

A notícia na palma da mão: o *Facebook* utilizado como plataforma de busca pela informação¹

Patrick DIENER²

Davi da Silva OLIVEIRA³

Denise BECKER⁴

Leticia COSTA⁵

Centro Universitário Internacional (Uninter), Curitiba, PR
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), Curitiba, PR

RESUMO

O presente trabalho apresenta um relatório de pesquisa sobre o acesso às notícias por intermédio do *Facebook*. Diante disso, buscaram-se identificar como se dá o processo de acesso as informações noticiosas a partir desta rede social via smartphone. O levantamento dos dados indica que, por conta da acessibilidade dos dispositivos móveis, os jovens percebem esta rede social como meio de acesso de notícias e informação.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais; *Facebook*; pesquisa de comunicação; meios digitais.

INTRODUÇÃO

O acesso à informação vem sofrendo alterações significativas a partir do avanço das novas tecnologias que surgem a todo instante. Pierre Lévy (2004) já previa que as inovações e mudanças nos levariam a pensar em novas formas de convivência. Nesse sentido as redes sociais passaram a exercer um papel muito importante na sociedade. Alterando as concepções de tempo e espaço da humanidade, permitindo assim, compartilhar ideias, opiniões, notícias, até mesmo como meio de acesso à informação.

Atualmente, somos conduzidos pela velocidade e pela instantaneidade. “O virtual usa novos espaços e novas velocidades, sempre problematizando e reinventando o mundo” (LÉVY, 1996, p. 24). Mas que alternância de fato ocorre nesse contexto do avanço tecnológico? A forma como as pessoas se relacionam com a tecnologia desponta entre as principais delas.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Mestre em Comunicação e linguagens. Doutorando na linha de estudos de cinema e audiovisual, pesquisador GP Estudos de Imagem UTP. Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Uninter, e-mail: patrick.d@uninter.com

³ Estudante do 2º período do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Internacional Uninter, e-mail: dsoliveirajor@gmail.com

⁴ Estudante do 2º período do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Internacional Uninter, e-mail: dbecker777@gmail.com

⁵ Estudante do 2º período do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Internacional Uninter, e-mail: leticiacostaforografias@gmail.com

Para Raquel Recuero (2009, p.24) as redes sociais são constituídas de atores sociais, com interesses, percepções, sentimentos e perspectivas. Desse modo, percebe-se que uma publicação na Internet gera uma conexão na rede difundindo informação de todos os tipos e, toda a informação produz notícia.

De acordo com as proposições de Alex Primo (2006, p.2), a Web 2.0 proporciona interações que são determinantes nos processos de transformações no mercado, nas relações sociais e também nas formas de trabalho. Essas mudanças apontam para novas possibilidades nas relações entre as pessoas, levando a uma reestruturação da sociedade, influenciando entre outros fatores, o acesso à informação e as notícias. Como os avanços tecnológicos seguem a passos largos, atualmente, uma fração expressiva da população brasileira já possui acesso à internet, boa parte delas por intermédio dos smartphones⁶. Segundo pesquisa da *Mobile Report*, da Nielsen IBOPE⁷, o total de pessoas que utilizam a internet por meio de um *smartphone* chegou a 68,4 milhões no primeiro trimestre de 2015, representando um crescimento de cerca de 10 milhões sobre os 58,6 milhões do trimestre anterior. A pesquisa ainda revelou que “as redes sociais e reprodutores de mensagens instantâneas, e-mail, vídeos, música e portais de notícias são os conteúdos e serviços mais utilizados pelos brasileiros na internet, via *smartphone*”. Ainda de acordo com a pesquisa, os aplicativos mais utilizados no Brasil são de redes sociais. Em abril, 40% daqueles que utilizam internet pelo celular disseram que consomem notícias pelo aparelho.

Estes dados revelam as mudanças que a tecnologia vem trazendo e, com isso, estabelece uma problemática no campo jornalístico: de que maneira o processo de se manter informado mudou com a chegada dos dispositivos móveis, tendo a rede social, *Facebook*⁸, como principal fonte? É imprescindível apontar, como hipóteses, alguns elementos que são encarregados pela problemática da pesquisa, supondo que com o surgimento dos dispositivos móveis, atualmente, a forma como os jovens buscam informações, muitas vezes, é por intermédio das redes sociais, posteriormente se busca detalhes em portais de notícias e nos telejornais. Por último, infere que a chegada dos *smartphones* proporcionou uma maior acessibilidade à informação disponível na rede.

