jornal de Chiador. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, Intercom, 2016.

estabelecem relações “reais”. Nesse caso, o pesquisador não se limita a pesquisa na web, mas complementa seu estudo com entrevistas, por exemplo. Dizem ainda as autoras (MONTARDO e PASSERINO, 2009, pág. 6): “Além disso, Kozinets (1997) reconhece que aspectos das relações empreendidas em comunidades virtuais não se restringem às comunicações mediadas por computador, influenciando também a vida das pessoas envolvidas para além dessa situação”.

Um ponto importante que deve ser observado é o caráter ético da pesquisa na web. Obviamente é um ambiente público, no qual as pessoas estão cientes de que o que é postado ali é acessível a toda e qualquer pessoa que utilize o ambiente virtual. Por isso, uma parte da pesquisa pode ser feita apenas observando e analisando tais publicações disponíveis; porém, é importante o conhecimento e consentimento das pessoas que serão investigadas mais a fundo, não só para a confirmação e validação dos dados obtidos como também por uma questão ética.

Para finalizar, as autoras fazem uma comparação da etno com a netnografia, destacando alguns pontos a serem observados, como: 1- Além de selecionar a população a ser estudada, é preciso analisar as comunidades online das quais ela participa. 2- Juntamente com a coleta de dados feita “em campo”, é preciso fazê-la também no ambiente virtual. 3- É preciso se atentar a questão da ética de pesquisa pelos motivos citados anteriormente. 4- A validação dos dados obtidos com as próprias pessoas investigadas, ao final do processo, pode trazer novas considerações.

Nesse sentido, as autoras numeram as vantagens e desvantagens da netnografia em relação à etnografia “convencional”, sendo o destaque para a rapidez da primeira e o distanciamento do pesquisador como vantagens, e a desvantagem o excesso da linguagem textual.

Feitosa e Marinho-Araújo (2014) assinalam que a etnografia virtual, ou netnografia, foi difundida inicialmente como forma de estudar a constituição identitária de grupos formados no ciberespaço. “Este método consiste em apreender os processos de sociabilidade e os fenômenos comunicacionais que integram as representações dos sujeitos dentro das comunidades virtuais” (FEITOSA; MARINHO-ARAÚJO, 2014).

Como qualquer metodologia de pesquisa, alguns procedimentos devem ser seguidos. A diferença nesse caso é o fato de que o pesquisador precisa se inserir no

ambiente virtual e realizar a investigação a partir deste. Depois, como em outros métodos, é preciso coletar, interpretar e verificar os dados obtidos com a pesquisa.

As autoras relacionam a etnografia virtual com o método de pesquisa qualitativa. Segundo elas, a etnografia virtual se enquadra como qualitativa pois se atenta ao caráter social, ou seja, ela analisa os indivíduos em suas particularidades. Ao contrário da pesquisa quantitativa, ela não se preocupa com dados numéricos, e sim com a reflexão, com a atribuição de significados e com o aprimoramento da realidade em questão.

4.2. Entrevistas

As entrevistas foram realizadas como parte da etnografia. Cumpre salientar, em relação a esse método, que as entrevistas, aqui, fazem parte da mesma perspectiva qualitativa. Nossa opção se baseia em considerações teóricas de diversos pesquisadores, como Mauro Wilton de Sousa (1990, p. 141), que, ao descrever um estudo qualitativo, ressalta que o mesmo

"não se preocupa com generalizações a partir de dados quantitativos, nem com análises qualitativas sobre dados quantitativos, mas a busca do empírico acontecendo e as relações que o fazem aí se dar como tal. Um estudo, pois, explicativo de relações empíricas e não generalizador das situações amostradas".

A não generalização seria justamente um dos traços que distinguem, dentro das ciências sociais, as tendências "naturalística" e "humanística", segundo Oracy Nogueira (1979, p. 10). A primeira tende a aproximar os métodos das ciências sociais às ciências naturais, "ênfatizando a visão objetiva ou exterior dos fenômenos humanos", enquanto trabalhar com aquela tendência humanística significa operar com pontos de vista até certa medida subjetivos, em que se sobressaem "os aspectos interiores, subjetivos ou intersubjetivos da experiência humana".

