

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRITO SENSU* EM CIÊNCIAS
SOCIAIS**

CHRISTIANO JULIO PILGER DE BRITO

**CIBERCULTURA E AS MÍDIAS SOCIAIS: APLICATIVOS DE
COMUNICAÇÃO E REPRESENTAÇÕES CIBERNÉTICAS DE REDES
SOCIAIS**

**TOLEDO
2018**

CHRISTIANO JULIO PILGER DE BRITO

**CIBERCULTURA E AS MÍDIAS SOCIAIS: APLICATIVOS DE
COMUNICAÇÃO E REPRESENTAÇÕES CIBERNÉTICAS DE REDES
SOCIAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciências Sociais, do Centro de Ciências Sociais e Humanas do Oeste do Paraná - UNIOESTE, campus de Toledo, Como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Ciências Sociais.

Prof. Orientador: Dr. Paulo Henrique
Barbosa Dias

**TOLEDO
2018**

Ficha de identificação da obra elaborada através do Formulário de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da Unioeste.

de Brito, Christiano Julio Pilger
Cibercultura e as Mídias Sociais : Aplicativos de
Comunicação e Representações Cibernéticas de Redes Sociais /
Christiano Julio Pilger de Brito; orientador(a), Paulo
Henrique Barbosa Dias, 2018.
145 f.

Dissertação (mestrado), Universidade Estadual do Oeste do
Paraná, Campus de Toledo, Centro de Ciências Humanas e
Sociais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2018.

1. cibercultura. 2. mídias sociais. 3. redes sociais. 4.
desempenho acadêmico. I. Dias, Paulo Henrique Barbosa. II.
Título.

CHRISTIANO JULIO PILGER DE BRITO

**CIBERCULTURA E AS MÍDIAS SOCIAIS: APLICATIVOS DE
COMUNICAÇÃO E REPRESENTAÇÕES CIBERNÉTICAS DE
REDES SOCIAIS**

Dissertação apresentada como requisito parcial ao Título de Mestre em Ciências Sociais, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná.

Toledo, PR, 10 de julho de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Professor Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias – Orientador – UNIOESTE

Professor Dr. Osmir Dombrowski – UNIOESTE

Professor Dr. Tiago Pereira Leite

Dedico esse trabalho a minha família, em especial ao meu querido Artur. Filho, que os momentos em que faltei contigo para conclusão deste trabalho tenham valido a pena.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa Adriane, pelo incentivo, pela força, pela paciência e por ficar responsável por tudo em casa enquanto eu estudava. Sem você amor, não iria tão longe. Sem você fofa, não daria nem mais um passo.

Ao meu filho Artur, que não entendia porque o papai se trancava no quarto e ficava todos os finais de semana estudando. Quando você batia à porta, me chamava e eu respondia de longe “OOOIII” me cortava o coração, filho... Nada vai recuperar o tempo que não estive contigo, mas prometo estar mais presente agora.

Aos meus pais, Leo e Julia, por me apoiarem, estarem sempre à disposição para brincar com o Tutui enquanto eu estudava e sempre reiterarem que sem estudo nada somos. Aos irmãos, Leo, Rafa e Ju. Estivemos tão pouco juntos nestes últimos anos, mas cada encontro valeu a pena. Às cunhadas, aos sobrinhos e afilhados, que também sentiram minha falta.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias, por estar ao meu lado, mesmo quando não acreditava que fosse possível. Taí professor, aconteceu.

Ao Prof. Dr. Paulo Azevedo, por me ajudar nas métricas do questionário: seus conselhos foram fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa. À profa. Dr. Andreia Vicente, seus conselhos foram linhas-guia com os quais ‘costurei’ o desenvolvimento da pesquisa.

A todo o corpo docente do Mestrado de Ciências Sociais da Unioeste de Toledo, pelas excelentes aulas e por instigar todo o corpo discente na busca pelo conhecimento.

Aos colegas, Adriana, Elza, Josefa, Marilana, Marcelo, Marli e Marta. A caminhada foi dura, sofrida, longa. Mas chegou ao fim e a bom termo. Muito obrigado a todos pelo tempo que estivemos juntos na luta. Marli, obrigado pelo apoio, pelas cucas, pelas chimbinhas e pelas goiabas.

Ao chefe, Carlos Alexandre Pedrollo, e aos colegas, Ademar, Douglas, Kadu e Murilo. Se o processo acadêmico me fez estar em falta com vocês, espero que esta pesquisa reflita todo o tempo e a dedicação dispensados por vocês em meu favor.

Agradeço ainda à secretária Marilucy pelos livros que disponibilizou, pelo apoio acadêmico e técnico sempre presente.

A todos vocês, muito obrigado!

DE BRITO, Christiano Julio Pilger, **Cibercultura e as Mídias Sociais: Aplicativos de Comunicação e Representações Cibernéticas de Redes Sociais**, 2018, Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – Mestrado) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus de Toledo.

RESUMO

O objetivo desta dissertação foi verificar a influência das mídias sociais na vida acadêmica dos discentes da Unioeste, em seus cinco campi, considerando os ingressantes via Vestibular, com o intuito de levantar hipóteses explicativas quanto aos usos, efeitos e vínculos propiciados pelas ferramentas em estudo. A metodologia, materiais e processos utilizados para este estudo foram os recortes, a partir da definição dos ingressantes dos anos de 2014, 2015 e 2016. Foram isolados os fatores renda, o levantamento de dados do uso de mídias sociais a partir de dois processos, formulário online, incursão no perfil dos acadêmicos e, finalmente, a utilização do desempenho acadêmico para medir a influência de tais usos. As duas abordagens do uso de mídias sociais se fizeram necessárias dadas as lacunas e incongruências interpretativas deixadas entre elas. Nesse contexto, dentre as hipóteses levantadas e testadas na pesquisa, foram evidenciados a relação entre o fator renda mais baixo, o desempenho acadêmico mais alto e a elevada utilização de mídias sociais.

Palavras-chave: cibercultura, mídias sociais, redes sociais

DE BRITO, Christiano Julio Pilger. **Cyberculture and Social Midia:** Communication Apps and Cybernetic Representations of Social Nets. 2018. Dissertation (Post-graduate studies in Social Sciences) – Western State Paraná University – Campus Toledo.

ABSTRACT

This research aims at verifying the influence of social media in the academic daily activities of Unioeste students, in its five campuses, and taking into account students who accessed the university by Vestibular, in order to register explanatory hypotheses regarding uses, effects and bonds provided by these tools. The methodology, materials and processes used during this study were cutouts based on the participants' features from 2014, 2015 and 2016. Income factors, data collection regarding of social media use were clustered according to both studied processes, online form and foray on the students' profiles and, finally, the use of students' performance to measure the influence of such uses. Both approaches regarding the social media use were necessary due to the gaps and interpretative incongruities left among them. Thus, based on this context, among the hypotheses raised and tested in the research, the relationship among the lowest economic factor, the highest academic performance and the highest social media use were evidenced.

Keyword: Cyberculture, Social Media, Social Nets

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Tabela 1 - Cursos com menor renda – Código e Descrição – Anos de ingresso 2014, 2015 e 2016.....	64
Tabela 2 - Cursos com maior renda – Código e Descrição – Anos de ingresso 2014, 2015 e 2016.....	65
Tabela 3 - Resumo da análise dos fatores renda, desempenho acadêmico e uso de mídias sociais	83

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Demonstração correlacional de influência do uso de mídias sociais e o desempenho acadêmico – Maior renda	84
Figura 2 - Demonstração correlacional de influência do uso de mídias sociais e o desempenho acadêmico – Menor renda	85

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 4 - Percentual de respondentes por ano de Ingresso	69
Gráfico 5 - Número de respondentes por ano de ingresso e Campus.....	70
Gráfico 6 - Percentual uso de mídias sociais	71
Gráfico 7 - Frequência de uso das mídias sociais.....	72
Gráfico 8 - Focos de utilização das mídias sociais - Geral	73
Gráfico 9 - Focos de utilização das mídias sociais – por ano de ingresso e campus ..	74
Gráfico 10 - Usos das mídias sociais	75
Gráfico 11 - Usos das mídias sociais – por ano de ingresso e campus.....	76
Gráfico 12 - Relevância do conteúdo acadêmico nas mídias sociais – “Já utilizou conteúdo encontrado nas mídias sociais em sala de aula?”	77
Gráfico 13 - Relevância do conteúdo acadêmico na sala de aula – “Os conteúdos encontrados nas mídias sociais são diferentes, conflitantes ou divergentes do que é ensinado em sala de aula?”	78
Gráfico 14 - Relevância do conteúdo acadêmico na sala de aula – “O conteúdo acadêmico visto nas mídias sócias alterou a percepção de aprendizado?”	79
Gráfico 1 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2014	116
Gráfico 2 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2015	117
Gráfico 3 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2016	118

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO I	20
O que havia antes das Mídias Sociais?	20
A abordagem dos pioneiros.....	20
Construção Sociológica da Internet	20
Sobre Tecnologia e Internet.....	25
Sobre as Mídias: Massivas e Pós-Massivas	26
O que há de social nas mídias sociais?.....	32
Sociedade e Comunidades	32
Espacialidade e temporalidade	44
As Mídias Sociais	48
A terminologia “Mídia Social”	52
Qual a distinção entre redes sociais e mídias sociais?	54
Aspecto Sociológico	55
CAPÍTULO II - METODOLOGIA, MATERIAIS E PROCESSOS DA PESQUISA	57
Apresentação	57
Dados Levantados	59
Fator Renda	63
Estrutura da Condição Econômica.....	64
Desempenho Acadêmico	66
Mídias Sociais	66
Formulário “Mídias Sociais e os Acadêmicos da Unioeste”	67
Análise do Formulário	69
Incursão nas Mídias Sociais	79
Análise da Incursão nas Mídias Sociais	84
CAPÍTULO III	87
Discussão de Resultados	87
Abordagem	87
Fator Renda.....	89
Desempenho Acadêmico	90
Mídias sociais	91
Expressões, Valores e Relações.....	99
Considerações Finais.....	103

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
ANEXOS	111
Anexo 01 – Piloto do levantamento de dados baseado em logs de acesso.....	112
Anexo 02 – Gráficos relativos a levantamento da questão 3 do questionário sócio educacional, renda, por ano:	115
Anexo 03 - Formulário aplicado no período de 15/02/2018 a 01/03/2018:.....	119
Anexo 04 - Gráficos gerados pelas respostas ao questionário do anexo 03:.....	121
Anexo 05 – Tabela de valores relativos a questionário Sócio Educacional, fator Renda, por ano, por campi e por curso:	126
Anexo 06 – Incursão nas mídias sociais, levantamento no Facebook, conforme sorteio dentro das turmas com maior e menor Renda, por ano, por campi e por curso:	131
Anexo 07 – Desempenho acadêmico x Escolaridade dos Pais, questões 1 e 2 do questionário Sócio Educacional, para os cursos de maior e menor Renda, por ano, campi e curso:.....	139

INTRODUÇÃO

Segundo Miller (2016, p. 1-35) e Miller et al (2016, p. 131-132), as mídias sociais têm peculiaridades que dificultam abordagens sistemáticas e amplas que buscam o levantamento de dados e as comparações entre populações e culturas distintas. Isso provoca a necessidade de ajustes no intuito de identificar um método eficiente para cada realidade, momento e para cada um dos grupos que, em pesquisa, sintonizam nas hipóteses que estejam sendo testadas, sem perder de vista as variáveis disponíveis e levantadas.

Várias características definiram as escolhas das mídias sociais que seriam destacadas e utilizadas durante a pesquisa e que, do nosso ponto de vista, são mais relevantes. Dentre estes atributos, podemos destacar a peculiaridade da variação e flutuação em relação ao que é público ou privado, partindo da observação de quem publica; além disso, da forma de expressar e da variação no conteúdo, em relação ao público receptor da comunicação.

As premissas da literatura que descrevem as características fundamentais sobre o que é e como identificar uma mídia social foram motivos relevantes para a utilização das mídias sociais em estudo. Dessa forma, as plataformas de mídias sociais conhecidas por Facebook, YouTube, LinkedIn e Google+ foram estabelecidas como as principais representantes para esta pesquisa. Além dos fatores citados, tal escolha leva em consideração os sistemas que melhor aderem à metodologia e aos propósitos deste estudo.

Objetivando facilitar o entendimento do estudo explicamos, através de uma abordagem muito simples e direta, que o problema da pesquisa se baseia na hipótese de que as mídias sociais podem influenciar no desempenho acadêmico. No entanto, essa influência se dá de maneiras diferentes, dependendo da faixa de renda onde encontra-se o indivíduo e o curso que escolheu ao ingressar na instituição.

Discutiremos mais tarde com mais acurácia a metodologia utilizada para identificar os usos das mídias sociais. No entanto, para isso, é necessário reduzir a um exemplo de sistema de mídia social que pudesse amparar a

pesquisa no fator específico da relação com a metodologia em estudo. Assim sendo, a plataforma escolhida foi o Facebook, devido aos fatores acima citados, a íntima integração existente entre o Facebook e o YouTube, onde os vídeos deste são inseridos como parte do conteúdo do primeiro e, além disso, o Facebook permite constatar as participações de forma mais prolífera no sentido que consideramos mais relevantes: as postagens de publicações.

Finalmente, estabelecidos quem e sobre o que estamos pesquisando, foi necessário estabelecer um terceiro critério: como ou qual a forma de medida que faria a gradação e aferição das mudanças que de algum modo podem ser observadas dentro dos grupos estabelecidos. Dessa forma, é plausível escolher algum sistema que seja inerente ao mundo acadêmico. Por isso escolhemos o desempenho acadêmico como parâmetro de nossa pesquisa e baliza de medida entre os grupos e objetos do estudo.

As mídias sociais são como softwares de Internet que estabelecem formas de comunicação diferenciadas e que propiciam novos espaços e lugares de convívio. Apesar da aparência dessa construção de lugar ser abstrata, cabe explicar que não: o espaço nas mídias sociais é uma estrutura no ciberespaço com realidade própria que transcende a tridimensionalidade de espaço e a dimensão de tempo. Como tal, permitem vivenciar novas relações sociais, pessoas e grupos com distintos formatos e graus variados de formalidade, mais ou menos diferentes entre si. Vale destacar que permitem acessar localizações geográficas, classes sociais, identidades culturais, em um mesmo cenário ou praça. Isso permite, além das comunicações com os mais diferenciados conteúdos, desde as que poderiam ser chamadas de lúdicas até as discussões que se pretendem críticas sobre temas das mais diversas naturezas.

Ao se iniciar uma abordagem que objetiva construir um percurso de entendimento sobre as tecnologias até desaguar nas mídias sociais, Castells (2011) aponta que não há dilema de determinismo tecnológico, dado que a tecnologia as integra intimamente e é uma dimensão da sociedade, a qual não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas.

