



Redes Sociais e Mediações: Sociabilidade e Tecnicidade em Grupos de Discussão no *Facebook* em Cruz Alta-RS¹

Davi dos Santos PEREIRA²

Fabiana ISER³

Janaíne dos SANTOS⁴

Veronice MASTELLA⁵

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, RS

Resumo

O artigo apresenta a proposta de uma pesquisa desenvolvida na Unicruz, cuja centralidade está no estudo da rede social *Facebook* e de indivíduos participantes de grupos de discussão da rede, criados em Cruz Alta-RS. Busca-se investigar e compreender os usos, apropriações, negociações e produções de sentido recorrentes neste espaço virtual, analisando-as a partir das dimensões da sociabilidade e da tecnicidade. Intenta-se aprofundar a reflexão sobre as complexas relações existentes entre os usos proporcionados e feitos das redes sociais, e os processos de negociação de sentidos que estão aí imbricados. A partir de um arranjo teórico que ajude na compreensão acerca do fenômeno da comunicação possibilitada pela/na Internet e a relação dos sujeitos com esse contexto virtual, a pesquisa qualitativa enfocará um grupo a ser selecionado após o período de pré-observação.

Palavras-chave: Internet; Redes Sociais; Recepção; Mediações.

Introdução

O processo comunicacional midiático se constitui através de complexas relações entre as instâncias da produção, do produto e da recepção. Numa permanente negociação de sentidos ocorrem as interações entre os que criam os produtos veiculados na mídia, aqueles que os consomem e as especificidades que demarcam a atuação do

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior II 05 – Rádio, TV e Internet, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta. Bolsista PIBIC. E-mail: davipereira1993@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Coordenadora do projeto PIBIC. Docente do Curso de Jornalismo da Unicruz. E-mail: fabianaiser@yahoo.com.br

⁴ Colaboradora do projeto PIBIC. Docente do Curso de Jornalismo da Unicruz. E-mail: sjanaines@gmail.com

⁵ Colaboradora do projeto PIBIC. Docente do Curso de Jornalismo da Unicruz. E-mail: veromastella@hotmail.com



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

Dessa forma, justifica-se o interesse do campo das Ciências da Comunicação em avançar nos estudos científicos que contribuam com o entendimento deste processo e suas complexas relações, conformadas no cotidiano, no mundo vivido, justificando, igualmente, a necessidade de avançar na pesquisa empírica relacionada a essa área de estudo. A proposta apresentada neste artigo faz parte de projeto de pesquisa PIBIC/Unicruz, o qual está em desenvolvimento inicial, e visa refletir sobre o processo comunicacional na Internet, privilegiando o olhar sobre os receptores, mas procurando também entender especificidades da produção e da circulação de informações na *web*, a fim de permitir uma visão mais aprofundada das interações/negociações que forem percebidas no âmbito da recepção.

A proposta é centrada no estudo da rede social *Facebook* e indivíduos participantes de grupos de discussão da rede criados em Cruz Alta – RS. Interessa pesquisar e compreender os usos, apropriações, negociações e produções de sentido recorrentes neste espaço virtual, analisando-as a partir das dimensões da sociabilidade e da tecnicidade imbricadas na relação de produção, circulação e recepção de informações na rede estudada. A intenção é proporcionar um espaço de reflexão sobre a atuação das redes sociais no cotidiano dos indivíduos e vice-versa, avançando no debate do redesenho das experiências cotidianas, apropriações e uso social dos meios a partir do processo de comunicação estabelecido na Internet.

Num primeiro momento, está sendo realizado um panorama dos grupos de discussão virtuais criados e mantidos em funcionamento em Cruz Alta na atualidade e, a partir desta observação inicial, será realizado o recorte do objeto, com a escolha de um grupo de discussão para o aprofundamento da investigação. Dentre os objetivos está perceber se há e como ocorrem os processos de negociação de sentidos neste espaço do *Facebook*, entender como atuam as mediações da sociabilidade e da tecnicidade na produção e recepção de informações para os grupos de discussão virtuais, e refletir sobre as motivações de usuários do *Facebook* para a participação ativa, por meio de postagens de informações e comentários, no grupo estudado.