5. O perfil e as entrevistas

5.1. Os perfis

A primeira fase da netnografia foi uma análise de 38 perfis de moradores de Chiador, buscados entre os visitantes da página do Jornal de Chiador e outras páginas relacionadas ao município no Facebook, para verificar maneira como eles se comunicam e se informam virtualmente. Foram então esmiuçados 38 perfis de moradores com diferentes faixas etárias, gêneros, poder aquisitivo e níveis socioeconômicos. Nestes perfis da rede social Facebook buscou-se pesquisar quais eram

as preferências na busca pela informação; ou seja, quais páginas, blogs, sites ou canais no youtube cada um acompanhava, baseando-se nas páginas “curtidas” no Facebook e nos grupos de que faziam parte. A estratégia metodológica era buscar tais informações para serem, depois, aprofundadas através de entrevistas com as pessoas que possuem tais perfis.

Foram consideradas relevantes páginas relacionadas à comunicação no geral e de instituições: páginas de órgãos governamentais, do exército/polícia, páginas de cidades/prefeituras, programas e canais de TV, jornais, rádios, blogs, youtubers, páginas de políticos/sobre política, etc. Não foram consideradas importantes páginas voltadas para personalidades, como pessoas famosas, atores, nem de filmes e séries e páginas fake. Os grupos considerados relevantes foram os que contêm algum tipo de divulgação ou interação entre os membros que não seja no intuito de vender/comprar produtos.

Alguns pontos observados:

5.1.1 Idade - Apenas 3 perfis mostram **a idade** (aproximadamente 7,89%). Ou seja, a idade praticamente só é apresentada para pessoas mais próximas, e **92,11%** não fornecem esse dado.

5.1.2. 50% possuem **Instagram**, o que mostra uma frequência relativamente bastante intensa dessa rede social baseada em fotografias.

5.1.3. Interesses em relação à própria cidade:

- 4 curtem “Jornal Chiador” – 10,53%
- 15 curtem “VempraChiador Minas Gerais” – **39,47%**
- 9 curtem “O que perdemos em Chiador” – 23,68%
- 11 curtem “Chiador MG” – 28,95%
- 4 curtem “Chiador MG – A nossa cidade” – **10,53%**

5.1.4. 11 pessoas curtem a página “**SuCanal**”, um canal no youtube feito por uma moradora de Chiador, Suellen Camões (porém está desatualizado, última postagem em 2016) – aproximadamente **28,95%**.

5.1.5. Notou-se também o interesse por política local e nacional, muitas vezes com inclinação para a direita.

- Aproximadamente 10 páginas relacionadas à família Bolsonaro
- Aproximadamente 32 páginas de vereadores, sendo a mais curtida a do Vereador Emanuel, vereador de Chiador, curtida por 16 pessoas, aproximadamente **42,10%**

-
- Aproximadamente 36 páginas de deputados, sendo que 9 pessoas curtem “Celso Jacob”, ex-prefeito de Três Rios – **23,68%** aproximadamente
 - 18 páginas de Ministérios (Da cultura, educação, saúde, etc)
 - Aproximadamente 10 pessoas curtem páginas relacionadas à Polícia – **26,31%** aproximadamente
 - 22 páginas de prefeituras de diversas cidades

5.1.6. Notou-se o interesse por páginas de cidade vizinhas, em especial Três Rios, Mar de Espanha e Juiz de Fora.

- Aproximadamente 76 páginas e grupos relacionados a Três Rios, entre estes a página “Rádio 3 Rios”, curtida por 7 pessoas, aproximadamente **18,42%**.
- “Prefeitura de Três Rios” - curtida por 6 pessoas, aproximadamente 15,79%
- “Jovem Pan Três Rios” – 5 pessoas curtem, aproximadamente 13,16%.
- Três páginas de vereadores de Três Rios são curtidas. Os vereadores são: Rafael Brasiel, Clecinho e Fabiano Oliveira.
- “Reclamações TR” – 7 pessoas curtem, aproximadamente 18,42%
- “Entre-Rios Jornal” – 9 pessoas curtem. aproximadamente 23,68%
- Rádio FM 107 e 87,7 (ambas de Três Rios) também aparecem, 3 e 1 vez, respectivamente.