Todavia, Primo (2012, p. 619) “discute se é a tecnologia que determina o social (postura que anima os acalorados debates sobre determinismo

tecnológico) ou justamente o contrário” e, para ilustrar este ponto de vista, Primo (2012, p. 624) ressalta que “o desenvolvimento tecnológico é construído socialmente e não segundo uma lógica interna dos artefatos”. Com o mesmo objetivo de explicar melhor esta ligação, Primo (2012, p. 625) cita que “a tecnologia é uma parte intrínseca da sociedade e não algo exterior a ela”. Dessa forma, amparando-se em outros autores, MacKenzie e Wajcman (1999, p. 23, *apud* PRIMO, 2012, p. 626) afirmam que “é errado pensar em tecnologia e sociedade como esferas separadas influenciando-se: tecnologia e sociedade são mutuamente constitutivas”. Assim, os autores concordam que a tecnologia é parte intrínseca e influencia as relações sociais de forma profunda e orgânica, a ponto de não haver clareza onde começa uma e termina outra.

Apesar disso, para nossa discussão, em uma esfera tecnológica muito específica, dos programas e das mídias sociais, a tecnologia tem tanto um aspecto que é absolutamente inócuo e parte constitutiva do tecido social como outro aspecto que provoca influência sobre a sociedade pelo seu aspecto tecnológico no cerne. Sendo assim, concordamos com os autores ao afirmarem que a sociedade e a tecnologia são partes indissolúveis de uma mesma coisa. No entanto, essa concordância é parcial. Isso se deve à característica a qual nos referimos anteriormente, que é a capacidade de influenciar, mais especificamente de agenciar e interagir, cuja tecnologia propriamente dita atua como se fosse um ser humano. Essa forma de funcionamento é em si nova e inédita. Existiu alguma sociedade que teve um aparato tecnológico que se passou por gente, e talvez mais importante, foi convincente? Mais adiante, retomaremos a esta abordagem para explicar melhor como isso acontece.

Tendo isso em mente, apesar do aparente truísmo quanto às afirmações que relacionam tecnologia e sociedade e sua já consolidada relação indissolúvel, tais retomadas constantes referentes a este assunto, para nossa pesquisa, denotam que não é necessariamente um ponto pacífico e vencido, mas que precisam de reavaliação constante, objetiva e precisa, pois, cada estudo que os relaciona é um caso particular que não necessariamente se generaliza e, como vimos, para o nosso se aplica parcialmente.

Continuando e descendo na conceituação rumo às mídias sociais, definimos a tecnologia de informática como um caso particular de tecnologia

em sua relação com o social, uma vez que Castells (2011) declara que o desenvolvimento da tecnologia de informática e de comunicação através dos computadores deve ser atribuído à dinâmica autônoma da descoberta e difusão tecnológica, inclusive aos efeitos sinérgicos entre todas as várias principais tecnologias. A Internet é tecnologia que amalgama tecnologias, sendo meio e tecido intersticial, ferramental que potencializa as demais. Por tais características, provoca efeitos que podem ser distintos aos esperados das demais tecnologias e, como tal, também precisa ser pensada em seu nicho único. Ainda no sentido a definir as mídias sociais, mas mudando um pouco o foco, indo em direção às aplicações práticas e de relevância social, Andrelo e Matos (2014, p. 190) afirmam que

A internet se consolida como importante meio para acesso à informação, promoção do engajamento cívico e à prática democrática de forma transparente. É dotada de inúmeras ferramentas que podem dar suporte ao diálogo entre o governo e o cidadão. O avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs) possibilitou aos cidadãos informações diversificadas, permitindo maior capacidade de escolha e de participação na esfera pública.

Assim, de forma introdutória no que tange à Internet em seu contexto social, os autores explicam a amplitude que estas ferramentas, seus usos e seus possíveis alcances podem ter.

Já quanto ao aspecto de tempo dispendido na utilização da tecnologia de Internet no Brasil, segundo Nielsen Online (2009, *apud* CIRIBELI e PAIVA, 2011, p. 63), "apesar de não ser o país com o maior número de internautas, o Brasil ocupa o topo no ranking com maior tempo de navegação por usuário. Os internautas brasileiros passam quase 70 horas utilizando a internet". Dessa forma, os autores trazem, para além do levantamento histórico da Internet, a discussão para a atualidade e as realidades brasileiras.

Da mesma forma, Andrelo e Matos (2014, p. 190) registraram em suas pesquisas que "84% buscaram informações nos três meses da pesquisa, 73% utilizaram redes sociais e 65% utilizaram o governo eletrônico no período de um ano". A definição de governo eletrônico é entendida pelos sistemas e

ferramentas disponibilizados pelos órgãos governamentais para facilitar a burocracia e a resolução de atendimento ao cidadão. No entanto, não nos delongaremos neste aspecto específico, uma vez que não tem relação direta com os objetivos da pesquisa. No que diz respeito à definição de redes sociais, sua aderência e correlação com as mídias sociais, trataremos mais tarde.

Como proposto atualmente, podemos considerar o volume de acessos às mídias sociais, comparando cursos, turmas e gênero. Assim, são estabelecidas correlações de acesso às mídias sociais e sua distribuição entre os diferentes aspectos que permeiam nosso recorte, as quais podem então identificar afinidades, familiaridades, similaridades e distanciamentos acerca do uso das mídias sociais. Tais resultados poderão ajudar a desvelar, ou ainda mais ambiciosamente, responder afirmativa ou negativamente nossa hipótese.

Quanto à metodologia e abordagem de tratamento dos dados, o caminho escolhido foi a abordagem quantitativa para detecção de generalidades e diferenças e a qualitativa para o aprofundamento. Tal aproximação foi necessária, uma vez que, ao analisarmos o conjunto de dados disponíveis nos sistemas e bancos de dados sob o aspecto somente quantitativo, observamos que as informações as quais se tem acesso para pesquisa são rasas para estabelecer de maneira completa tal pesquisa. Quando foram analisados, por exemplo, o contexto, a palavra-chave ou a opinião no conteúdo postado no Facebook (site foco e fonte principal de análise no piloto apresentado no Anexo 1), não há convergência detectável dada a natureza dispersa com a qual são montados os sites de mídias sociais. Quando se faz uma analogia, a profundidade de informações disponíveis dos dados nos leva apenas até a porta (origem do acesso) e não permite ver o interior da casa (conteúdo propriamente dito).

Os bens tecnológicos provocam reações diversas nos vários segmentos nos quais se inserem os indivíduos. Especificamente, aqui, procuramos investigar, debater e entender quais são e como atuam estas forças e coerções tecnológicas sobre os universitários da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, segmento e recorte de nossa pesquisa.

Assim, foram delimitados os contornos dos campos, materiais e aspectos que serão estudados. O levantamento de informações quantitativas e

qualitativas deste conjunto de atores sociais, durante e sobre suas interações, gera discussões e cria movimentos de várias naturezas de interesse, que fluem através deste canal tecnológico e podem trazer perspectivas diferentes e avanços na construção de novos saberes nas Ciências Sociais.

CAPÍTULO I

O que havia antes das Mídias Sociais?

A abordagem dos pioneiros

Para entender as mídias sociais precisamos identificar o solo onde nasceram e se desenvolvem, precisamos dar as definições e termos, e, de certo modo, reconstruir e percorrer o caminho que serviu de base e sobre o qual se sustenta essa TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação).

Para tanto, precisamos explicar o que é ciberespaço. Em uma definição que considero ampla, que contempla experimentações passadas e, provavelmente futuras, do processo de utilização das redes, Lévy (2010, p. 94) propõe: “Eu defino o ciberespaço como o *espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores*”.

Podemos assim definir ciberespaço, resumidamente, como a experiência social imersiva de utilização da rede mundial de computadores que, por sua vez, é conhecida como Internet.

Dessa forma, faremos uma conceituação, primeiramente de definições e descritiva, a partir de uma abordagem teórica das mídias sociais para, mais tarde, podermos mergulhar nessa tecnologia e identificar os usos feitos da ferramenta pelos indivíduos do nosso recorte.

Construção Sociológica da Internet

Para entender as mídias sociais, precisamos saber o que é a Internet, compreender o histórico de sua construção de um ponto de vista sociológico para, então, vislumbrar suas dimensões que vão além do mundo técnico.

A Internet é, a *grosso modo* e *a priori*, a rede mundial de computadores. Trata-se de um sistema parcialmente hierarquizado de equipamentos programáveis que objetiva um funcionamento e comunicação ininterrupto,

mesmo em uma suposta situação de crise em que parte de seus nodos estejam inalcançáveis ou incomunicáveis, por qualquer que seja o motivo. Quanto a sua concepção, vários eventos fortuitos, conforme o ponto de vista dos autores, não foram planejados especificamente para atingir seu funcionamento como a conhecemos hoje, porém, produziram a Internet. Foi uma conjuntura política, social, econômica e tecnológica específica que propiciou sua criação.

Segundo Castells (2011, p. 82),

A criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural.

E ainda, Castells (2011, p. 97) nos fala que

Embora a Internet tenha tido origem nas pesquisas patrocinadas pelo Departamento de Defesa, só muito mais tarde veio a ser de fato usada em aplicações militares: mais ou menos na mesma época começou a se difundir em redes da contracultura.

Assim, os primeiros usuários de Internet já criaram, sob as camadas de acesso restrito, vias de comunicação, próprias, privadas e particulares. E também trouxeram de forma inexorável o fomento e a viabilidade para o funcionamento da Internet como a conhecemos.

Já Lemos e Lévy (2010, p. 30) fazem um resumo da seguinte forma:

Essa transformação [das tecnologias que permitiram o desenvolvimento da Internet] se deu na evolução da inteligência artificial e da grande informática, na década de 1950, no surgimento da microinformática na década de 1970, na consolidação do ciberespaço nos anos 1990 e na atual força das mídias móveis e locativas dos anos 2000.

As palavras de Castells (2011, p. 97) logo abaixo demonstram a falta de planejamento prévio e a falta de vislumbre tecnológico teleológico.

Embora haja coincidência histórica entre a concentração de novas tecnologias e a crise econômica da década de 1970, sua sincronia foi muito próxima, e o 'ajuste tecnológico' teria sido demasiadamente rápido e mecânico quando comparada ao que aprendemos com as lições da revolução industrial e de outros processos históricos de transformação tecnológica: os caminhos seguidos pela indústria, economia e tecnologia são, apesar de relacionados, lentos e de interação descompassada.

Para demonstrar seu raciocínio, que alinha o desenrolar de eventos, a dualidade entre cultura criativa e capacidade individual, a fim de provar a desvinculação mercadológica do processo de construção da Internet, Castells (2011, p. 107) aponta que,

Na realidade, é mediante essa interface entre os programas de macropesquisa e os grandes mercados desenvolvidos pelos governos, por um lado, e a inovação descentralizada estimulada por uma cultura de criatividade tecnológica e por modelos de sucessos pessoais rápidos, por outro, que as novas tecnologias de informação prosperam.

Analogamente, Lévy (2010, p. 127) afirma:

Pensando na mesma direção, o movimento social californiano *Computers for the People* quis colocar a potência de cálculo dos computadores nas mãos dos indivíduos, liberando-os ao mesmo tempo da tutela dos informatas. Como resultado prático desse movimento 'utópico', a partir do fim dos anos 70, o preço dos computadores estava ao alcance das pessoas físicas, e neófitos podiam aprender a usá-los sem especialização técnica. O significado social da informática foi completamente transformado. Não há dúvida de que a aspiração original do movimento foi recuperada e usada pela indústria. **Mas é preciso reconhecer que a indústria também realizou, à sua maneira, os objetivos do movimento** [grifo nosso]. Ressaltemos que a informática pessoal não foi decidida, e muito menos prevista, por qualquer governo ou multinacional poderosa. Seu inventor e

principal motor foi um movimento social visando à reapropriação em favor dos indivíduos de uma potência técnica que até então havia sido monopolizada por grandes instituições burocráticas.

Dessa forma, as explicações para o surgimento de um novo sistema tecnológico que originou os computadores empresariais, e por sua vez, domésticos, são averiguadas bem como as bases modernas da programação na década de 70, portanto, Castells e Lévy descartam tanto a hipótese de uma resposta do sistema capitalista para superar a crise econômica quanto o argumento de que seria resultado direto de pesquisas militares norte-americanas.

Castells (2011, p. 107) explica que, sobre a singularidade catalizadora do processo de desenvolvimento e seus resultados nesse período e locais específicos,

Porém, [iniciar] sem esses empresários inovadores, como os que deram início ao Vale do Silício ou aos clones de PCs em Taiwan, a revolução da tecnologia da informação teria adquirido características muito diferentes e é improvável que tivesse evoluído para a forma de dispositivos tecnológicos flexíveis e descentralizados que estão se difundindo por todas as esferas da atividade humana.

E para complementar a referida ideia, Castells (2011, p. 107) afirma ainda que,

Sem dúvida, desde o início dos anos 70, a inovação tecnológica tem sido essencialmente conduzida pelo mercado: e os inovadores, enquanto ainda muitas vezes empregados por grandes empresas, em particular no Japão e na Europa, continuam a montar seus negócios nos Estados Unidos e, cada vez mais, em todo o mundo.

Resumidamente, após essa etapa do desenvolvimento, principalmente do *hardware* (parte física do computador), a primeira revolução em tecnologia da informação concentrou-se nos Estados Unidos, na Califórnia nos anos 70,

em larga medida, como resultado de indução tecnológica mercantil. A partir da tecnologia disponível nessa época, foi possível a reestruturação socioeconômica do setor tecnológico de computadores e redes dos anos 80, que por sua vez, condicionou os usos e a trajetória da tecnologia que expandiu e popularizou a Internet de uso corriqueiro nos anos 90.

De acordo com estas explicações, os autores procuram deixar claro que não houve um movimento coordenado ou planejado com o objetivo de conectar os indivíduos e criar canais de comunicação de massa ou individuais. Apesar de, atualmente, a Internet ser de uso corriqueiro e, por isso, pode parecer que foi um caminho escolhido em uma primeira análise. Ao contrário, esta tecnologia foi planejada para ser militar, restrita e infraestrutural. Por isso, é necessário destacar a importância que os usos próprios da proto Internet (de certa forma, clandestinos) foram cruciais para seu desenvolvimento. Contudo, não foi possível imaginar o caminho que levasse ao seu estado atual sem as intervenções primeiras.

Ao reunir as disposições anteriores dos autores e convergi-las em uma análise, concluímos que já muito cedo a tecnologia da informação, mais especificamente a Internet, apesar das forças governamentais e militares que foram motivação, motor, direção e fomento para a sua construção e das pressões mercadológicas do capital subsequentes, havia um movimento de apropriação popular dessa tecnologia, a partir dos envolvidos mais diretamente, a comunidade acadêmica responsável por seu desenvolvimento.

Dessa forma, concluímos que o resultado do atual estado da Internet foi fortuito e colateral. O surgimento da sociedade em rede, passo necessário para a cultura e construção do que viriam a ser as mídias sociais, é resultado da interação dessas duas forças aparentemente autônomas: o desenvolvimento de novas tecnologias e a tentativa da sociedade de reaparelhar-se com o uso do poder da tecnologia para servir a tecnologia do poder.