Com base nesse cenário, a presente pesquisa tem por objetivo descobrir como se dá o processo de acesso as informações noticiosas a partir das redes sociais via dispositivos

⁶ Smartphone é um termo em inglês que significa “telefone inteligente” e é usado para designar uma nova linhagem de telefones celulares que possuem uma série de tecnologias integradas no mesmo aparelho.

⁷Disponível em: <http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html> Acessado em: 19/10/2015.

⁸ O *Facebook* é uma rede social que foi lançada em 4 de fevereiro de 2004, por Mark Zuckerberg.

móveis, buscando detectar se isso ocorre por intermédio do *Facebook*, e avaliando a relevância dessa rede social como plataforma de difusão de notícias e informação.

No intento de atingir os objetivos desta pesquisa, serão aplicados, inicialmente, o método bibliográfico para apontar os conceitos do objeto de investigação, e fundamentar com teóricos que abarcam o referido tema, bem como, adota-se a coleta de dados por meio da pesquisa de campo para alcançar resultados passíveis de serem validados.

Atualmente os acessos às informações crescem numa progressão exponencial e, devido ao desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, se espalham a uma velocidade espantosa, fazendo com que as pessoas convivam em um mundo globalizado. Para Carla Rodrigues (2009, p 99) “os telefones celulares ocuparam repentinamente um papel crucial na vida cotidiana contemporânea. Com efeito, poucas tecnologias tiveram uma difusão tão rápida e com tanto impacto no modo de viver como a telefonia móvel”. RODRIGUES (2009) sentencia ainda, que o celular deixou de ser um acessório de luxo para se tornar um elemento indispensável ao indivíduo contemporâneo. Ainda de acordo com as proposições da autora, isso é mais evidente na juventude, em que não ter celular é ver-se excluído do grupo.

De acordo com levantamento apresentado pelo Censo Demográfico Brasileiro de 2010⁹, em que as pessoas entre 18 a 34 anos correspondem a 35% da população do país e está na faixa etária que mais se aproxima da chamada geração Y, que dê certa forma apoia a delimitação imposta por este estudo. Para Don Tapscott (2010), a geração dos 18 aos 34 anos é caracterizada como multitarefa multifuncional porque é composta por jovens que já nasceram na era digital e manuseando os dispositivos móveis. Uma geração imersa em *bits*, TVs, computadores e *smartphones* são o meio pelo qual a geração internet busca informações, conversa com amigos e busca notícias. Entretanto, o celular que até então, era um dispositivo de comunicação individual, passa também a ser um meio de comunicação de massas, na medida em que com ele passamos a ter acesso à imprensa, ao rádio e à televisão (RODRIGUES, 2009). Outro aspecto no contexto da evolução tecnológica são os smartphones e a conectividade com as mais diversas redes sociais, em formato de *app*'s¹⁰, entre eles o *Facebook*, uma rede social que tem sido aproveitada pelos veículos de comunicação na disseminação da notícia.

⁹ Fonte: Censo Demográfico 2010. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse.pdf>>. Acesso em 16 nov.2015.

¹⁰ No contexto dos smartphones, “apps” são os programas que você pode instalar em seu celular, num formato destinado para o dispositivo móvel.

Atualmente, o *Facebook* é a rede social mais popular no mundo, com mais de 1,4 bilhão¹¹ de usuários; a empresa de *Marck Zuckerberg* divulgou também, em janeiro de 2015, que 526 milhões de usuários utilizam a rede social somente via dispositivo móvel.

Em trabalho realizado por Bruno Guerra (2011), revela uma forte tendência de empresas jornalísticas tradicionais em utilizarem o *Facebook* para disseminação de seus conteúdos. De acordo com GUERRA (2011) os responsáveis pela própria ferramenta já observavam o potencial de atuar como um gigantesco agregador de notícias ao estimular os leitores a configurar seus perfis para agrupar em um único canal os *posts* de seus veículos jornalísticos preferidos (que tivessem páginas no *Facebook*).

Diante disso, Carla Rodrigues (2009) salienta que “as tendências de a informação noticiosa ser feita na Internet e de os acessos à Internet serem feitos mais e mais a partir de celulares, compreende-se que o acesso às notícias será feito cada vez mais a partir dos dispositivos móveis” (p.105).