Para tanto, é proposto um arranjo teórico, em fase de desenvolvimento, capaz de permitir a compreensão acerca do fenômeno da comunicação possibilitada pela/na Internet e os sentidos negociados pelos sujeitos na relação com esse contexto virtual. Assim, nosso referencial será respaldado especialmente por dois grandes eixos de teorização, as redes sociais (JENKIS, 2009; LEMOS, LEVY, 2010; RECUERO, 2006, 2009; MORAES, 2006) e as mediações (MARTÍN-BARBERO, 2002, 1992; ESCOSTEGUY, JACKS, 2005; RONSINI, 2010), que se articulam aos demais autores e conceitos a serem mobilizados para o entendimento da problemática em questão.

Convergência das Mídias e Redes Sociais Virtuais

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

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

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

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



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

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

A Internet é o suporte que proporcionou essa mudança sem precedentes na relação dos receptores com as mídias. Os padrões de comunicação, a partir do desenvolvimento de ferramentas nesse veículo, vêm sendo também reformulados, e repensados nas outras mídias, já que o mundo virtual implica em mudanças significativas no que diz respeito à quantidade e ao tipo de participação que os indivíduos podem desfrutar no ciberespaço. Algo que motiva o repensar dos demais veículos sobre sua atuação e relação com o público consumidor.

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

As agregações e comunidades podem ir de uma lista de difusão temporária por correio eletrônico até as comunidades virtuais cujos membros mantêm relações intelectuais, afetivas e sociais sólidas de longo prazo, como grupos de discussão, blogs coletivos, wikis, microblogs. Hoje, essas relações de proximidade se dão preferencialmente em agregadores de ferramentas sociais ou softwares sociais, como o Orkut, no Brasil, ou Facebook, Multiply ou My Space.



Aqui a relação se dá por vínculos afetivos a “amigos” adicionados ao seu portfólio social, criando uma comunidade individual de interesse pessoal que se liga a outras comunidades individuais, criando grafos de redes sociais, ou seja, relacionando comunidades a comunidades, pessoas a outras pessoas. (LEMOS, LÉVY, 2010, p.104)

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

A liberação da palavra é tida como uma das principais características no uso da Internet. “Deve-se reconhecer que a Internet, ampliando a circulação da palavra, oferece ao cidadão uma ampliação da esfera pública midiática que estava restrita ao poder das grandes corporações midiáticas” (LEMOS, LÉVY, 2010, p.88). Na web, os atores sociais têm a possibilidade de decidir sobre o que vão publicar. Sem superestimar a liberdade e a capacidade da audiência, o estudo ora proposto pretende tensionar tais pressupostos, a fim de olhar para essas possibilidades trazidas pela Internet e os modos como os indivíduos têm se apropriado e negociado sentidos ao usarem esse meio, e especificamente, as redes sociais.

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

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



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

Mediações no processo comunicacional

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

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

A técnica serve, portanto, como suporte para os usos que dela serão feitos. Os veículos de comunicação têm uma lógica própria, com a qual negociam e interagem com o público. De qualquer modo, as apropriações diferenciarão os sentidos que serão dados a esse meio na sociedade. “Os usos, portanto, são inalienáveis da situação sociocultural dos receptores que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural, suporte de tais apropriações” (JACKS, ESCOSTEGUY, 2005, p.66). Nesse sentido, pensamos as articulações entre os processos de produção de sentidos e as práticas cotidianas a partir do conceito proposto por Martín-Barbero de *mediações*⁸. Elas podem ser pensadas como âmbitos que atravessam e conformam a relação entre produção e recepção. Este conceito nos permite voltar a atenção para os múltiplos contextos em que está inserido o receptor. As *mediações*, a partir de Martín-Barbero, são entendidas como esses “lugares” que participam da configuração do processo de recepção e dos sentidos aí produzidos. A

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

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



referida instância acaba por se tornar, portanto, um espaço de negociação, resistência, sedução e apropriação de sentidos.