Sobre Tecnologia e Internet

É preciso aprofundar o aspecto das relações sociais aqui tratadas e qual a influência da tecnologia, compreendida pela Internet a fim de continuar o processo de construção conceitual sobre o que é mídia social.

Do ponto de vista da funcionalidade da Internet e sua relevância, Andrelo e Matos (2014, p. 190) citam que

A internet consolida-se como importante meio para acesso à informação, promoção do engajamento cívico e à prática democrática de forma transparente. É dotada de inúmeras ferramentas que podem dar suporte ao diálogo entre governo e o cidadão. O avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs) possibilitou aos cidadãos informações diversificadas, permitindo maior capacidade de escolha e de participação na esfera pública.

Assim, Andrelo e Matos explicam a amplitude que podem ter tais ferramentas, seus usos e possíveis alcances sociais. No entanto, parece que tal disposição na forma de sobrevoo, amplo e sem fronteiras, não dá espaço para as disposições contrárias e limitantes, relativas ao acesso e ao poder aquisitivo que as comporte.

Assim, para trazer a discussão para mais perto do nosso foco, que são as mídias sociais e, por sua vez, a Internet enquanto fundação no sentido de seu suporte e base tecnológica, Castells (2011, p. 413) afirma que “[...] Na verdade, essa tensão entre a nobre comunicação alfabética e a comunicação sensorial não-meditativa determina a frustração dos intelectuais com a influência da televisão, que ainda domina a crítica social da comunicação de massa”. E sobre o desenrolar dos eventos que culminam com as mídias sociais, Castells (2011, p. 414) aponta que “[...] uma transformação tecnológica de dimensões históricas similares está ocorrendo 2.700 anos depois [do princípio da comunicação escrita], ou seja, a integração de vários modos de comunicação em uma rede interativa”.

Assim, no nosso estudo, os autores demonstram um direcionamento da tecnologia de comunicação e, mais especificamente a Internet, para a construção de uma sociedade mais inclusiva e de participação democrática com a proximidade do cidadão, sem necessidade de níveis de intermediação. Sobre este aspecto, é necessário destacar que a proximidade e amplitude de usos têm o efeito peculiar de provocar familiaridade e conforto. Se assuntos de ordem cotidiana e de organização civil podem ser abordados e tratados por esse canal, em seu contexto mais amplo, o mesmo caminho ou praça pode ser usado para tratar de assuntos de ordem pessoal, no sentido das particularidades individuais, uma vez que outorga que se sintam à vontade e promove liberdade para falar de seus assuntos e suas vidas.

Sobre as Mídias: Massivas e Pós-Massivas

Antes de entrarmos na especificidade das mídias sociais, precisamos encontrar distinções entre as mídias tradicionais (massivas) e as novas mídias (pós-massivas), uma vez que este tipo de conteúdo é parte importante e está intimamente ligado às ferramentas que provêm a infraestrutura para as mídias sociais. Para isso, outra tecnologia ou interpretação das tecnologias conhecida como multimídia precisa ser analisada. Isso é necessário porque grande parte do que é comunicado é feito através dela. Do mesmo modo que dizemos que uma pessoa realiza um trabalho, na sua especificidade, trabalho é realizado pelos braços, também dizemos que a principal ferramenta de comunicação utilizada dentro das mídias sociais é a multimídia.

Existe um direcionamento sobre o uso da Internet quanto à utilização de seus recursos, que encaminha para novas formas de comunicação. Segundo Castells (2011, p. 449),

Contrastando com esse cenário, para a maior parte da população de todos os países, além do local de trabalho, e além das compras on-line, a experiência e os usos da CMC¹ estarão cada vez mais interligadas ao novo mundo da comunicação associada ao surgimento da multimídia.

Assim, a multimídia é determinante, mesmo que não condicionante, das formas de uso pós-massivas e, por consequência, das mídias sociais. É denominado determinante o uso específico com resultados também específicos, o qual é possível somente através da multimídia, todavia, não é condicionante, o que significa dizer que existe comunicação nas mídias sociais sem multimídia, mas com usos e resultados diferentes.

Entende-se por multimídia o sistema integrado de publicação de mídias e comunicação personalizada e globalizada, mediada por computadores, cujo potencial é interativo. Mas, quais são as vantagens da multimídia em relação às mídias (massivas) tradicionais? Multimídia não é uma aplicação “fechada”. É antes um método do que um produto ou “*appliance*”². Nesse sentido, é uma mudança metodológica. Como inovação, o sistema multimídia permitiu uma perspectiva inusitada no momento de sua criação, quando se idealizava que seria a única para cada indivíduo que a consumiria, pois trazia um pouco de volta a analogia das comunidades individuais: conteúdos individuais.

Devido ao seu ineditismo e à falta de “fechamento” na padronização, seu início foi marcado por dificuldades. Segundo Castells (2011, p. 452-453),

Porém seu desenvolvimento completo [da multimídia digital de massa] não exige apenas um investimento gigantesco em infraestrutura e teor de programação, mas também o esclarecimento do ambiente regulador, ainda envolvido em litígios entre fortes interesses empresariais, eleitorados políticos e legisladores do governo. Em tais condições, só grupos poderosíssimos, resultantes de alianças entre empresas de comunicação de massa, operadores de

¹ Comunicação interativa mediada por computador – nota do pesquisador.

² Aparelho, aplicativo ou aparato, em tradução livre.

comunicações, provedores de serviços de Internet e empresas de computadores, estarão em posição de dominar os recursos econômicos e políticos necessários para a difusão de multimídia.

Apesar das dificuldades da multimídia como tecnologia na sua concepção inicial, uma vez desenvolvida, difundiu-se rapidamente. Segundo Castells (2011, 453),

A questão não é se um sistema multimídia será desenvolvido (ele será), mas quando, como e sob quais condições nos diferentes países, porque o significado cultural do sistema será profundamente modificado pelas características do momento e pela forma da trajetória tecnológica.

Nos seus primórdios, não havia o dinamismo atual, posto que era mais um subproduto da distribuição de mídias massivas do que uma nova tecnologia de mídia *per se*. Conforme Castells (2011, 455),

Uma das pesquisas mais completas sobre a demanda de multimídia, realizada por Charles Piller em amostra nacional de seiscentos adultos nos Estados Unidos, revelou interesse muito mais profundo pelo uso da multimídia para acesso à informação, questões comunitárias, envolvimento político e educação que para mais opções de programações televisivas e filmes.

O interesse extensivo e diferenciado levantado pela pesquisa já demonstrava o caráter individualizado e a capacidade de tecnologias de multimídia aderirem a diferentes perfis e personalidades.

Assim, após seu amadurecimento, o sistema multimídia começou a demonstrar seu verdadeiro potencial: refletir as individualidades ainda dentro das mídias massivas. Para Castells (2011, p. 458),

O poder unificador cultural da televisão direcionada às massas (da qual apenas uma pequena elite cultural havia escapado no

passado) agora é substituído por uma diferenciação socialmente estratificada, levando à coexistência de uma cultura da mídia de massa personalizada com uma rede de comunicação eletrônica interativa de comunidades auto-selecionadas.

Em sua forma atual, a multimídia é uma fusão entre as formas e as finalidades das mídias massivas: audiovisual, impressa, cultura popular, erudita, entretenimento, informação, educação e persuasão. Além de tudo isso, é totalizante, imersiva e permite mudança na percepção individual da realidade. Assim, segundo Castells (2011, 458),

Finalmente, talvez a característica mais importante da multimídia seja que ela capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade. Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista à mais popular, vem juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso, elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade.

De maneira análoga, Lemos e Lévy (2010, p. 52) afirmam que

A rede de telefonia mundial, a televisão por satélite, a multiplicação de canais de televisão e, mais recentemente, a interconexão mundial de computadores, que integra todas as mídias precedentes em um meio de comunicação interativo original, fazem nascer um novo espaço público.

Portanto, quando se fala sobre a mudança de perspectiva entre emissor e receptor nas mídias massivas e pós-massivas, Lemos e Lévy (2010, p. 88) defendem que

A principal vantagem da Internet (composta tanto por funções massivas como pós-massivas) em relação às mídias da democracia midiática (função unicamente massiva) da segunda metade do século XX (imprensa, rádio e televisão) é que ela permite a todos se expressarem sem precisar passar pelo poder do jornalista ou de outro mediador. A máxima parece ser: libera-se a emissão, conecta-se a interesses comunitários e reconfigura-se a esfera pública.

Assim, a principal característica que começou a definir o que é mídia pós-massiva surge quando se evidenciam a singularidade e a individualidade de seu processo: cada um vê, consome, acessa o que é de seu interesse ou necessidade. Nas palavras de Castells (2011, p. 461), “do ponto de vista da sociedade, a comunicação eletrônica (tipográfica, audiovisual ou mediada por computadores) é comunicação. No entanto, não quer dizer que haja homogeneização das expressões culturais e domínio completo de códigos por alguns emissores centrais”.

Da mesma forma, Lemos e Lévy (2010, p. 77) afirmam que “Velhos formatos midiáticos foram reconfigurados (TV, rádio, jornais, revistas) e novos surgiram desde meados dos anos 1990. As distinções devidas aos antigos *suportes* são levadas ao desaparecimento progressivo e serão substituídas por distinções de *competências* e de *comunidades de interesse*”.

A implicação dessa forma de comunicação provoca o surgimento de novas abstrações. Nesse sentido, a própria forma de entender o mundo físico conforme essa perspectiva também muda, passando a ser conceitual. Sobre o espaço físico, Castells (2011, 476), nos diz que “A cidade global não é um lugar, mas um processo”. Ainda sobre o espaço, no sentido sociológico, e completando essa ideia inicial, Castells (2011, p. 500), fala que

Não é uma tarefa fácil porque o conhecimento, aparentemente simples de uma relação significativa entre sociedade e espaço esconde uma complexidade fundamental, uma vez que o espaço não é reflexo da sociedade, é sua expressão. Em outras palavras: o espaço não é uma fotocópia da sociedade, é a sociedade.

Preocupados com a desconstrução ou subversão do uso das mídias pós-massivas, Lemos e Lévy (2010, p. 90) nos apaziguam dizendo que

Mas esse desencadeamento da opinião pública não vai ser interrompido, ou mesmo invertido, pela concentração em curso das empresas de comunicação? O risco existe, mas ele nos parece fraco. Pedimos ao leitor que fundamente a sua opinião na pesquisa e na observação, em vez de fundamentá-la nas emoções (o medo, particularmente) e nos preconceitos. Podemos constatar através da Internet que a concentração financeira do mundo da comunicação não reduz a diversidade informacional que continua a aumentar, independente das fusões [das grandes empresas midiáticas].

Castells (2011, p. 500) conclui que “do ponto de vista da teoria social, espaço é o suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado”.

No entanto, existem outras formas de abordar e redefinir deste mesmo ponto de vista que, aparentemente, é complementar a esta forma estabelecida e, ainda assim, seria como uma segunda perspectiva sobre os mesmos aspectos.

As mídias sociais representam uma nova forma de comunicação, interação e convívio entre as pessoas, de uma maneira diferente em algumas características as formas anteriormente conhecidas. Novamente, em um sentido amplo, as mídias podem ser divididas, muito similarmente a visão anterior, em duas: as de difusão pública, que tem e abrangência em grandes grupos, como o rádio, a tv e os jornais; e as de comunicação privada, que abrangem pequenos grupos, como o telefone, correio, e seus correlatos na Internet. Com essas premissas, as mídias sociais são as ferramentas que permitiram criar uma forma intermediária e, além disso, escalável, entre as duas outras; difusão e comunicação; onde o controle e a variabilidade de uso são definidos pelo indivíduo emissor ou o receptor.

Conforme Miller (2016, p. 8), que muda substancialmente da primeira para a segunda perspectiva é que na última existe uma capacidade de graduar e variar quanto pode ser considerado público e quanto é considerado privado,

deixando as fronteiras inteiramente nubladas e sem contorno, a ponto de não fazer sentido falar em territórios pertencentes somente a um ou a outro tipo.

Dessa forma, estabelecemos qual é o papel esperado de comunicação ponto a ponto das mídias sociais e como será analisado seu comportamento nos grupos escolhidos para a pesquisa. Nesse ponto, precisamos então de alguma forma diferenciar e identificar quais são as divisões dos grupos sociais que serão estudados. Já que as mídias sociais não estabelecem fronteiras visíveis conforme nossa perspectiva, podemos partir então do caminho contrário, vir do ponto de vista da população em direção as mídias sociais. Como uma forma simples e aferível através do material disponível, escolhemos o fator renda como delimitador de recorte, de uma maneira que explicaremos mais adiante.

Estabelecemos então a multimídia como veículo que trafega nas supervias da Internet e transportando os indivíduos, a fim de leva-los a novos espaços (ciberespaços) e comunidades, onde se forma e é realizado o convívio. Esta designação que transforma a multimídia em território e solo onde ocorrem as relações sociais, permite passarmos ao próximo assunto, que diz respeito a essa perspectiva materializada, o tempo e o espaço.

O que há de social nas mídias sociais?

Sociedade e Comunidades

Agora é preciso entender qual a interação da tecnologia, mais especificamente, da Internet, com o social para dar continuidade ao caminho que visualizamos como responsável pelo surgimento das mídias sociais. Além disso, qual o conceito de sociedade, comunidades e as distinções entre elas.

Para entendermos a sociedade e as comunidades nesse conjunto de ideias que culmina com a construção das mídias sociais, Castells (2011, p. 440) identifica primeiramente a comunicação quando afirma que “com base nesses agrupamentos, pessoas físicas e organizações eram capazes de

interagir de forma expressiva no que se tornou, literalmente, a Teia de Alcance Mundial para comunicação individualizada, interativa”.

Da mesma forma, Lévy (2010, 129) afirma que

Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa. A interconexão tece um universal por contato.

Assim, tanto Castells quanto Lévy consideram a comunicação como a base constitutiva do contato entre os indivíduos, a qual torna-se a água que os banha e onde essa analogia me parece se traduzir plenamente.

Mas, por tratar-se de Internet, uma questão é recorrentemente levantada em conta no que diz respeito a sua contribuição ou prejuízo para a comunicação e, por sua vez, às relações sociais. Nesse sentido, Castells (2011, p. 442) afirma que

Isso é verdade, em especial, com relação à questão que dominou o debate sobre as dimensões sociais da Internet durante a década de 1990: a Internet favorece a criação de novas comunidades, comunidades virtuais, ou, pelo contrário, está induzindo ao isolamento pessoal, cortando os laços das pessoas com a sociedade e, por fim, com o mundo ‘real’?

Ele mesmo responde parcialmente à pergunta ao apresentar dados de outros pesquisadores, quando o referido autor cita que, “Howarde Rheingold, em seu livro pioneiro *Virtual Communities*, deu o tom do debate defendendo com ênfase o nascimento de uma nova forma de comunidade, que reúne as pessoas *on-line* ao redor de valores e interesses em comum”. Assim, o conceito de comunidade começa a distanciar-se do conceito genérico de sociedade.