A presente pesquisa utilizou-se da coleta de dados por intermédio de uma pesquisa de campo, que por sua vez é utilizada com o objetivo de obter informações e/ou conhecimentos a respeito de um problema, em que se busca uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, bem como, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Para Antônio Raimundo dos Santos (2001), a pesquisa de campo propriamente dita “não deve ser confundida com a simples coleta de dados, é algo mais que isso, pois exige contar com controles adequados e com objetivos preestabelecidos que discriminam suficientemente o que deve ser coletado” (2001, p. 90). Em concomitância, foram elaboradas nove perguntas para compor o questionário, sendo sete questões de caráter quantitativas, isto é, perguntas fechadas, e duas questões qualitativas, por conseguinte, sendo indagações abertas. Quanto à confecção do questionário, foi elaborado por intermédio da ferramenta Google Forms, e aplicado pela internet, com publicações na rede social, *Facebook*, objeto desta pesquisa, entre os dias 30 de outubro a 10 de novembro de 2015. Sendo assim, foram obtidas e validadas 108 respostas, que serão apresentadas e analisadas no capítulo seguinte.

Diante do levantamento dos dados serão apresentados a seguir os resultados da pesquisa. A análise dos dados revelou que 88 pessoas (81,5%), utilizam o *smartphones* para acessar informações. E utilizando com frequência diária entre 1 a 4 horas à rede social no dispositivo móvel correspondeu a 63 pessoas (58,3%). Como segunda opção apontou-se o

¹¹ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-Facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml> Acessado em: 04/11/2015

notebook, 20 pessoas (18,5%). Enquanto no período de 5 a 9 horas diário apresentaram 23 pessoas (25%), seguido pelo período de 10 horas ou mais, 18 entrevistados (16,7%).

Entre os aplicativos mais utilizados para manter-se informado nota-se uma predominância do G1, seguido por “outros” não identificado, Terra Notícias e o portal UOL. O G1 se sobressaiu aparecendo como o *app* mais utilizado com 60 usuários (59,4%), o UOL com 14 (13,9%) e o Terra Notícias com 5 usuários, correspondendo a 5%. Das 108 respostas obtidas, ressalta-se a opção “outros” no questionário que obteve 21,8% da escolha dos pesquisados, representado por 22 entrevistados.

A amostragem apontou também o *Facebook* sendo acessados vertiginosamente para o entretenimento dos usuários, correspondendo a 80,6% dos resultados, 87 entrevistados disseram utilizar a rede social para se entreter. Para fins de trabalho a utilização foi 20,4%, 22 pessoas, para contatos 42,6%, 46 entrevistados, para acessar informações e notícias 30,6%, apenas um entrevistado marcou a opção “outros” 0,9%.

No que diz respeito em quais meios se busca mais detalhes para inteirar-se dos acontecimentos, considerando que inicialmente o entrevistado já tenha obtido alguma informação via *Facebook*, os resultados mostraram a busca de 71 entrevistados pelos portais de notícias, correspondendo a 65,7% da escolha. Seguido por 47 pessoas que optaram pelos telejornais (43,5%), rádio (13%) 14 entrevistados, disseram jornal impresso (5,6%), 6 pessoas.

Na sequência dessa análise, obtivemos as respostas às duas questões abertas. Na primeira buscava-se saber qual a principal vantagem em ter o *Facebook* como aliado para manter-se atualizado sobre as informações e as respostas mostraram a escolha dos usuários pela rede social devido a rapidez, facilidade de acesso, a praticidade em estar no “*inbox*”, *timeline* e ao mesmo tempo lendo notícias, dinamismo e conexão com diversos canais de comunicação. Também foi relatado sobre a disseminação rápida da notícia. “São notícias que não vemos na TV. ”. “Diversidade e seletividade, sendo que você pode curtir as páginas que te interessam para receber notícias e ver somente o que te interessa. ” Um ponto muito comentado nas respostas abertas foi o encurtamento das distâncias, tanto das pessoas que vivem longe quanto da própria informação que está próxima, ágil e rápida. Descobriu-se também que quanto à leitura, tendo o *Facebook* como principal meio, foi considerada mais fácil do que ler jornais, além de ser divertido e informativo. A rede social foi apontada como um “*reader*”. Por outro lado, obteve-se um número pequeno de respostas divergentes à maioria, como por exemplo, “não considero como fonte de informação” e “*Facebook* para

mim é apenas um meio para me posicionar perante a sociedade, não o utilizo para saber de notícias ou outros. ” Na segunda questão aberta descobriu-se que ao buscar informações por intermédio da rede social, o usuário costuma utilizar alguns caminhos para outros portais que a própria plataforma disponibiliza na *timeline*. Os mais citados foram tabulados, para melhor compreensão e estão disponíveis no anexo deste trabalho.