A importância que o conceito de *mediações* adquiriu para os estudos latino-americanos de recepção se deve à sua maneira diferenciada de perceber o processo comunicacional, reconhecendo que existem outros elementos marcando presença na relação entre os pólos do processo. Produção e recepção não existem por si mesmas, alheias à realidade, mas são permeadas por *mediações*, que configuram, marcam e moldam o processo de comunicação. As autoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy discutem o conceito, afirmando que as mediações estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. Por essa razão, a atenção concentra-se nos movimentos, nas dinâmicas. “Há o deslocamento do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido” (ESCOSTEGUY, JACKS, 2005, p.67).

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

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

A sociabilidade diz respeito à apropriação cotidiana da existência fora da ordem da razão institucional. O autor relaciona essa dimensão aos modos e usos coletivos de comunicação. Como apontam as autoras Escosteguy e Jacks (2005), a sociabilidade refere-se à multiplicidade de modos e sentidos em que a coletividade se faz e se recria, da diversidade e da polissemia da interação social. Já a tecnicidade é “o organizador

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



perceptivo, que articula as inovações à discursividade nas práticas sociais, cuja dinâmica têm materialidade histórica. Isto é, a técnica é a dimensão constitutiva da comunicação, a qual transforma as práticas sociais originando novas formas de sociabilidade” (ESCOSTEGUY, JACKS, 2005, p.67).

Apesar das mediações tradicionalmente serem pensadas na relação de mídias como a televisão, aqui propomos que o conceito seja tensionado a partir dos novos modos de comunicação presentes na atualidade com o desenvolvimento da Internet. Nesse sentido, nos apoiamos nas considerações de Ronsini (2010), ao recuperar as proposições de Martín-Barbero, apresentadas em coletânea organizada por Dênis de Moraes (2006), relatando sua preocupação recente com “as identidades e tecnicidades no ambiente informacional difuso e descentrado, cujo novo gerente é o computador, que permite o trabalho interativo com sons, imagens e textos escritos (hipertextos)...” (RONSINI, 2010, p.6-7). Conforme a autora, “a tecnicidade nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas. Pensar em termos de tecnicidade significa um esforço em compreender a complexidade dos discursos (das relações de poder e do contexto histórico que os constituem). Além disso, a tecnicidade aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais” (RONSINI, 2010, p.9).

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

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

A justificativa do estudo se dá pela relevância que o tema assume na atualidade e pelo uso crescente das redes sociais virtuais como espaço de debate, com postagens pretensamente de caráter informativo, opinativo, ou que reúnem ambos os sentidos, além de seu conteúdo estar cada vez mais transcendendo o espaço online para figurar



como notícia nos demais veículos de mídia. O espaço online das redes sociais também pode pressupor uma facilitação na expressão dos atores sociais, motivados pelo embate de ausência física, ou, ainda, pode ser um espaço de fascinação pela legitimidade dada à fala que fica gravada nas redes.

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

Metodologia

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

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

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



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

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

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

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

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

Após a coleta de dados, será realizada a análise descritiva. De acordo com Lopes (2003, p.149),

A descrição interliga a fase de observação dos dados e a fase de interpretação [...] a descrição constitui a primeira etapa da análise dos dados na pesquisa [...] é desenvolvida através da operação de análise



descritiva e é feita em dois passos: o primeiro é constituído por procedimentos técnicos de organização, crítica e classificação dos dados coletados [...] O segundo passo abrange procedimentos propriamente analíticos que visam à construção dos ‘objetos empíricos’ e a reprodução do fenómeno nas condições de sua produção.