E para aprofundar ainda mais a interferência do interesse privado no processo de comunicação, Castells (2011, p. 442) ressalta que

Cada vez mais refletirão interesses comerciais à medida que estenderem a lógica controladora das maiores organizações públicas e privadas para toda a esfera da comunicação. Mas diferente da mídia de massa da Galáxia de McLuhan [alusão a mídias massivas – jornal, rádio e televisão], elas têm propriedades de interatividade e individualização tecnológica e culturalmente embutidas.

Logo, no entendimento do autor, mesmo que houvesse uma tentativa organizada de refrear o crescimento dessas comunidades, sua proliferação parece autossuficiente e inevitável.

Quando Castells (2011, p. 442) considera tais argumentos, demonstra preocupação com as finalidades e objetivos dessa nova forma de socializar quando pergunta: “Contudo, será que essas potencialidades se transformam em novos padrões de comunicação? Quais são os atributos culturais emergentes do processo de interação eletrônica?”

Na perspectiva de compartilhar sua preocupação com o funcionamento sobre o que ele acredita como socialmente saudável, Castells (2011, p. 442-443) aponta que

Além disso, com base em sua própria experiência com a WELL, uma rede cooperativa de computadores da área da baía de San Francisco, ele [Howard Rheingold] propôs a ideia de que as comunidades criadas on-line poderiam transformar-se, como no caso dele, em reuniões físicas, festas amistosas e apoio material para os membros da comunidade virtual.

De certa forma, o autor acima acreditava que a interação e a comunicação remotas seriam socialmente enriquecedoras ou saudáveis somente elas se transformassem ou se desenvolvessem para formas físicas de interação. Ademais, era preciso desconsiderar a possibilidade de convívio e trato somente através de canais de comunicação.

Agora é preciso construir uma correlação entre um público específico, uma motivação definida e os objetivos que os une. Para tanto, Lévy (2010, p. 125) afirma que

Pode parecer estranho falar de 'movimento social' quando se trata de um fenômeno habitualmente considerado como 'técnico'. Eis, portanto, a tese que vou tentar sustentar: a emergência do ciberespaço é fruto de um verdadeiro movimento social, com seu grupo líder (**a juventude metropolitana escolarizada** [grifo nosso]), suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e suas aspirações coerentes.

Chegamos então ao conceito de comunidade virtual, que é, sob diversos aspectos, a principal designação e o processo utilizado para interagir nas mídias sociais. Assim, Castells (2011, p. 443) explica que

Em geral, entende-se que comunidade virtual, segundo a argumentação de Rheingold, é uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora, às vezes, a comunicação se torne a própria meta.

Nesse viés, falando sobre socializações e assuntos que podem permear esse tipo característico de comunicação, Lévy (2010, p. 135) defende que

As comunidades virtuais parecem ser um excelente meio (entre centenas de outros) para socializar, quer suas finalidades sejam lúdicas, econômicas ou intelectuais, que seus centros de interesse sejam sérios, frívolos ou escandalosos.

E, para complementar o raciocínio, Castells (2011, p. 443) afirma que

Ainda não está claro, porém, o grau de sociabilidade que ocorre nessas redes eletrônicas, e quais são as consequências culturais dessa nova forma de sociabilidades, apesar do empenho de um grupo cada vez maior de pesquisadores.

Assim, apesar de atentar-se para o fato de que a comunicação por si só não gera necessariamente interação social, a definição é suficiente para entendermos seu aspecto mais relevante para nossa compreensão de sociedade e comunidades: os interesses comuns que movem e unem os indivíduos que se comunicam e interagem.

Voltando ao aspecto do que há de social na comunicação através da Internet, é senso comum que, apesar desse contato, a falta de relacionamento físico provocaria isolamento social, Castells (2011, p. 443) apresenta outra pesquisa, a qual mostra que

Numa abordagem mais acadêmica, William Mitchell foi convincente ao afirmar que estão emergindo on-line novas formas de sociabilidade e novas formas de vida urbana, adaptadas ao nosso novo meio ambiente tecnológico. E em um dos primeiros estudos psicanalíticos dos usuários da Internet (na verdade, membros de um grupo Multi Users Dungeons – MUDs), Sherry Turkle demonstrou que, sim, os usuários interpretavam papéis e criavam identidades on-line. Mas isso gerava uma sensação de comunidade, mesmo que efêmera, e talvez trouxesse algum alívio a pessoas carentes de comunicação e *auto-expressão*. Contudo, ela conclui que ‘a noção do real contra-ataca. Quem vive vidas paralelas na tela estão, não obstante, ligadas pelos desejos, pela dor e pela mortalidade de suas personalidades físicas. As comunidades virtuais oferecem um contexto novo e impressionante, no qual pensar sobre a identidade humana na era da Internet’.

A constatação de efemeridade e carência comunicativa fica flagrante quando tratamos de mídias sociais. São aspectos sobre os quais falaremos posteriormente mais detidamente, mas importa saber que são desde muito cedo considerados identificadores, descritores e peculiares a este modelo de comunicação pelas pesquisas.

Ainda a fim de explicar a comunicação e sua relevância na construção e crescimento de comunidades, Castells (2011, p. 442) afirma:

Assim, apesar de todos os esforços para regular, privatizar e comercializar a Internet e seus sistemas tributários, as redes de

CMC [comunicação mediada por computador], dentro e fora da Internet, *tem* como características: penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade. Alastram-se como colônias de *microrganismos*.

Dessa forma, Castells traz de volta a prerrogativa da autossuficiência e inevitabilidade.

Em outro caso, que novamente traz à tona a problemática das distâncias físicas e sua possível influência nas relações sociais, Castells (2011, p. 443-444) relata sobre outros pontos de vista:

Por outro lado, os críticos sociais, como Mark Slouka, condenam a desumanização das relações sociais que nos trouxeram os computadores, pois a vida on-line parece ser uma maneira fácil de fugir da vida real. E, na França, Dominique Wolton, respeitada socióloga, convocou os intelectuais a resistirem à ideologia dominadora e tecnocrata contida na Internet. Além disso, as pesquisas acadêmicas rigorosas parecem indicar que, em certas condições, o uso da Internet aumenta as chances de solidão, sensações de alienação ou mesmo depressão. Num estudo bastante divulgado, uma equipe de pesquisadores em psicologia da Carnegie Mellon University examinou a repercussão social e psicológica da Internet sobre o envolvimento social e o bem-estar psicológico, avaliando o comportamento e as posturas durante os dois primeiros anos on-line, em 1995 e 1996. Nessa amostra, o uso mais intenso da Internet foi associado ao declínio da comunicação dos participantes com os membros da família no lar, um declínio no tamanho de seu círculo social e aumento da depressão e da solidão.

Aparentemente, um efeito ambíguo é provocado: a proximidade provida pela comunicação através da Internet, que pode conectar duas realidades físicas e geográficas distintas entre praticamente qualquer lugar do mundo, parece afastar os mais próximos fisicamente, com laços construídos a partir de outras formas de socialização, que tradicionalmente encontram-se dentro de um mesmo lar ou comunidade. Além disso, é importante reafirmar a falta de consenso quanto aos efeitos provocados por estas outras formas de comunicação e uma possível desumanização das relações. Por conseguinte, tal fato causa polêmica e opiniões contrárias entre os autores.

Na perspectiva de trabalhar com tantas opiniões divergentes e contraditórias, e de aproximar um ponto dialeticamente pacífico entre as pesquisas encontradas, Castells (2011, p. 444) aproveitou uma abordagem diferente de um pesquisador:

Tentando entender a diversidade confusa dos registros, o maior pesquisador empírico em sociologia da Internet, Barry Wellman, e seus colaboradores analisaram, numa série de artigos entre 1996 e 1999, as principais descobertas no tocante ao surgimento das comunidades virtuais na Internet, de uma ampla variedade de fontes. O objetivo principal de Wellman é nos lembrar que as 'comunidades virtuais' não precisam opor-se às 'comunidades físicas': são formas diferentes de comunidade, com leis e dinâmicas específicas, que interagem com outras formas de comunidade. Ademais, não raro os críticos sociais se referem implicitamente a um conceito idílico de comunidade, uma cultura muito unida, espacialmente definida, de apoio e aconchego, que provavelmente não existia nas sociedades rurais, e que decerto desapareceu nos países industrializados.

Posteriormente, Castells (2011, p. 445) reforça a ideia quando afirma que, "Novamente, os formadores de opinião parecem estar comparando a sociabilidade na Internet com a ideia mítica de uma sociedade unida por laços comunitários".

Assim, fica esclarecido que não é a comunicação através da Internet que provoca o afastamento, mas questiona-se a própria definição de familiaridade e proximidade tradicionais em relação aos conceitos modernos. Neste sentido, é concepção comumente utilizada para entender o conceito de comunidade que deve ser questionada e não sua análoga utilização na definição relativa a grupos de comunicação provida pela Internet. Nessa perspectiva, a definição de comunidade, em sua forma comumente entendida, é desacreditada como utópica e inexistente na atualidade.

Castells (2011, p. 444) revê sua conceituação de comunidade na tentativa de uma possível saída para o impasse, quando explica que

Pelo contrário, Wellman demonstrou num fluxo de descobertas coerentes no decorrer dos anos que o que surgiu nas sociedades avançadas é o que ele denomina 'comunidades

personais': 'a rede social do indivíduo de laços interpessoais informais, que vão de meia dúzia de amigos íntimos a centenas de laços mais fracos... Tanto as comunidades de grupo quanto as comunidades pessoais funcionam tanto on-line quanto off-line'. Nessa perspectiva, as comunidades substituem as redes sociais, com as comunidades locais sendo uma das muitas opções possíveis para a criação e a manutenção de redes sociais; e a Internet oferece mais uma dessas alternativas.

Dessa forma, a Internet torna-se um facilitador e meio de criar laços sociais, ainda que diferentes dos tradicionais idealizados e esperados. Por estes motivos, são únicos: com definição, classificação e funcionalidade próprias.

Avançando nessas categorizações, Castells (2011, 444) afirma que "Wellman e Gulia demonstram que, assim como nas redes físicas pessoais, a maioria dos vínculos das comunidades virtuais são especializados e diversificados, conforme as pessoas vão criando seus próprios 'portfolios pessoais'". Um exemplo disso é quando Castells (2011, p. 444) informa:

Não obstante, com o passar do tempo, muitas redes que começam como instrumentais e especializadas acabam oferecendo apoio pessoal, tanto material quanto afetivo, como aconteceu, por exemplo, no caso da SeniorNet, para idosos, ou no caso da 'Systers', rede de cientistas da computação do sexo feminino.

Fica então esclarecida a mudança na forma de compreensão de comunidade e como ela era definida, a qual passa a ter outra forma para os autores em discussão: mais diáfana, ainda que cumpra funções sociais semelhantes.

Mas, para além de tal readequação epistemológica, não parece ser uma simples mudança de nomenclatura. Essas características únicas trazem, antes de respostas, mais questionamentos. Como ocorre essa correlação no funcionamento de comunidade? Como os membros dessa nova comunidade recém-definida se relacionam? Para responder a esta pergunta, Castells (2011, 444) explica que "assim, parece que a interação via Internet é tanto

especializada/funcional quanto ampla/solidária, conforme a interação das redes amplia seu âmbito de comunicação com passar do tempo”. Trata-se então também de um ajuste funcional, o qual relativiza os processos comunicativo e de inserção comunitária. Esses são horizontalizados ou verticalizados, se e quando forem necessárias tais relações.

Existem outros aspectos que devem ser considerados na construção de comunidades virtuais, os quais, para Lévy (2010, p. 135), são constituídos da seguinte forma:

Interconexão geral, comunidades virtuais e inteligência coletiva são aspectos de um universal por contato, um universal que cresce como uma população, que faz crescer aqui e ali seus filamentos, um universal que se expande como a hera. Cada um dos três aspectos constitui a condição necessária para isto não há comunidade virtual sem interconexão, não há inteligência coletiva em grande escala sem virtualização ou desterritorialização das comunidades do ciberespaço. A interconexão condiciona a comunidade virtual, que é uma inteligência coletiva em potencial.

Dessa forma, para melhor entender essa nova definição e respectivas funções, foi necessário criar termos para discernir os tipos de vínculos nas comunidades e sua singularidade em relação às comunidades tradicionais. Para tanto, Castells (2011, p. 445) expressa que

Uma distinção fundamental na análise da sociabilidade é entre os laços fracos e fortes. A Rede [a Internet] é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Os laços fracos são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo.

E quando se aprofundam as explicações sobre os estes laços, Castells (2011, p. 445) nos informa:

A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos

influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação.

Chegamos então ao estabelecimento da grande diferenciação entre as comunidades entendidas como tradicionais e as novas comunidades online, especificamente na aderência e no comprometimento que existem entre os membros de ambos os grupos. Assim, estabelece-se que, laços fracos e fortes podem existir em uma comunidade, seja “real” ou “virtual”, mas tal força é determinante para estabelecer o custo de sua reciprocidade. Aqui, entende-se custo como uma variável importante e decisiva, seja este custo dispêndio de tempo, emocional ou financeiro.

E para explicar o que significam e como funcionam tais conexões “leves” junto às comunidades, Castells (2011, p. 455) relata:

De fato, tanto off-line quanto on-line, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do *auto-conhecimento*. Nesse sentido, a Internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica.

Essa observação traz novas perspectivas: há igualdade por princípio entre as partes da comunicação e, conseqüentemente, na interação social. Além disso, reitera-se o individualismo para esse novo tipo de comunidade. No entanto, tal flexibilidade tem um preço. Há uma possível volatilidade nas relações onde os laços são fracos. Para explicar essa ideia, Castells (2011, p. 445) cita que

Existem indícios substanciais de solidariedade recíproca na Rede, mesmo entre usuários com laços fracos entre si. De fato, a comunicação on-line incentiva discussões desinibidas, permitindo assim a sinceridade. O preço, porém, é o alto índice de mortalidade das amizades on-line, pois um palpite infeliz pode ser sancionado pelo clique na desconexão – eterna.

O resgate associado à questão do custo mostra que os laços fracos podem ser mais facilmente rompidos, portanto, não são necessários motivos concretos ou substanciais. Logo, para lidar então com a desvantagem da fácil e rápida desconexão das relações, o processo que naturalmente surgiu para contrabalancear este efeito foi o número elevado de laços fracos. Nas palavras de Castells (2011, p. 445), “a internet favorece a expansão e a intensidade dessas centenas de laços fracos que geram uma camada fundamental de interação social para que as pessoas que vivem num mundo tecnologicamente desenvolvido”. É possível garantir o funcionamento das comunidades apesar dos laços fracos entre seus indivíduos: as aparentes fragilidade e fraqueza são vencidas pela quantidade.