Por fim, um ponto importante desta pesquisa mostrou que a faixa etária predominante entre os 18 anos aos 34 anos analisados, foram 78 jovens entre 18 a 25 anos (72,2%). O gênero que predominou nas respostas coletadas foi o feminino, correspondendo a 85 mulheres (78,7%) e 23 homens (21,3%).

A pesquisa buscou identificar como se dá o processo de acesso as informações noticiosas a partir das redes sociais via dispositivos móveis. E a partir disso, detectar se há ocorrência dessa busca pela informação na rede social, *Facebook*, conforme apontado no objetivo geral. Diante dos resultados obtidos, pode-se notar que, quanto ao processo de acessibilidade às informações noticiosas, há uma disposição em buscá-la no *Facebook*, sobretudo pela velocidade que os fatos são disseminados nas redes sociais.

No que diz respeito à relevância desta rede social como plataforma de difusão de notícias e informação, nota-se a pertinência, especialmente no dado em que revela o uso diário entre uma e quatro horas, correspondendo 58,3% dos entrevistados.

A partir dos dados levantados, e considerando-se às hipóteses apresentadas no capítulo introdutório deste trabalho, pode-se concluir que foram confirmadas, tendo em vista que a pesquisa apontou que os usuários após obterem as informações, inicialmente pela rede social, buscam mais detalhes nos portais de notícias.

Contudo, pode-se ressaltar que estas considerações são limitadas, considerando que este trabalho é apenas um ensaio. E, somente a partir de uma pesquisa mais extensiva chegar-se-á a conclusões mais abrangentes e seguras.

REFERÊNCIAS

GUERRA, Bruno Gatti Martins. **A apropriação das redes sociais pelos veículos jornalísticos tradicionais – a utilização do *Facebook* pela folha e estado.** UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, 2011.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual.** São Paulo; Ed 34, 1996.

PRIMO, Alex. **Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, *Facebook* e Flipboard.** Trabalho apresentado no 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo no Rio de Janeiro, em 2011.

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

RODRIGUES, Carla. **Jornalismo On-Line: modos de fazer.** Rio de Janeiro: Sulina, 2009.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento.** 4ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

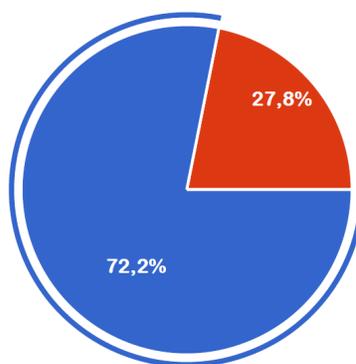
TAPSCOTT, Don. **A hora da Geração Digital.** Rio de Janeiro: Agir, 2010.

ANEXO

108 respostas

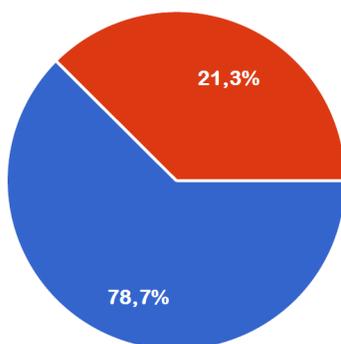
Resumo dos resultados obtidos

1. Qual a sua idade?



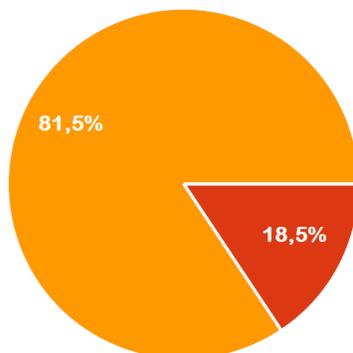
| | | |
|--------------|-----------|-------|
| 18 a 25 anos | 78 | 72.2% |
| 26 a 34 anos | 30 | 27.8% |