5.1.7. Aproximadamente 21 páginas e grupos relacionados a Mar de Espanha, entre estes o grupo “Divulga Maresp”, curtido por 6 pessoas – **15,79%**

- “Prefeitura Mar de Espanha” – 3 pessoas curtem, aproximadamente 7,89%

5.1.8. Aproximadamente 20 páginas e grupos relacionados a Juiz de Fora

5.1.9. Também foi observado o interesse por programas de TV como o Pânico (curtido por 8 pessoas, 21,05%) e por apresentadores como o Luciano Huck (curtido por 8 pessoas, 21,05%) e a Eliana (curtida por 4 pessoas, 10,52%), outros considerados relevantes:

- pessoas curtem “Rede Globo” – 15,79%
- 4 pessoas curtem “Record TV” – 10,53%
- 2 pessoas curtem “SBT” – 5,26%
- 6 pessoas curtem o programa “Fantástico”, da Rede Globo – 15,79%
- 4 pessoas curtem o portal “G1” – 10,53%
- 4 pessoas curtem “Ana Maria Braga” (10,53%), 5 curtem “Xuxa” (15,16%), 5 curtem “Esporte Interativo”, 4 curtem “Gshow” e 3 “Malhação”

5.2. As entrevistas

Terminada essa investigação inicial, foi feito o contato com as pessoas que possuem os perfis, para a realização das entrevistas. Estas tiveram caráter semiestruturado. Isso significa que a partir de um roteiro pré-definido, pensado a partir do tema principal - a utilização dos dispositivos móveis em Chiador -, foi feita uma entrevista na qual o habitante da cidade pôde falar livremente e a partir de suas falas surgiram outras perguntas e questões, mudando ou não o roteiro do entrevistador. Dessa forma, conheceu-se muito mais da história da cidade, da vida dos habitantes e da inserção dessas novas tecnologias em seus cotidianos.

Dos 38 perfis contatados, concordaram em conceder entrevista 10 moradores ou ex-moradores de Chiador. Foi elaborado um roteiro de entrevista, realizada de duas formas: duas entrevistas presenciais, pessoais, numa ida a Chiador, e, as demais, através de Whatsapp. Foram entrevistadas 10 pessoas, e todas permitiram que fossem identificadas na pesquisa. A maioria delas tem de 23 a 39 anos, apenas uma fora dessa faixa etária, com 44 anos. Foram 7 mulheres e 3 homens. A maioria estudou até o ensino médio, sendo que apenas 3 fizeram graduação e uma está cursando psicologia. Em relação aos aparelhos utilizados para acessar a internet, os mais citados foram o computador e o celular. Duas pessoas também citam o tablet. Todas citam o celular como o aparelho mais utilizado, pela praticidade de poder levá-lo para qualquer lugar.

As redes sociais mais citadas foram Facebook, Whatsapp e Instagram. Messenger, e-mail e Skype também foram citados, uma vez cada um. Todas as pessoas afirmaram usar as redes para se informarem e manterem contato com seus amigos e parentes distantes. Algumas pessoas também disseram usar para o trabalho.

Em relação às páginas, sites e blogs acessados, as respostas são mais variadas, de acordo com interesses pessoais. Páginas relacionadas ao trabalho ou a faculdade são citadas por 4 pessoas. Blogs, vídeos e páginas de entretenimento (moda, culinária, comédia, etc) vêm em segundo lugar, sendo citadas por 3 pessoas. O Google vem em terceiro lugar, citado por 2 pessoas. Para se informarem, páginas como G1, R7, Globo.com, Jornal de Chiador e The New York Times são citadas. A maioria das pessoas recebe essas notícias seguindo essas páginas no Facebook ou através de compartilhamentos de amigos na mesma rede. O Whatsapp e o e-mail também aparecem como veículos de informação.

Eloisa Fernandes dos Reis, uma das entrevistadas, disse que as redes sociais acabam sendo a principal fonte de informação dos moradores, que ficam sabendo de algo devido à postagem de um amigo, já que é difícil se encontrar informações sobre o município em outra via. Marcelo Vasconcelos Braga reclama da dificuldade de se obter informações a respeito do município, pois não há, segundo ele, páginas/sites/blogs com tais informações. A única página que ele conhece é do Jornal de Chiador, cuja relação seria unicamente de aprendizado e possível aplicação a sua realidade. As páginas relacionadas ao município citadas foram: #VempraChiador, Jornal de Chiador, JC Online e páginas de políticos da cidade.