A ampliação do novo entendimento de comunidade e como ela é inserida nas vidas dos indivíduos é explicada quando Lemos e Lévy (2010, p. 113) afirmam que

Podemos dizer que, em um futuro não tão longínquo, as comunidades que terão definido melhor nossa identidade serão as nações dos signos, as ‘nações virtuais’, as famílias do espírito, isto é, as comunidades de eleição que adotaremos, talvez, depois de ter experimentado várias a fim de escolher aquela que melhor nos convém. Não somente as tribos virtuais exerceram seu nomadismo nas planícies e florestas sem limites do ciberespaço, mas podemos facilmente passar de uma tribo a outra, fecundando a inteligência coletiva das comunidades virtuais pela troca e pelo entrelaçamento de seus membros e ideias. É nesse novo cenário que devemos pensar e fazer surgir a ciberdemocracia.

Os autores resgatam a interação do indivíduo com a comunidade para além do conceito de comunidade. Por tanto, Castells (2011, p. 446) afirma que tais ações “reforçam a tendência de ‘privatização da sociabilidade’ – isto é, a reconstrução das redes sociais ao redor do indivíduo, o desenvolvimento de comunidades pessoais, tanto fisicamente quanto *on-line*”.

Uma vez estabelecidas as distinções entre o conceito tradicional de comunidade e sua distinção da comunidade na Internet, chegamos finalmente

à convergência da discussão sobre comunidades reais e virtuais. Para isso, Castells (2011, p. 445-446) explica:

Assim, no fim das contas, as comunidades virtuais são comunidades reais? Sim e não. São comunidades, porém não são comunidades físicas, e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas. Porém, não são 'irreais', funcionam em outro plano de realidade. São redes sociais interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos, diversificadíssimas e especializadíssimas, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada.

Castells (2011, p. 446) apoia-se na opinião do autor que construiu a ideia e cita:

Segundo Wellman, [as comunidades virtuais] não são imitações de outras formas de vida, tem sua própria dinâmica: a Rede é a Rede. Transcendem a distância, a baixo custo, costuma ter natureza assíncrona, combinam a rápida disseminação da comunicação de massa com a penetração da comunicação pessoal, e permitem afiliações múltiplas em comunidades parciais.

Nesse ponto, o autor aparentemente está convencido de que a explicação está dada e não se aprofunda mais no esclarecimento da questão. No entanto, aparentemente a questão não está realmente finalizada, pois falta construir um laço final para amarrar as ideias anteriores.

Tal crítica é relativa ao fato de que, ainda que a Rede tenha suas particularidades, parece fraca a pretensa explicação de que "a Rede é a Rede". Tal afirmação provavelmente não explica nada. Acredito que uma interpretação que teria mais assertividade seria que: a Rede tem suas próprias regras, sendo tão dinâmicas que são aplicadas enquanto redigidas, tem como regra a falta de regra, só existindo se, e enquanto, for mutável. Assim, quando avançamos nesta lógica, algumas recíprocas também se comprovam: a Rede com regras externas a ela mesma se enfraquece, falta dinamismo na aplicação de suas

regras que a prejudicam; regras rígidas a esvaziam e qualquer constância provoca sua morte.

Conclusivamente em relação à definição de comunidade, afasta-se definitivamente o conceito tradicional no sentido local (geográfico) de convívio e passa-se a ter a noção de relações sociais que circundam o indivíduo. Em uma visão antropocêntrica, não são mais os indivíduos que orbitam a comunidade, são as comunidades que orbitam o indivíduo.

Espacialidade e temporalidade

Apesar de esclarecido e estabelecido que não há diferenças funcionais do ponto de vista sociológico entre os espaços físicos e os virtuais, ainda assim eles não são, obviamente, cenários iguais, por conseguinte, possuem suas excentricidades. Aqui nos interessa aprofundar o virtual e, para isso, são necessárias definições que mais acuradamente esclareçam quais são essas particularidades que distinguem os espaços virtuais dos físicos. Além disso, poderíamos chamar de espaço “real” e virtual, mas tal nomenclatura não parece apropriada, uma vez que o virtual não deixa de ser real: somente não é tangível. Da mesma forma, também não deixa de ser físico: é construído sobre estruturas físicas. Para chegarmos a um consenso, para o nosso caso, preferimos chamar o espaço físico de não virtual.

Retomando a questão da existência do espaço virtual, Castells (2011, p. 501-502) aborda inicialmente tal conceito quando afirma:

Nessa rede, nenhum lugar existe por si mesmo, já que as posições são definidas pelos intercâmbios de fluxos da rede. Consequentemente, a rede de comunicação é a configuração espacial fundamental: os lugares desaparecem, mas sua lógica e seu significado são absorvidos na rede.

Dessa forma, explica que o espaço virtual tem uma peculiaridade: não é um “lugar”, mas um estado que existe enquanto houver fluxo, trânsito, ação.

Castells (2011, p. 502) deixa, portanto, mais clara essa característica, quando afirma que “na verdade, em alguns casos, alguns lugares podem ser desconectados da rede, e seu desligamento resulta em declínio imediato e, portanto, em deterioração econômica, social e física”. Assim, reitera a ideia de existência dependente de energia, movimento, oposição ao estático.

Para o autor, o tempo e o espaço são indissociáveis, por isso, Castells (2011, p. 518) começa a construir a ideia da íntima relação entre estes dois aspectos de uma mesma dimensão. Além disso, alerta para a correlação paralela existente com a realidade não virtual:

Segue-se [a vivência das pessoas em lugares] uma esquizofrenia estrutural entre duas lógicas espaciais que ameaça romper os canais de comunicação da sociedade. A tendência predominante é para um horizonte de espaço de fluxo aistórico em rede, visando impor sua lógica nos lugares segmentados e espalhados, cada vez menos relacionados uns com os outros, cada vez menos capazes de compartilhar códigos culturais. A menos que, deliberadamente, se construam pontes culturais, políticas e físicas entre essas duas formas de espaço, poderemos estar rumando para a vida em universos paralelos, cujos tempos não conseguem encontrar-se porque são trabalhados em diferentes dimensões de um hiperespaço social.

Verifica-se então um descarrilamento funcional na lógica de comunicação e os signos culturais fazem com que o mecanismo das comunidades virtuais perca o compasso, a orientação e a localização: o que é virtual e o que é não virtual. No entanto, o assincronismo parece inerente e necessário à manutenção do funcionamento das comunidades virtuais. Nesse sentido, Lévy (2010, p. 169) concorda e cita que

A interconexão em tempo real de todos com todos é certamente a causa da desordem. Mas é também a condição de existência de soluções práticas para os problemas de orientação e de aprendizagem no universo do saber em fluxo. De fato, em interconexão favorece os processos de inteligência coletiva nas comunidades virtuais, e graças a isso o indivíduo se encontra menos desfavorecido frente ao caos informacional.

Conjuntamente, os autores chamam a atenção para a possibilidade de desconexão entre o virtual e o não virtual, caso não sejam construídos acessos e portões entre as dinâmicas. O objetivo é evitar o desencontro e o descompasso entre estas realidades. Isso significa dizer que pode haver uma existência dupla: uma virtual e outra não virtual.

No entanto, esta ruptura provoca também um efeito adverso relacionado ao tempo. O tempo é, na dimensão não virtual, linear e contínuo. Contudo, no espaço virtual, o tempo pode ser relativizado. E, sobre esse efeito, Castells (2011, p. 526) aponta:

Esse tempo linear, irreversível, mensurável e previsível está sendo fragmentado na sociedade em rede, em um movimento de extraordinária importância histórica. No entanto, não estamos apenas testemunhando uma relativização do tempo de acordo com os contextos sociais ou, de forma alternativa, o retorno à reversibilidade temporal, como se a realidade pudesse ser inteiramente captada em mitos cíclicos.

Assim, o tempo pode ser fragmentado, compartimentado, retrocedido, em um movimento diferente do naturalmente conhecido e, conseqüentemente, esperado. Isso traz implicações próprias e provoca efeitos adversos. Segundo Castells (2011, p. 526),

A transformação é mais profunda: é a mistura de tempos para criar um universo eterno que não se expande sozinho, mas que se mantém por si só, não cíclico, mas aleatório, não recursivo, mas incursor: tempo intemporal, utilizando a tecnologia para fugir dos contextos de sua existência e para apropriar, de maneira seletiva, qualquer valor que cada contexto possa oferecer ao presente eterno. James Gleick documentou a aceleração de 'praticamente tudo' nas nossas sociedades, num empenho incansável de comprimir o tempo até o limite equivale a fazer com que a sequência temporal, e, por conseguinte, o tempo, desapareça.

Dessa forma, o autor explica que essa distorção provoca efeitos adversos, de um tempo intemporal, de um tempo sem cronologia. Uma vez que o tempo é, por definição, uma sequência determinada de métrica previsível. A

manipulação objetiva o tempo eterno, provoca sua compressão até o ponto em que não se pareça mais consigo mesmo, e desaparece.

Castells (2011, p. 554) traz a discussão para um ponto relacionado às consequências da manipulação deliberada de tempo e espaço e afirma que

[A organização cultural e social para além da sequência cronológica] é simultaneamente uma cultura do eterno e do efêmero. É eterna porque alcança toda a sequência passada e futura das expressões sociais. É efêmera porque cada organização, cada sequência específica, depende do contexto e do objetivo da construção cultural solicitada. Não estamos em uma cultura de circularidade, mas em um universo de temporalidade não diferenciada de expressões culturais.

A mudança na construção da ideia do tempo provoca na cultura uma lógica que tudo contempla, mas ela não tem significância quando está sozinha, voltada para a necessidade relativa e é construída em função do efeito que provoca ao conjunto.

Todavia, não está claro qual efeito está por trás dessa mudança em mecanismos cotidianos tão importantes como o tempo e o espaço. Em consonância, Castells (2011, p. 554) afirma que

O tempo é comprimido e, em última análise, negado na cultura como uma réplica primitiva da rápida movimentação de produção, consumo, ideologia e políticas em que nossa sociedade é baseada. Uma velocidade só possibilitada pelas novas tecnologias de comunicação.

Tais efeitos provocam a negação do tempo e, trazem por fim, um vislumbre de qual é o objetivo de toda essa mudança e qual a dinâmica por trás dela. Nesse sentido,

O tempo eterno/efêmero da nova cultura adapta-se à lógica do capitalismo flexível e à dinâmica da sociedade em rede, mas acrescenta sua camada poderosa, instalando sonhos individuais e representações coletivas em um panorama mental atemporal (CASTELLS, 2011, p. 555).

Assim, finalmente, tudo converge em uma mecânica construída para adequar-se à realidade moderna, seja ela virtual ou não virtual.

O tempo e o espaço são, do ponto de vista da realidade virtual, relativos, em fluxos, intangíveis e fracionados. Ainda assim, eles não são outro plano de existência, algo fantasmagórico ou espiritual. É outro aspecto dessa mesma realidade não virtual, que reflete e é refletida nessa coexistência. Importa neste contexto vigilância devido à relativização, uma vez que cada processo perde a capacidade de generalização, portanto, é necessária avaliação constante e na própria dinâmica. A partir de seus efeitos, ainda não vimos tudo o que a manipulação deliberada do tempo e espaço pode provocar.

As Mídias Sociais

Objetivando resolver o problema da pesquisa, que relembramos, seria identificar a influência das mídias sociais no desempenho acadêmico e considerando o recorte da renda do aluno, precisamos responder: E o que tem de pessoal ou representação da individualidade, de qualquer aspecto, nas redes sociais? Para Sá e Polivanov (2012, p. 578-579), existem coesão e representação pessoal ao explicarem a individualidade e a singularidade dos usuários quando se utilizam de manifestações próprias. Elas tentam se expor ao mundo de modo único, ainda que, de forma paradoxalmente ambígua, também se inserem no coletivo, compartilham e demonstram afinidades.

Mais descritivamente, Sá e Polivanov (2012, p. 578-579) nos dizem que

Por outro lado, também são marcados por afiliações dos mesmos, que podem se dar inclusive para grupos bastante numerosos e heterogêneos, como as milhares de pessoas que 'curtem' determinada marca / empresa / produto cultural; e por padrões de comportamento, como o tipo de foto do perfil ou a utilização dos mesmos trechos de música ou aforismos para se definir no Orkut.

No sentido de aprofundar o entendimento do que se expressa nas mídias sociais, Giddens (2002, p. 13-14, *apud* SÁ e POLIVANOV, 2012, p. 580) explica que as interações entre os indivíduos são feitas conforme a definição de relação pura, que, em suas palavras,

[...] é aquela que se dá entre os indivíduos que optam por se relacionarem entre si – seja uma relação de amizade ou amorosa – independentemente de critérios externos, dados a priori, como relações econômicas, de parentesco ou territoriais.

Nesse sentido, a fim de aprofundar a explicação, Sá e Polivanov (2012, p. 580) afirmam:

O conceito de ‘relação pura’, entendida como tipo-ideal, nos dá suporte, assim, para entendermos melhor como os atores se apresentam nos sites de redes sociais e porque precisam ou desejam às vezes lançar mão de aspectos considerados outrora extremamente íntimos de suas personalidades e / ou corpos – mas sempre para uma rede de contatos específica – de modo a conquistar a confiança do outro.

Da mesma forma, e ao serem introduzidos os termos de conexões, associativas e emergentes, Recuero (2012, p. 603) afirma que “esses sites, assim, permitem que as conexões sociais sejam geradas a partir de associações (uma vez que basta solicitar uma conexão ou clicar em um botão para estar conectado a outro ator) e mantêm de forma artificial essas conexões”. Recuero (2012, p. 604) continua ao dizer que

A conexão associativa é aquela que está sendo mantida pela ferramenta, com efeito para ambos os atores. A conexão emergente é aquela baseada na conversação e interação verbal, que é mantida, principalmente, pelos atores. Ambas as formas constituem conexões com efeitos sociais.

Assim, os autores estabelecem um tipo característico de relação e os modos como ocorrem nas mídias sociais. Por um lado, existe o vínculo criado pela ferramenta, observável, visível, tangível em sua efemeridade e, de certo

modo relativo às mídias sociais, formal. Mas, por outro, existe a conexão constituída por sentimentos e emoções, comunicação e impressão, construída, alimentada e que subsiste nos próprios atores que a criaram.

Outros aspectos que devem ser levados em consideração são, conforme Sá e Polivanov (2012), as representações, presentificações e atuações. Nesse sentido, devemos estar atentos aos possíveis avatares (persona distinta do indivíduo, mas criada por ele), conforme alertam De Sá e Polivanov (2012), performáticas ou interpretativas. Nesse sentido, Sá e Polivanov (2012, p. 588) introduzem três termos que resumem as faces do prisma que é o indivíduo, quando afirmam que

Ao fazer distinção entre os três termos – representação, apresentação e autodefinição – os autores propõem que o último é central nos sites de redes sociais e blogs, entendendo-o como o ‘processo pelo qual o sujeito define a si mesmo’.

Estes três aspectos resumem o indivíduo, mas, para os autores, o mais importante é a autodefinição, onde ele se percebe, se sente e se mostra ao mundo. Conclusivamente, sobre este aspecto, qual é o grau de **comprometimento** com o que é exposto nas mídias sociais, Sá e Polivanov (2012, p. 590) reiteram que

Entender performances como espaço processual dinâmico, onde a inserção de cada novo ator reconfigura todo o processo, não esquecendo, portanto, a premissa de Goffman de que a ‘representação’ do eu se dá sempre perante a figura do outro.