2. Qual é o seu sexo?



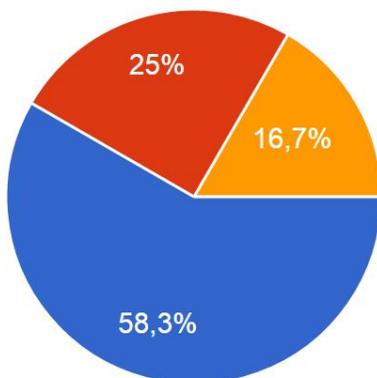
| | | |
|-----------|-----------|-------|
| Feminino | 85 | 78.7% |
| Masculino | 23 | 21.3% |

3. Qual o principal meio que você utiliza para se manter informado sobre os acontecimentos? (Marque apenas uma alternativa)



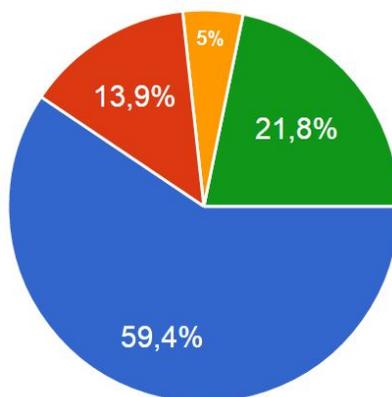
| | | |
|--------------------|-----------|-------|
| Tablet | 0 | 0% |
| Notebook | 20 | 18.5% |
| Celular/Smartphone | 88 | 81.5% |

4. Com que frequência você utiliza o *Facebook*, diariamente, via smartphone para manter-se informado? (Marque apenas uma alternativa)



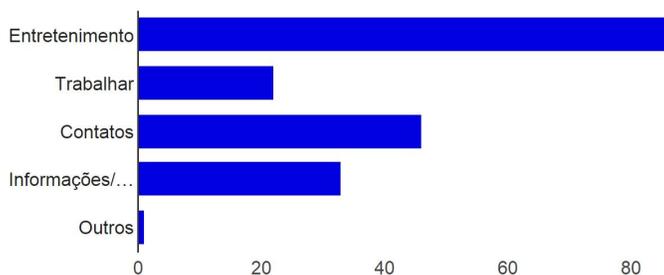
| | | |
|--------------------------|-----------|-------|
| Utilizo 1 a 4 horas | 63 | 58.3% |
| Utilizo 5 a 9 horas | 23 | 25% |
| Utilizo 10 horas ou mais | 18 | 16.7% |

5. Dentre os aplicativos (app) abaixo qual você mais utiliza?



| | | |
|----------------|-----------|-------|
| G1 | 60 | 59.4% |
| UOL | 14 | 13.9% |
| Terra Notícias | 5 | 5% |
| Outros | 22 | 21.8% |

6. Em quais das situações abaixo você mais utiliza sua rede social, Facebook? (Marque as duas mais utilizadas)



| | | |
|----------------------|-----------|-------|
| Entretenimento | 87 | 80.6% |
| Trabalhar | 22 | 20.4% |
| Contatos | 46 | 42.6% |
| Informações/Notícias | 33 | 30.6% |
| Outros | 1 | 0.9% |

7. Em sua opinião, qual a principal vantagem de ter o *Facebook* aliado para manter-se informado? Justifique.

Trabalho e comunicação

Fácil acesso, informações compartilhadas com facilidade.

Informações em tempo real

Informacoes chegam mais rapidamente.

é bom para matar a saudade dos amigos e familiares

Entretimento

Mais prático e fácil de ser notificado

A rapidez da chegada de informações

Rapidez com que a informação circula

Saber o que ocorre no mundo.

A principal vantagem e poder interagir com os amigo, conhecer novas pessoas, se manter sempre informado, e muito mais.

Pois as notícias são transmitidas com muita rapidez entre os contatos

Compartilhar a informação.

Obtemos as informações em tempo real

Sempre atualizado

Facilidade na atualização

.

Praticidade

agilidade e facilidade.

Pelo motivo de noticias muitas vezes instantaneas

Rapidez

A única vantagem é ter seus amigos de longe mais perto.

praticidade para buscar informações

conhecimento

Praticidade de ter tudo em um só lugar.

atualizados nas noticias e contato direto com meus clientes.

dinamico e pratico

mais praticidade

Diversidade e seletibilidade, sendo que você pode curtir as páginas q te interessam para receber noticias delas, é possível ver só o tipo de informação q interessa

voce fica antenado em questoes de segundo

Manter conectado no mundo atual.

informação rápida e segura.

Tempo real

A informação vir até mim.