Já o processo de análise interpretativa, etapa posterior à descrição, será fundamental, pois só realizando uma reflexão mais aprofundada dos dados é que poderemos enriquecer o debate a respeito da problemática proposta, sendo que a explicação ou interpretação “é a segunda etapa da análise e com ela a pesquisa atinge a condição própria de cientificidade. É a fase que envolve a totalização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica adotada no início da pesquisa” (LOPES, 2003, p. 151).

Entende-se que os métodos aqui apresentados são adequados para atender aos propósitos da problemática a ser estudada, sendo que se buscará a adaptação da etnografia para a Internet, com observação da rede social *Facebook* e do grupo de discussão estudado, e também contato com os participantes de tal grupo para a realização de entrevistas.

Resultados parciais da pesquisa exploratória

No presente momento, está sendo realizada a pesquisa exploratória, que se encontra em fase inicial, com o mapeamento, análise e avaliação dos grupos de discussão criados em Cruz Alta. No período entre 8 e 12 de abril de 2013 foi realizado um levantamento preliminar, no qual foram mapeados 95 grupos de discussão. Posteriormente será realizada uma análise mais detalhada desses grupos, sendo que este processo permitirá a definição do grupo de discussão a ser investigado na pesquisa qualitativa.

Em uma análise preliminar, percebe-se que os grupos discutem temáticas variadas, de acordo com os objetivos especificados. Entre os temas mais discutidos estão: política, cidadania, esportes e empreendedorismo. Nota-se também que foram criados grupos de discussão com objetivos comerciais, onde acontecem compra e venda de produtos e prestação de serviços, além de grupos criados por empresas da cidade. Também há grupos de discussão mapeados que se encontram inativos, pois foram



criados para determinados fins, como grupos de divulgação e organização de eventos ou relacionados a discutir o período das eleições municipais de 2012.

Os maiores grupos de discussão mapeados possuem entre mil e três mil membros. O grupo com maior número de participantes é o “Cruz Alta Sempre Te Amei”, com 3.615 membros, que discutem temas relacionados principalmente à vida política da cidade e do Brasil. Em uma análise preliminar, percebe-se que também este grupo parece ser o mais ativo. Nesse sentido, toma-se como parâmetro a frequência de postagens, além do número de participantes. O segundo maior grupo de discussão é o “Cruz Alta Anos 80”, com 3.064 membros, seguido dos grupos “Cruz Alta Eleições 2012” (2.032 membros), “ACAF – Associação Cruz Alta Futsal” (2.030 membros), “Amigos de Cruz Alta” (1.919 membros), “Brike Cruz Alta RS” (1.355 membros), “Cruz Alta empreendedora” (1.331 membros) e “Cruz Alta anuncia aqui” (1.214 membros).

Considerações Finais

Nessa primeira fase da pesquisa já é possível considerar que a criação e a participação em grupos de discussão no *Facebook* são práticas cada vez mais difundidas entre os cruz-altenses, dado o número de grupos mapeados. Os usuários parecem ter na rede social um lugar de trocas de ideias e difusão de opiniões próprias, encontrando nos grupos de discussão pessoas com interesses comuns. Entretanto, apenas um olhar mais detalhado permitirá identificar os usos, apropriações, negociações e produções de sentido recorrentes nestes grupos de discussão por parte dos usuários. Na análise preliminar, identificamos grupos criados com diversos objetivos, mas é preciso considerar se realmente os usuários seguem a risca o objetivo específico de cada grupo nas informações que postam e nas opiniões que emitem em torno das discussões travadas neste espaço.

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



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

Assim, o desafio que se coloca para este estudo é, a partir da definição do objeto de pesquisa, compreender o papel das mediações que atuam nos processos de interação dos usuários do grupo escolhido na internet. Para isso, a pesquisa etnográfica se torna fundamental, pois conduzirá à inserção e aproximação da realidade estudada, para que se possa compreendê-la e trazer à tona elementos que contribuam com as pesquisas do campo da Comunicação. No caso da proposta aqui apresentada, busca-se avançar no debate a respeito das apropriações e uso social dos meios a partir do processo de comunicação estabelecido na Internet.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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