Com isso, Sá e Polivanov alertam para a possibilidade de comportamento duvidoso ou duplo, em que o indivíduo se expressa de maneira pessoal, que pode ser diferente daquela *on-line*. Tal comportamento parece ter implicações: enquanto representa um papel, executa uma performance, não se sente responsável pelo que pode dizer ou executar. Não é liberação da responsabilidade, é um descolamento do sentimento de responsabilidade.

Além disso, segundo Primo (2012, p. 630), com relação ao estudo das SNAs (Análise de Redes Sociais), não há suscetibilidade à análise estatística.

Esses movimentos de tradução não obedecem a leis causais anteriores, nem se mantêm imutáveis no tempo. Nesse sentido, é preciso ter cuidado ao aplicarem-se métodos quantitativos para o estudo de redes heterogêneas e de associações não raro fugidias.

Para melhor entendimento, esta pesquisa visa também tentar evitar e falar sobre o aspecto de construção pública dos movimentos que objetivam traduzir as SNAs, as quais não substituem os indivíduos. Para tanto, Sá e Polivanov (2012, p. 588) explicam que

A ideia de representação não seria pertinente, no entanto, para dar conta de todo o processo de construção dos selves nos sites de redes sociais, uma vez que perfis não são substitutos dos sujeitos, mas sim ferramentas através dos quais eles se apresentam e se presentificam, atualizando-se no ciberespaço.

Assim, os autores explicam que uma análise sociológica é difícil de ser conclusiva porque as relações nas redes sociais (ainda que sustentadas por uma mídia social) *são enquanto estão sendo*, além disso, nem sempre os indivíduos se comportam nos softwares sociais de maneira idêntica à que se comportariam pessoalmente. Isso dá flexibilidade comportamental ao conteúdo publicado na Internet. Conclusivamente, além do ferramental de um tipo de meio de comunicação entre as pessoas, as mídias sociais registram, conectam e mantêm o que é social entre os atores, ou seja, a própria ferramenta mídia social é um componente ator e atuante dessa rede.

Alguns aspectos podem ser observados para o processo de construção de conhecimento para as Ciências Sociais. Foram evidenciados o sociológico e o cultural entre os aspectos possíveis a serem suscitados, em relação ao tema do projeto.

A terminologia “Mídia Social”

Dadas as considerações discutidas anteriormente, afinal, o que é mídia social? O que aparentemente é um ponto pacífico e de senso comum pode passar despercebido, sem explicações mais aprofundadas. Social é entendido aqui como a oferta de um espaço virtual para interação e um sistema de registro e distribuição de informações.

Entendo as mídias sociais como softwares de Internet que estabelecem formas de comunicação diferenciadas, que propiciam novos espaços e lugares de convívio. Apesar da aparência dessa construção de lugar ser abstrata, explicamos que não o é: o lugar nas mídias sociais é uma estrutura no ciberespaço com sua realidade própria que transcende a tridimensionalidade.

Introdutoriamente e considerando que o avanço tecnológico talvez tenha superado os termos utilizados na discussão, Lemos e Lévy (2010, p. 47) discutem sobre as

Chamadas ‘novas mídias’ como a **internet**, os telefones celulares, os microcomputadores, assim como os **softwares**, agentes e inúmeras ferramentas de comunicação, podem desempenhar funções não centralizadoras ou simplesmente massivas, mas abertas, colaborativas, interativas, distributivas... ‘**pós-massivas**’ [grifos nossos].

Dessa forma tenta, de maneira posteriormente revista, falar sobre um tipo específico de ferramenta de comunicação que surgia, com suas singularidades em relação ao que existia.

Sá e Polivanov (2012, p. 575) reforçam que as mídias sociais convergem para um mesmo tipo de *site*, quando afirmam que

[...] o ponto é que esses sites têm em comum o fato de servirem, primordialmente, para usuários criarem seus perfis online e se relacionarem, deixando [visíveis] conexões, suas redes de contatos, públicas.

Dessa forma, utiliza-se ainda de ideia generalista, ampla e com o objetivo de estabelecer uma definição a partir do exemplo do uso das mídias sociais. Analogamente, para Recuero (2012, p. 599),

[...] a mediação pelo computador aqui tratada oferece novas formas de acumulação [de capital social] e acesso a recursos que normalmente não são tão acessíveis aos grupos e indivíduos do cotidiano.

O ponto comum para os autores é que existem softwares que refletem relações, contatos e redes sociais, sendo mais do que meio de comunicação na Internet, indo além, pois criam novos tipos de capital social, não possíveis de criar de outra forma.

Ainda assim, não está claro o que vem a ser mídia social, por isto mais arestas precisam ser aparadas. Existe um possível problema de definição a partir do exemplo. Quanto a isso, Primo (2012, p. 633) tem a dizer que “as mídias sociais são **tomadas como meros intermediários**, sistemas puros de registro e distribuição de mensagens multimídia [grifo nosso]”.

No entanto, Primo (2012, p. 634) faz uso desta mesma metodologia de definição através do exemplo, quando afirma que “o Facebook, enquanto programa, interfere e participa das ações em curso. Mais do que um passivo transmissor, é um mediador atuante”.

Primo explica que, a partir de seu ponto de vista, as mídias sociais não são apenas um ferramental ou software intermediário que armazena e registra simplesmente conteúdos produzidos ou compartilhados online. É, além disso, uma parte atuante que influencia e participa, através de seus algoritmos de seleção, qualificação e desqualificação, no processo de publicação destes conteúdos, pois define estes softwares sociais mais assertivamente. É também uma crítica à utilização generalista do termo “mídia social”, do qual ele acredita não se aplicar a qualquer sistema empregado para publicação de conteúdo.

Conclusivamente, quanto ao ponto da utilização do termo mídia social, cientes das implicações e amplitude do termo utilizado, mas objetivando simplificar a terminologia ao longo de nossa pesquisa, seguiremos a afirmação

de Primo (2012, p. 635), que diz que “não há nada de errado em utilizar-se ‘mídias sociais’ como um termo ‘guarda-chuva’ para representar um conjunto de meios digitais”.

Qual a distinção entre redes sociais e mídias sociais?

Quando falamos sobre redes sociais e mídias sociais, tratamos de um mesmo tema com nomenclatura distinta ou falamos sobre coisas distintas com nomes semelhantes?

Para elucidar esse aspecto e dar mais clareza sobre tais termos de senso comum, Ciribeli e Paiva (2011, p. 59) afirmam que

Confunde-se muito as redes sociais com mídias sociais, que, apesar de estarem no mesmo universo, são coisas distintas. Mídia social é o meio que determinada rede social utiliza para se comunicar.

Ainda sem estabelecer definitivamente sobre do que trata cada um dos termos, separa-os e designam funções distintas, que mais tarde ficam mais claros.

Da mesma forma, Sá e Polivanov (2012, p. 575) fazem a distinção de redes sociais e mídias sociais ao afirmarem que

SRSs³ não devem ser confundidos com ‘redes sociais’, uma vez que os sites de redes sociais são suportes, ferramentas, sistemas, softwares que permitem a interação social entre os atores, ao passo que as redes seriam justamente essas interações, que podem ocorrer on ou off-line.

³ Sites de redes sociais – nota do pesquisador.

Dessa forma, os autores concordam entre si quando afirmam que há distinção entre os termos mídias sociais e redes sociais. Parte-se para uma definição mais clara e distintiva, em que o primeiro diz respeito ao software utilizado para comunicação, armazenamento e iteração entre as pessoas e o segundo termo trata das conexões e nós sociais propriamente ditos, quer sejam feitos pessoalmente ou por intermédio da tecnologia, independentemente de sua fonte de origem.

Aspecto Sociológico

No sentido sociológico, entre os aspectos que poderiam ser avaliados, evidenciamos o papel dos atores das mídias sociais e sua relação nas teorias da agência e reflexividade. Mais especificamente, a sociologia das associações e o que pode ser trazido à luz sobre as mídias sociais nestas definições.

Segundo Bourdieu (2003, *apud* PENNA, 2010, p. 193),

A agência está relacionada ao sistema disposicional do ator que lhe foi inculcado a partir das estruturas (condições materiais de existência). Estas estruturas conferem um sistema disposicional ao ator que é subjacente e está na raiz de suas práticas. Trata-se, então, de se olhar para as práticas como forma de identificar o princípio gerador que explica as ações de diferentes grupos sociais e suas regularidades estatísticas e nos casos de homologia.

Assim, a teoria da agência nos ajuda a identificar um processo metodológico: o de observação e identificação de similaridades para, a partir das conclusões geradas pela análise das regularidades da comunidade acadêmica, identificar o princípio gerador do comportamento.

Segundo Penna (2010, p. 196),

A visão dos atores como sujeitos a disposições das quais eles não tem consciência – ou seja, concepção na qual os

indivíduos têm pouca capacidade de agência e de reflexividade – justifica um certo tipo de sociologia na qual o sociólogo tem o papel de oferecer um discurso que os atores não são capazes de fazer. [...] Nem desprezo, nem opressão, mas a pesquisa de uma verdade para além da evidência.

Penna explica que, durante o processo de pesquisa, o pesquisador encontrará disposições desconhecidas sobre os próprios pesquisados e que devem ser transparentes. O autor objetiva ir para além do que é óbvio, pois visa construir novas perspectivas, visões, correlações a partir do que é informado.

Ainda, conforme Latour (2005, *apud* PENNA, 2010, p. 202), “as Ciências Sociais deveriam ser as ciências que traçam conexões entre as coisas, os laços sociais são aquilo que deveria ser explicado e não a explicação em si”. Dessa forma, quer dizer que a ação de conectar as entidades com outras ajuda no processo de explicação, pois, quanto maior o número de associações, mais completa é a explicação. Pois, ora as mídias sociais são, em sua essência, uma rede de conexões. Há particularidades e excentricidades, e seu principal diferencial é a capacidade de participar, conjuntamente com os seus membros, como ator e agente no processo existencial de uma rede social. Outro aspecto marcante é o pertencimento ao ciberespaço que, por sua vez, é o ninho da cibercultura, além de prover substância e substrato em sua volatilidade. Mas, no ciberespaço, assim como no mundo real, devem existir impactos subjacentes nestes atores que podem não ser percebidos por eles, portanto, cabe ao sociólogo identificar e evidenciar tais reflexos.

CAPÍTULO II - METODOLOGIA, MATERIAIS E PROCESSOS DA PESQUISA

Apresentação

Esta pesquisa objetiva observar e identificar como as práticas e representações dos acadêmicos da Unioeste são modificadas e influenciadas pelas mídias sociais. Para isso, algumas decisões foram tomadas. Foram estabelecidas o que são e quais são as mídias sociais que podem ser observadas e encontradas entre aqueles acadêmicos. E, finalmente, estabelecemos uma forma de aferir a influência das mídias sociais sobre algum aspecto da vida das pessoas que estamos estudando.

Neste sentido, na hipótese utilizada durante o piloto que objetivava identificar conteúdo político discutido nas mídias sociais a partir das análises dos logs⁴ de acessos à Internet dos acadêmicos, procuramos estabelecer uma metodologia que iria construir uma visão do cenário a partir da identificação dos usuários das mídias sociais. Tais acadêmicos foram separados e, a partir disso, isolando qual era o recorte.

No entanto, algumas peculiaridades foram identificadas sobre as mídias sociais que inviabilizaram esta abordagem. Mais especificamente, a forma como as mídias, multimídias e, finalmente, mídias sociais são classificadas em nosso estudo. Além disso, o componente político inicialmente proposto deixou de ser alcançável devido às limitações tecnológicas de análise, do tipo e variedade de dados disponíveis nos logs acima referidos.

Como visto, anteriormente, as mídias sociais são capazes de gerenciar um ajuste fino entre o tipo de comunicação, mais privada ou mais pública, e distribuição da comunicação, se é para pequenos ou grandes grupos. Essa variação é ditada pelas características do que se quer comunicar, e que muda

⁴ Registro de acessos, constituído de diversas informações, constituídas geralmente por usuário, data e hora de acesso, local acessado, origem e destino, entre outras, utilizados para rastrear e identificar problemas de rede ou ainda para manter conformidade legal exigida quando há o fornecimento Institucional de acesso à Internet.

dependendo de diversos aspectos, conforme o conteúdo, o público e ainda o sistema pelo qual está sendo publicado.

Várias características definiram as escolhas das mídias sociais que seriam destacadas e utilizadas durante a pesquisa e que, do nosso ponto de vista, são mais relevantes. Dentre estes atributos, podemos destacar esta peculiaridade da variação e flutuação em relação ao que é público ou privado. Parte-se da observação de quem publica, da forma de se expressar e da variação no conteúdo, em relação ao público receptor da comunicação.

As premissas da literatura que descrevem as características fundamentais também foram motivos que levaram estas mídias sociais a identificar sobre o que é e como é uma mídia social. Dessa forma, as plataformas de mídias sociais conhecidas por Facebook, YouTube, LinkedIn e Google+ foram estabelecidas como as principais representantes para esta pesquisa. Além dos fatores citados, essa escolha também leva em consideração os sistemas que melhor aderem à metodologia e aos propósitos deste estudo.

Discutiremos mais tarde e com profundidade a metodologia usada para identificar os usos das mídias sociais. No entanto, para isso, é necessário reduzir a um exemplo de sistema de mídia social que pudesse amparar a pesquisa no fator específico da relação com a metodologia utilizada. Assim sendo, a plataforma escolhida foi o *Facebook*, devido aos fatores acima citados, a íntima integração existente entre o *Facebook* e o *YouTube*, onde os vídeos deste são inseridos como parte do conteúdo do primeiro. Além disso, o *Facebook* permite constatar as participações de forma mais prolífera no sentido que consideramos mais relevantes: as postagens de publicações.

Finalmente, estabelecidos *quem* e *o que* estamos pesquisando, fez-se necessário estabelecer um terceiro critério, o *como* ou a forma de medida que fará a gradação e a aferição das mudanças que, de algum modo, podem ser observadas dentro dos grupos estabelecidos. Dessa forma, faz todo o sentido escolher algum sistema que seja inerente ao mundo acadêmico. Por isso, escolhemos o desempenho acadêmico como parâmetro de nossa pesquisa e baliza de medida entre os grupos e objetos do estudo.

Procurando agora deixar mais claro o método pelo qual a pesquisa foi planejada para trilhar, de um ponto de vista amplo, pretende-se identificar alguma característica que faça claramente a distinção entre os grupos. Uma vez definido isto, é preciso observar como as mídias sociais, com sua fluutuabilidade, variação e inconstância na aferição da influência, afetam e mudam as vidas dos indivíduos no período em que se encontram participando enquanto acadêmicos na instituição. Para isso, foram levantados os dados, de diversas maneiras, as abordagens e as propostas com finalidades próprias, sem perder de vista o que foi observado.