Praticamente todos reclamam da velocidade da internet e da má qualidade do sinal de celular, sendo que apenas duas operadoras têm sinal na cidade. Todos acham que a internet, apesar de não ser muito boa, facilitou a comunicação entre os moradores da cidade e também com seus parentes e amigos que moram fora. Além disso, citam que a internet facilita a chegada de informação e possibilita que informações sobre Chiador cheguem a outros lugares, mantendo ex-moradores e pessoas interessadas no município informadas sobre eventos da cidade, melhorando, assim, a visibilidade do local para com o exterior.

Em relação às consequências da chegada da internet, alguns moradores só veem melhoras, enquanto outros citam que a internet pode gerar vício, que ela afasta as pessoas no ambiente “real” e que aumenta a fofoca, além de disseminar informações falsas. Raquel Silva Gonçalves Rezende acha que muitas pessoas utilizam a internet como distração e diversão e acabam perdendo o foco nas coisas mais importantes (como crianças que ficam jogando e não fazem as tarefas). Entretanto, as pessoas enfatizaram mais os pontos positivos.

Para melhorar com urgência, foi citado o sinal de celular e internet ruim, além da falta de atualização das páginas. Ariane Guadalupe dos Reis sugere a disponibilização de um 4G. Marcelo Vasconcelos Braga crê que a interação virtual entre a prefeitura e o cidadão precisa ser melhorada para garantir transparência nas atividades políticas. Já Carla Izidora Ferreira aponta que se deve usar a internet de uma forma mais consciente.

6. Considerações finais

Conforme se verifica, inicialmente através da análise dos perfis relacionados diretamente a Chiador, as questões que mais chamam a atenção são as relacionadas

diretamente à vida das pessoas. Importante perceber que entre as páginas mais curtidas estão a de um vereador, Emanuel, curtida por 16 pessoas, e a página VempraChiador, que destaca os atrativos naturais e turísticos do município, com 15 curtidas, entre os 38 perfis. Uma página, mesmo sem atualização há cerca de dois anos, é uma das mais curtidas (11), o que demonstra a repercussão teve o espaço criado por Suellen Camões.

Ainda em relação às páginas diretamente ligadas a Chiador, uma delas, “O que perdemos em Chiador”, com 9 curtidas, mostra o teor crítico que a internet pode difundir, aqui claramente com reclamações sobre os bens artístico e culturais que foram perdidos, como a antiga estação ferroviária. O *Jornal de Chiador*, que originou a pesquisa, possui entre os perfis estudados apenas 4 curtidas, bem abaixo por exemplo que a publicação Entre-Rios Jornal (9 curtidas), de Três Rios. Os temas relativos a esse município, que pertence ao Estado do Rio, aparecem de maneira intensa no estudo, com 76 páginas presentes entre os 38 perfis. Três Rios é o município mais próximo e de mais fácil acesso, e é referência para quem mora em Chiador para compras, tratamentos de saúde, estudos de nível superior, emprego.

Não se deve deixar de destacar ainda duas questões: a intensa presença do Instagram (metade dos entrevistados possui perfil nessa rede) e o fato de que quase nenhum dos perfis apresenta essa informação. Pode tanto ser um “tema tabu” ou, talvez, preocupação com privacidade.

As entrevistas aprofundaram algumas dessas questões. Em primeiro lugar percebe-se que, entre os 10 entrevistados, é relativamente grande a presença de pessoas com nível superior: 3 com graduação completa, e uma, incompleta. Esse fator pode ter influenciado o fato de as mesmas terem concordado em dar entrevistas, e teria de ser tema de maior aprofundamento, pois claramente é muito diferente da média da escolaridade do município ou do país.

As redes sociais são utilizadas um pouco para tudo: informação em geral, contato com os amigos, trabalho. Segundo uma das entrevistadas, são a principal fonte de informação dos moradores, inclusive pela dificuldade de se obter informação local de outra maneira. Essa ausência de informação local na internet é destacada também por outro morador. O que mostra, de certa forma, que a página do *Jornal de Chiador* ou não é conhecida e/ou não está cumprindo a função a que se propõe, ao menos em princípio.