Noticias que não vemos na TV

Contato

não considero como fonte de informação

Hoje em dia tudo está disponível na internet, e o *Facebook* por ser o mais popular, todas as informações acabam chegando pelo mesmo. Então a principal vantagem é a popularidade.

Entretenimento

Facebook, pra mim, é apenas um meio para me posicionar perante a sociedade, seja pelo profissional ou pelo social. não uso o *Facebook* para saber de notícias sobre economia e outros.

Facilidade, rapidez de informações

Velocidade de disseminação de informação. As notícias chegam ao público mais rapidamente devido ao publico acessar a rede com frequência.

novidades dos amigos

É ótimo pois, no *Facebook* temos acesso a muitas informações, as pessoas postam a todo momento e ele se torna instantâneo!!

Não existe vantagem em ter o *Facebook* como forma de obter informação, pois uma rede social não serve para isso.

A facilidade em se utilizar do *Facebook*, tem uma interface totalmente interativa. É muito comodo e reúne vários conteúdos.

Notícias

Noticias de ultima hora

praticidade

Alem de entreter se informa, eh mais acil do q fucar lendo um jornal por exemplo

É uma forma de ver a chamada da da matéria e depois le-la depois

Conseguir contato rápido e fácil com os colegas de faculdade

a formalização da notícia

vantagem de ter sempre em maos um meio de obter informacoes rápidas

informação no momento que acontece

Manter contato com pessoas distantes, pois com a vida corrida que levamos, podemos conversar com pessoas do outro lado do mundo.

meio muito rapido

agilidade no repasse de informação

Acesso rápido a informações

Se manter informado

Informação

Facilidade na informação

facil acesso

Pois acaba sendo uma ferramenta muito pratica quando usada de maneira conveniente

Ele funciona como um reader.

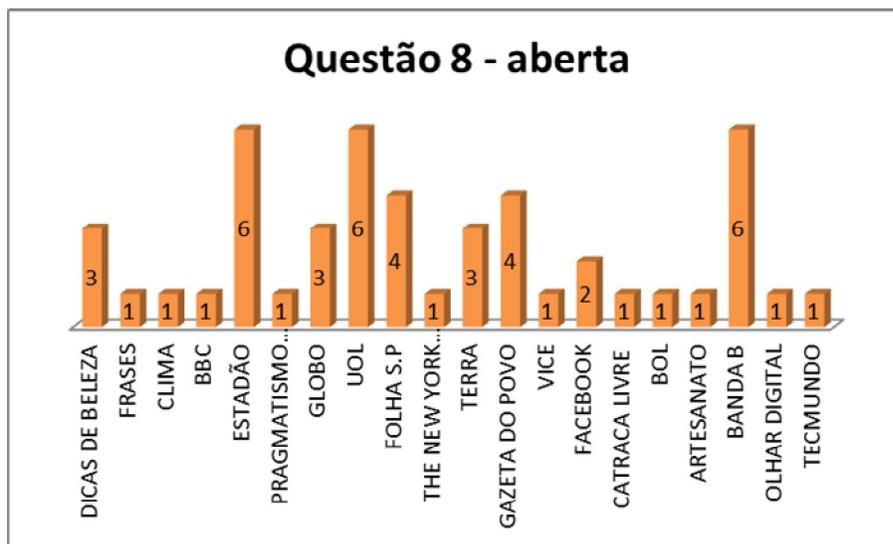
Não me informo pelo face

Facil acesso a informação

variedade de notícias
 Não precisar fazer mais pesquisas
 A vantagem da comunicação rápida e pratica, para todos os fins, tanto profissional quanto pessoal.
 poder manter contato a distancia
 facilidade
 economia na comunicação com pessoas distantes
 Separa a distância entre pessoas e agiliza a comunicação
 noticias rapidas
 Praticidade
 Possibilidade de discutir os assuntos com outras pessoas
 Facilidade
 O contado com várias pessoas e a facilidade da informação
 Facebook é uma rede social. Nem tudo que esta contido la pode ser considerado uma informacao valida. Acredito ser uma forma de contato

INFORMAÇÃO DE VAIAS NOTICIAS

8. Ao buscar informações por intermédio do Facebook, qual pagina você costuma procurar, frequentemente?



9. Considerando que você procura manter-se informado pelo Facebook, posteriormente em quais meios busca-se mais detalhes para se inteirar dos acontecimentos?