Falando agora de maneira mais específica sobre o recorte, os objetivos destes levantamentos de dados são identificar, catalogar e classificar as semelhanças e diferenças; como essas vidas são influenciadas e alteradas pelas mídias sociais, entre os dois principais grupos do recorte: as turmas e cursos em cada campus da Unioeste ao longo dos anos de ingresso de 2014 a 2016, observados o maior e o menor renda.

Os meios para se alcançar este objetivo foram a partir de duas abordagens distintas: questionário disponibilizado aos acadêmicos e incursão nas postagens na mídia social escolhida para aprofundamento. Faz parte do objetivo desta pesquisa saber quais são as mídias sociais mais acessadas com estes levantamentos de dados, de que forma e quais os seus usos, quanto tempo é dispendido, quais os objetivos dessas interações sociais e como as vidas destes acadêmicos são afetadas na forma que escolhemos para aferir essa influência.

Dados Levantados

A metodologia escolhida nesta pesquisa utilizou ferramentas como instrumentos, réguas que medem tais diferenças sociais, uma vez que, em princípio, queremos saber o que significam as mídias sociais nas relações acadêmicas e, para tanto, alguma medida precisa ser utilizada.

Considerando Bourdieu (1996, p. 13-28), há uma distinção entre três tipos de capital: econômico, cultural e político. Esta análise enquadra-se nos parâmetros que nortearam esta pesquisa. Desta forma, o primeiro fator escolhido foi o econômico ou, segundo Bourdieu, capital econômico. Este aspecto da vida social do indivíduo permite identificar sua posição relativa no mundo para além dos muros institucionais. Apesar de sabermos que tal aspecto também tem influência dentro da universidade. Vale ressaltar que sua característica mais importante como fator de escolha foi sua carga e significado anterior ao próprio ingresso na academia, que permitem identificar e isolar a compreensão e os valores dos pesquisados e que, além disso, não foram adquiridos em seu caminhar na academia.

Ainda em busca por características mensuráveis e relevantes que possam equalizar tais aspectos distintos de suas iterações, escolhemos a própria vivência institucional, mais especificamente, seu desempenho acadêmico. Não queremos dizer que estes números são única finalidade no processo estudantil e muito menos que a passagem pelos corredores, salas, professores, pesquisas e laboratórios se resumam a notas de 0 a 10. No entanto, insistimos que precisamos de alguma medida e, neste sentido, nos parecendo o melhor caminho para tal esta forma já exaustivamente utilizada e consolidada como meio de identificar disparidades entre os acadêmicos, representação simples que permite valorar, na medida em que traduz uma transformação de esforço acadêmico, em resultado aferível, cujo desempenho acadêmico é a concentração transcrita em variável.

Segundo a visão de Bourdieu, o capital cultural é também herança e, neste sentido, capaz de ser repassada à próxima geração. Através das experiências vividas pelos pais, os conhecimentos poderiam ser transmitidos aos filhos, sendo estes saberes realimentados e propagados ao longo da continuidade da descendência. Em nosso caso, concentrando-se especificamente em seu caráter educacional, dados foram levantados quanto à influência da educação dos pais (questões do formulário de vestibular sócio educacional 01 e 02: nível educacional do pai e da mãe, respectivamente) e sua possível relevância e influência no desempenho acadêmico. No entanto, nos estudos realizados, não foram encontradas correlações significativas entre

a educação dos pais e seus reflexos sobre o desempenho dos filhos e, deste modo, não seguimos adiante com estes dados.

Para tentar avançar neste sentido, foram elaborados os gráficos apresentados no anexo 07, que correlaciona o desempenho acadêmico como eixo vertical e o curso como agrupador no eixo horizontal, sendo a educação do pai ou da mãe a variação no curso, apresentados por renda e o ano de ingresso, totalizando 12 gráficos distintos.

No entanto, no estudo dos gráficos foi observado que não há variação detectável entre o desempenho acadêmico e a educação dos pais. Além disso, não foram encontradas correlações significativas entre a educação do pai ou da mãe e seus reflexos sobre o desempenho do filho e, deste modo, não seguimos adiante com o aprofundamento nestes dados.

Como último parâmetro, trouxemos então as características estudadas para mais perto de nossa hipótese. Nesse sentido, foi necessário entrar neste universo próprio, por se tratar de observar as experiências relativas a mídias sociais. Já estabelecemos exaustivamente do que trata tal objeto, aqui só relembro que mídias sociais são as ferramentas que possibilitam a interação social a partir da comunicação, compartilhamento e criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos.

Resumidamente, para podermos saber qual a influência, interação ou relação das mídias sociais na vida social dos indivíduos, escolhemos analisar a condição econômica para agrupar os acadêmicos e, como escala, foi utilizado o desempenho acadêmico.

A turma é um dos parâmetros metodológicos do processo escolhido para a variável de controle ou interveniente, mais especificamente, as informações do ano de ingresso e curso, dessa forma, delimita-se o recorte. A variável dependente é o desempenho acadêmico, obtido através da média das notas no ano letivo de 2017. Objetivando dar clareza de ideias e melhorar o entendimento, dito de outra maneira, esta medida de desempenho acadêmico foi elaborada através da coleta (em sistema da instituição) que juntou todas as notas referentes ao ano letivo de 2017 e entregou, junto com os demais dados referentes ao aluno, esta medida, que é composta de média do total de notas.

As variáveis independentes são a condição econômica, medida a partir da renda apontada no questionário sócio educacional e, finalmente, o índice de utilização das mídias sociais, avaliado por duas abordagens distintas: respostas ao questionário aplicado (Anexos 03 e 04) e, como processo independente e a parte, visualização e contabilização de postagens, especificamente na mídia social conhecida como *Facebook*. Tal escolha se deve a fatores comentados anteriormente e que serão demonstrados posteriormente.

Fator Renda

Uma ocorrência precisa ser destacada para dar clareza no seguimento da análise da pesquisa em relação ao levantamento de dados. O recorte trata especificamente de ingressantes pelo Vestibular. Isso ocorreu considerando o fato constatado da impossibilidade, durante o processo de pesquisa, de conseguir informações das fontes governamentais, responsáveis pelo Sisu, pelo qual a outra parcela (50% das vagas – Resolução 133/2013 - CEPE) de acadêmicos que ingressam na Unioeste.

Isso posto, damos seguimento, discutindo e explicando a forma de estruturação da pesquisa. Para entendermos como foi esta abordagem dos dados, em relação à variável independente de condição econômica, durante o processo de ingresso pelo Vestibular da Instituição, a cada ano é aplicado Questionário Socioeducacional (UNIOESTE, 2017) para o ingressante, composto de 21 questões. Dessa forma, a terceira questão foi analisada para a obtenção das informações quanto a esta situação econômica, conforme exemplo da estrutura abaixo:

Lista 1 - Questão 03 do questionário Socioeducacional

“A renda total mensal de sua família se situa na faixa: ⁵

Alternativa

A) menos de 01 salário mínimo

B) de 01 a 02 salários mínimos

C) de 03 a 04 salários mínimos

D) de 05 a 10 salários mínimos

E) de 11 a 15 salários mínimos

F) de 16 a 20 salários mínimos

G) mais de 20 salários mínimos”

Fonte: (QUESTIONÁRIO SÓCIOEDUCACIONAL, 2017)

⁵ É importante salientar que, dentro destas questões, como foram utilizados três períodos de ingresso, os anos de 2014, 2015 e 2016, os valores absolutos em reais dentro das alternativas variam conforme os salários mínimos vigentes no período de elaboração e aplicação das questões.

Logo, neste momento do processo, foram coletados os dados dos respondentes de forma bruta, compostos por Campus, curso e a alternativa da condição econômica. Os dados são organizados em três tabelas por ano de ingresso, 2014, 2015 e 2016.

Estrutura da Condição Econômica

As turmas de maior e menor renda em cada campus e em cada ano de ingresso foram definidas com o objetivo de uma base de comparação, a partir de uma média ponderada dos valores correspondentes do fator renda de cada aluno da turma e pela comparação das turmas entre si, com destaque para cada uma das turmas nestes critérios.

A seguir, as tabelas serão apresentadas com o resultado das turmas em que se destacam o maior e o menor, no quesito escolhido, a renda em relação aos demais cursos do campus e curso, segundo os gráficos relativos ao fator renda de 2014, 2015 e 2016, que se encontram nos anexos, cuja informação permite constatar visualmente os máximos e mínimos dos referidos anos para, finalmente, construir uma tabela com os cursos de menor e maior renda, conforme estabelecido anteriormente.

Tabela 1 - Cursos com menor renda – Código e Descrição – Anos de ingresso 2014, 2015 e 2016

Campi	2014	2015	2016
Cascavel	113 - Letras Português / Inglês	112 - Letras Português / Espanhol	112 - Letras Português / Espanhol
Foz do Iguaçu	208 - Hotelaria	209 – Letras Português / Espanhol	209 – Letras Português / Espanhol
Francisco Beltrão	304 – Geografia Bacharelado	304 – Geografia Bacharelado	304 – Geografia Bacharelado
Marechal Cândido Rondon	411 – Letras Português / Espanhol	407 – Geografia Licenciatura	410 – Letras Português / Alemão

Toledo	501 – Ciências Econômicas	503 – Engenharia de Pesca	507 – Química Bacharelado
--------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

Fonte: (Dados do autor, 2018)

Tabela 2 - Cursos com maior renda – Código e Descrição – Anos de ingresso 2014, 2015 e 2016

Campi	2014	2015	2016
Cascavel	116 - Medicina	116 – Medicina	116 – Medicina
Foz do Iguaçu	204 - Direito	204 – Direito	204 - Direito
Francisco Beltrão	306 - Medicina	306 – Medicina	306 – Medicina
Marechal Rondon	404 - Direito	404 – Direito	403 – Ciências Contábeis
Toledo	504 – Engenharia Química	504 – Engenharia Química	501 – Ciências Econômicas

Fonte: (Dados do autor, 2018)

Em um primeiro momento, somente sob o aspecto da condição econômica, os destaques são as turmas dos cursos de Letras no fator renda mais baixo, e de Medicina e Direito no quesito econômico mais elevado; observados os anos de ingresso e campi que possuem tais cursos. Mas, de acordo com os dados coletados, o curso de Geografia (Bacharelado) no Campus de Francisco Beltrão apresentou a renda mais baixa em todos os anos pesquisados.

Reduzindo a amplitude das situações, especificamente no Campus de Francisco Beltrão, o fator renda mais baixo em todos os anos ficou no curso de Geografia (Bacharelado).

Outra observação que merece destaque é a migração entre os extremos do perfil, no Campus de Toledo, do Curso de Ciências Econômicas, que ficou com menor renda em 2014 e, de maneira contrária, com a maior renda em

2016. Desta forma, há um indício de grande variação deste fator neste Campus.

Desempenho Acadêmico

Durante o processo de coleta do fator renda, foram obtidas as informações do acadêmico, mais especificamente seu RA (registro acadêmico) e isso permitiu a indexação das demais informações que precisariam ser obtidas para completar os três fatores considerados.

Os dados referentes ao desempenho acadêmico foram levantados com base neste identificador. O cálculo estabelecido para compor tal informação foi a média das notas de todo o período letivo de 2017. Foi vinculado individualmente, com indexação através do RA, este valor obtido nas tabelas previamente elaboradas de renda, divididas nos anos de ingresso, conforme etapa anterior.

Uma vez que o desempenho acadêmico é uma métrica para avaliar as correlações entre renda e mídias sociais, não foram necessárias operações exaustivas neste quesito.

A necessidade de clareza quanto à abrangência e ao significado deste valor obtido é outra consideração importante que se deve ter em mente durante o processo de comparação entre as turmas. Especificamente, estamos falando da *impossibilidade* nos termos desta pesquisa de comparações interturmas; na métrica do desempenho acadêmico; uma vez que cada ano letivo, curso e turma possuem grades curriculares, disciplinas e ementas distintas e que só fazem sentido comparativo caso se avaliasse entre os acadêmicos de uma mesma turma.

Mídias Sociais

A correlação entre os fatores renda, o desempenho acadêmico e, finalmente, as mídias sociais demandou que fossem registrados os dados relativos a esta terceira variável, de tal forma que responda: *qual, quando e quanto* é utilizado destas mídias sociais. Assim, foram utilizadas duas abordagens distintas, ainda que em momentos concorrentes: um formulário online e uma incursão nas mídias sociais, com foco no recorte estabelecido do fator renda.

No primeiro caso, um formulário foi estruturado, dividido em blocos, que primeiro identificava o acadêmico (RA, ano de ingresso, Campus e curso) e, em seguida, apresentava uma série de questões relativas às mídias sociais. O segundo bloco foi composto por questões que afunilam de forma a identificar a relação dos acadêmicos nas mídias sociais em função dos conteúdos acadêmicos. E o terceiro bloco foi composto por questões de nivelamento econômico, redundantes e confirmativas no sentido de identificar mudanças no decorrer do período em que ingressaram na universidade e o momento de resposta do próprio questionário.

O segundo levantamento de dados tratou de uma incursão nas mídias sociais, mais especificamente no *Facebook*, de onde foram extraídas as informações quanto à participação acadêmica observável que fosse proveniente do próprio acadêmico. Para tanto, foram contabilizadas as últimas vinte postagens, procurando entre estas conteúdo acadêmico ou possível conteúdo acadêmico, sendo contabilizadas distintamente, conforme a correspondência em cada caso.

Formulário “Mídias Sociais e os Acadêmicos da Unioeste”

A obtenção de informações a respeito da utilização das mídias sociais dos acadêmicos da Instituição, segundo nosso recorte, foi enviada por e-mail a

partir de um convite para preencher a um questionário⁶ que pretendia responder às perguntas que dão uma compreensão do ponto de vista dos próprios acadêmicos em relação às mídias sociais. Quanto à confiabilidade e à determinação de mínimos necessários para que tais perguntas tivessem suficientemente respondentes para representar o ponto de vista do recorte, foi considerado o tamanho da população de 2471 acadêmicos, um nível de confiança de 95% e margem de erro máxima de 6%. Dessa forma, ficou estabelecido a partir do cálculo de proporção da população que o tamanho mínimo da amostra deveria ser de 241 respondentes. O número total de respostas coletadas ficou em torno de 250 e isto foi o suficiente para atender aos valores estabelecidos quanto à confiabilidade estatística.

Construção e estrutura do Formulário

O primeiro bloco das questões diz respeito à identificação do aluno, ao ano de ingresso, campus e curso. No segundo bloco, o foco foi estabelecer quais eram as mídias sociais mais acessadas, a frequência com que isso acontecia, os focos de utilização, a relação das mídias sociais com o ensino, se o conteúdo diz respeito ao que é ensinado em sala de aula, se este conteúdo conflita com o que é ensinado e, finalmente, se este conteúdo altera a percepção de aprendizado.

A questão renda foi reiterada já no terceiro bloco, com o objetivo de identificar se ainda é condizente com o respondido durante o processo de ingresso, no questionário econômico do Vestibular, questão 3.

⁶ As questões completas encontram-se no anexo 03.