O tema mais citado em relação às páginas, blogs e sites acessados é o trabalho,

mostrando a necessidade, em Chiador (e talvez fora), de se buscar tal acesso pela internet. Em seguida vêm páginas de entretenimento, e o Google, em terceiro.

A baixa velocidade de acesso é destacada, de maneira geral, como uma dificuldade para se navegar e acessar a internet. As operadoras fornecem sinal de péssima qualidade, mas ainda assim Chiador está atualmente conectada, ao menos na zona urbana, à rede mundial, o que não acontecia há muito pouco tempo. Outras observações são feitas, e que confirmam reflexões feitas de forma geral sobre as redes sociais e a chegada da internet: há melhoras, mas há também aspectos vistos como ruins. Permitem a troca de informações, mas também informações falsas; conectam pessoas, mas também as afastam de questões importantes do cotidiano. Os pontos positivos são aqueles mais destacados, e confirmam a tendência, ali, de crescimento de acesso na medida da chegada de sinal de melhor qualidade.

Referências Bibliográficas

- COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.
- COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet**. 2016. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/print/1044583>. Acesso: 17/5/2017.
- FEITOSA, Lígia Rocha Cavalcante; MARINHO-ARAÚJO, Claisy Maria. **Pesquisas qualitativas em contexto da web**: etnografia virtual em debate. Brasília: 2014
- FERREIRA, R.G., FUSER, B. **Desafios da comunicação comunitária**: participação e conteúdo no Jornal de Chiador. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, Intercom, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2297-1.pdf>. Acesso: 19/5/2017.
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=311620#>; <http://cod.ibge.gov.br/30LE>. Acesso: 18/5/2017.
- MACHADO FILHO, Francisco, XAVIER, Juarez e FERREIRA, Mayra Fernandes. **A comunicação colaborativa e a construção de uma sociedade cidadã e uma nova agenda na comunicação pública**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 17, n.17, p. 171-180, jan/dez. 2013. São Bernardo do Campo.
- MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana Maria. **Estudo dos blogs a partir da netnografia**: possibilidades e limitações. Revista Novas Tecnologias, 2009, 4(2), pp.134-152.
- MORIN, Edgar. "A Entrevista nas Ciências Sociais, no Rádio e Televisão". In: MOLES, Abraham A. e outros. **Linguagem da cultura de massas - televisão e canção**. Petrópolis : Vozes, 1973.
- NOGUEIRA, Oracy. "O objeto das ciências humanas". Em: Hirano, Sedi. (org.) **Pesquisa social**: projeto e planejamento. São Paulo : T.A. Queiroz, 1979.
- PERUZZO, Cicilia. **Comunicação nos movimentos populares**. A participação na construção da cidadania. Petrópolis : Vozes, 1998

PERUZZO, Cicilia. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania?** Em VII CELACOM/ENDICOM 2004. Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação regional. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2004.

PERUZZO, Cicilia. Desafios da Comunicação Popular e Comunitária na Cibercultur@: Aproximação à proposta de Comunidade Emergente de Conhecimento Local. **Ciberlegenda**, n. 25, 2011/2, p.82-99, jul/ago 2011. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

PORTAL ODM. **Acompanhamento Brasileiro dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio**. Disponível em: <http://www.portalodm.com.br/relatorios/mg/chiador>; http://www.relatoriosdynamics.com.br/portalodm/dnfile/arquivo3517127907834947/zip/zip_tm_p/0/rd-portalodm-municipal-21-05-2017.zip. Acesso: 18/5/2017.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo : CERU/FFLCH, 1983. 2ª ed.

SOUSA, Mauro Wilton de. **A rosa púrpura de cada dia**. São Paulo : Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1990. [tese de livre-docência].

VIGIL, José Ignacio López. Y Usted, aún no tiene su FM comunitária? **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, CIESPAL, n. 45, p. 8, abr., 1993. Em COGO, Denise Maria. **No ar... uma rádio comunitária**. São Paulo : Paulinas, 1998, P.75.