Análise do Formulário

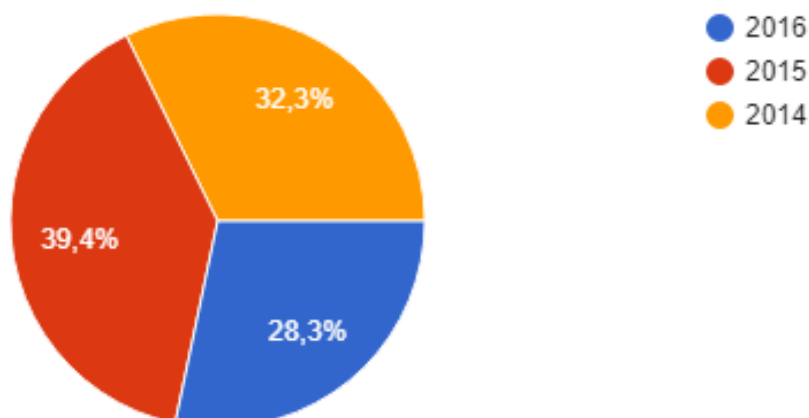
Índices de adesão e distribuição dos respondentes

Nesta primeira abordagem das respostas obtidas dos acadêmicos, serão demonstrados e discutidos os quantitativos e as distribuições destes respondentes do nosso recorte, para melhor entender, em um cenário panorâmico amplo, de que forma estão espalhados ou agrupados.

Gráfico 1 - Percentual de respondentes por ano de Ingresso

Ano de Ingresso

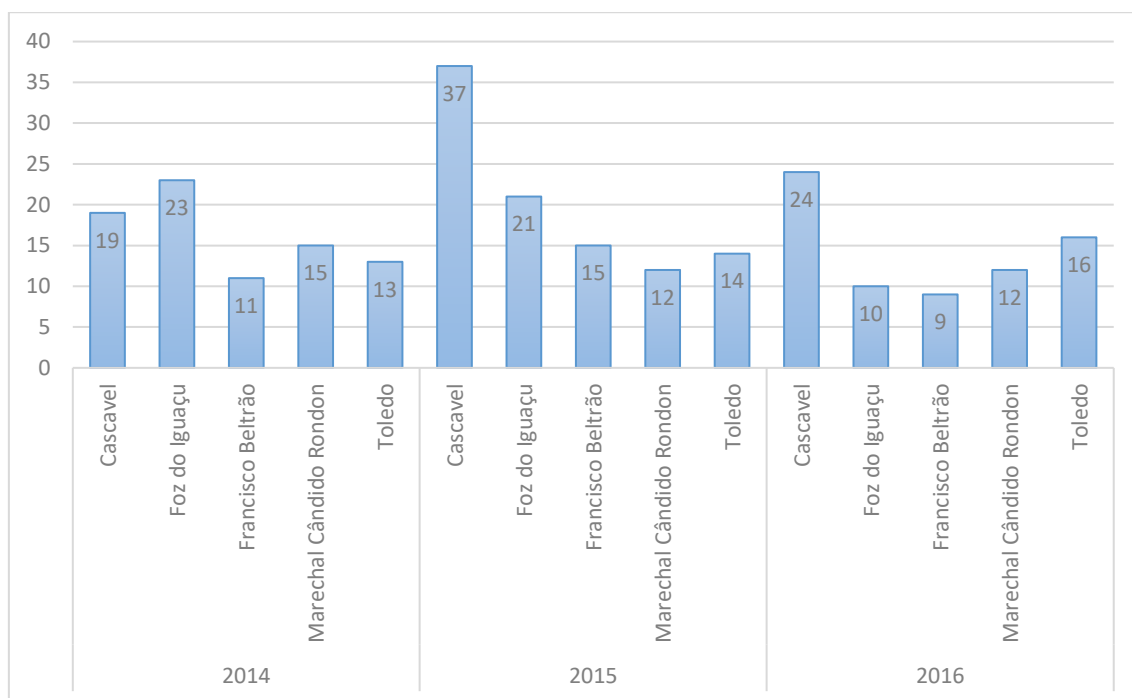
251 respostas



Fonte: (Dados do autor, 2018)

No Gráfico 04, pode ser observado que a distribuição está próxima da homogeneidade, posto que em torno de um terço dos pesquisados de cada ano de ingresso respondeu ao formulário. Apesar disso, é preciso comparar os dados coletados com a distribuição nos anos de ingresso através de vestibular: em 2014 foi de 744, em 2015 foi de 782 e em 2016 foi de 945. Dessa forma, os ingressantes de 2016 correspondem a quase 38% dos acadêmicos do recorte, mas somente 28% responderam ao formulário.

Gráfico 2 - Número de respondentes por ano de ingresso e Campus



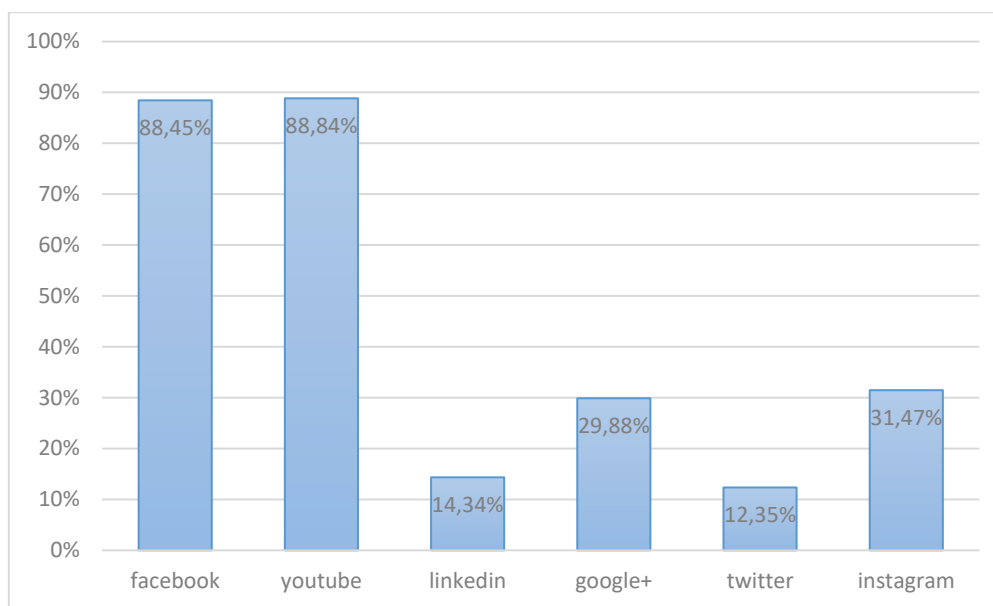
Fonte: (Dados do autor, 2018)

No Gráfico 05 podemos identificar uma maior taxa de resposta em números absolutos nos campi de Cascavel e Foz do Iguaçu, independente do ano de ingresso. No entanto, os ingressantes de 2015 forneceram um quantitativo maior de respostas. Se compararmos com os números totais dos respondentes com o recorte em cada campus, em Cascavel 80 de 819 (9,7%), em Foz do Iguaçu 54 de 490 (11%), em Francisco Beltrão 35 de 398 (8,7%), em Marechal Cândido Rondon 39 de 456 (8,5%) e em Toledo 43 de 307 (14%), percebemos certa homogeneidade na taxa de respostas, com exceção do campus de Toledo que se destaca com uma maior taxa de resposta.

Mídias Sociais, frequência de Utilização e Foco

Quando voltamos nossa atenção para os aspectos dos usos, veremos então a distribuição sobre quais ferramentas online consideramos na categoria de mídias sociais, a frequência com que são visitadas tais ferramentas e quais os tipos de interações são mais usados nelas.

Gráfico 3 - Percentual uso de mídias sociais



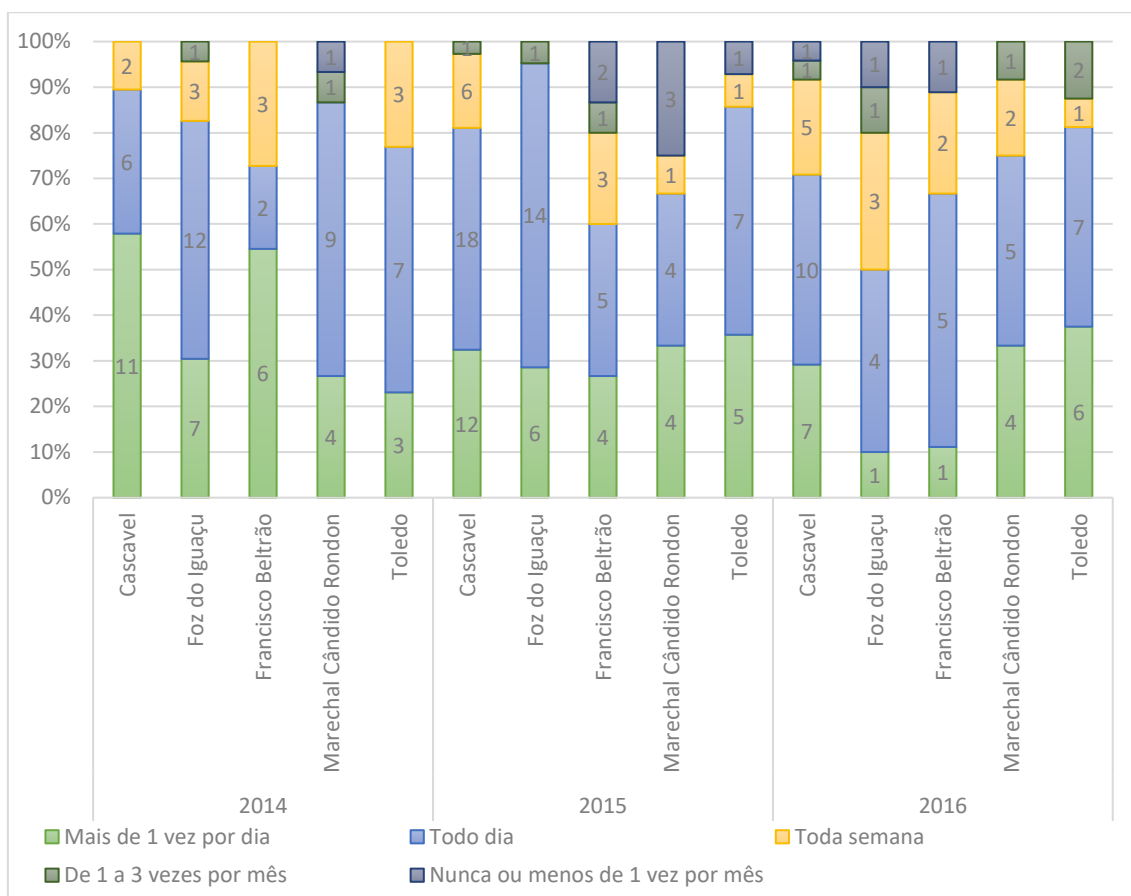
Fonte: (Dados do autor, 2018)

O formato e a abordagem da questão, do tipo caixa de seleção, permitiram a resposta em mais de uma mídia social. Isso significa que os respondentes poderiam escolher mais de uma das mídias sociais apresentadas. Inclusive, foi possível sugerir outra que não estivesse na lista⁷. Das opções apresentadas, aproximadamente os mesmos valores percentuais são demonstrados em relação ao *Facebook* e *Youtube*, correspondendo a 88,45% e 88,84%, respectivamente. Dessa forma, fica claro que estas são, com grande distância do terceiro melhor colocado, as duas mídias sociais mais utilizadas pelos acadêmicos.

Vale comentar que o *google+* não apareceu entre as principais mídias sociais, conforme levantamento anterior no capítulo I. E, apesar disso, conseguiu índice de 29,88%, sendo, portanto, conhecido e usado por quase um terço dos acadêmicos respondentes.

⁷ As respostas *twitter* e *Instagram*, correspondentes respectivamente a 12,35% e 31,47%, merecem destaque, uma vez que não constavam na listagem e foram selecionadas através da inserção manual voluntariamente na categoria “outros”.

Gráfico 4 - Frequência de uso das mídias sociais



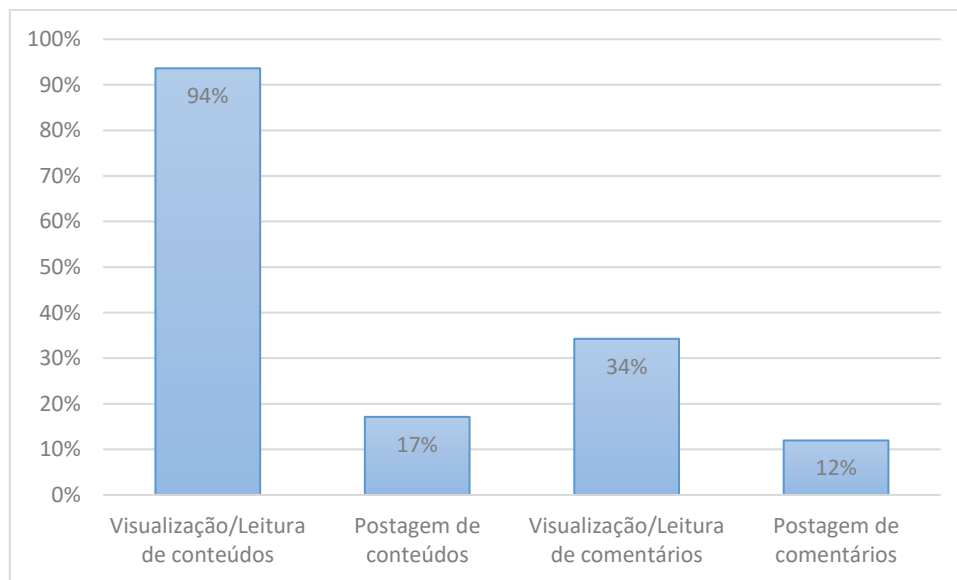
Fonte: (Dados do autor, 2018)

Conforme podemos ver no Gráfico 07, com relação à frequência de uso das mídias sociais, os maiores valores encontram-se nas categorias “todo dia” e “mais de 1 vez por dia”, totalizando 45,8% e 32,3%, respectivamente. Como se trata de uma opção de resposta de múltipla escolha, o respondente estabelece uma única opção de frequência máxima de maneira geral. Por isso, parece óbvia a variação ao longo do ano letivo. No entanto, faz-se necessária esta observação aqui, uma vez que a impressão é autoavaliativa e, por conta disso, inerentemente variável.

Complementarmente, é possível observar que o acesso às mídias sociais ocorre, pelo menos, diariamente. Percebe-se isso a partir da interpretação de que se os respondentes que escolheram as opções de “todo dia” e “mais de uma vez por dia” estão, na verdade, complementarmente respondendo implicitamente “todo dia”, uma vez que “mais de uma vez por dia” está contido na categoria anterior.

Isto estabelecido, fica demonstrado que, em todos os anos de ingresso e em todos campi⁸, mais de 50% dos respondentes acessam diariamente as mídias sociais.

Gráfico 5 - Focos de utilização das mídias sociais - Geral



Fonte: (Dados do autor, 2018)

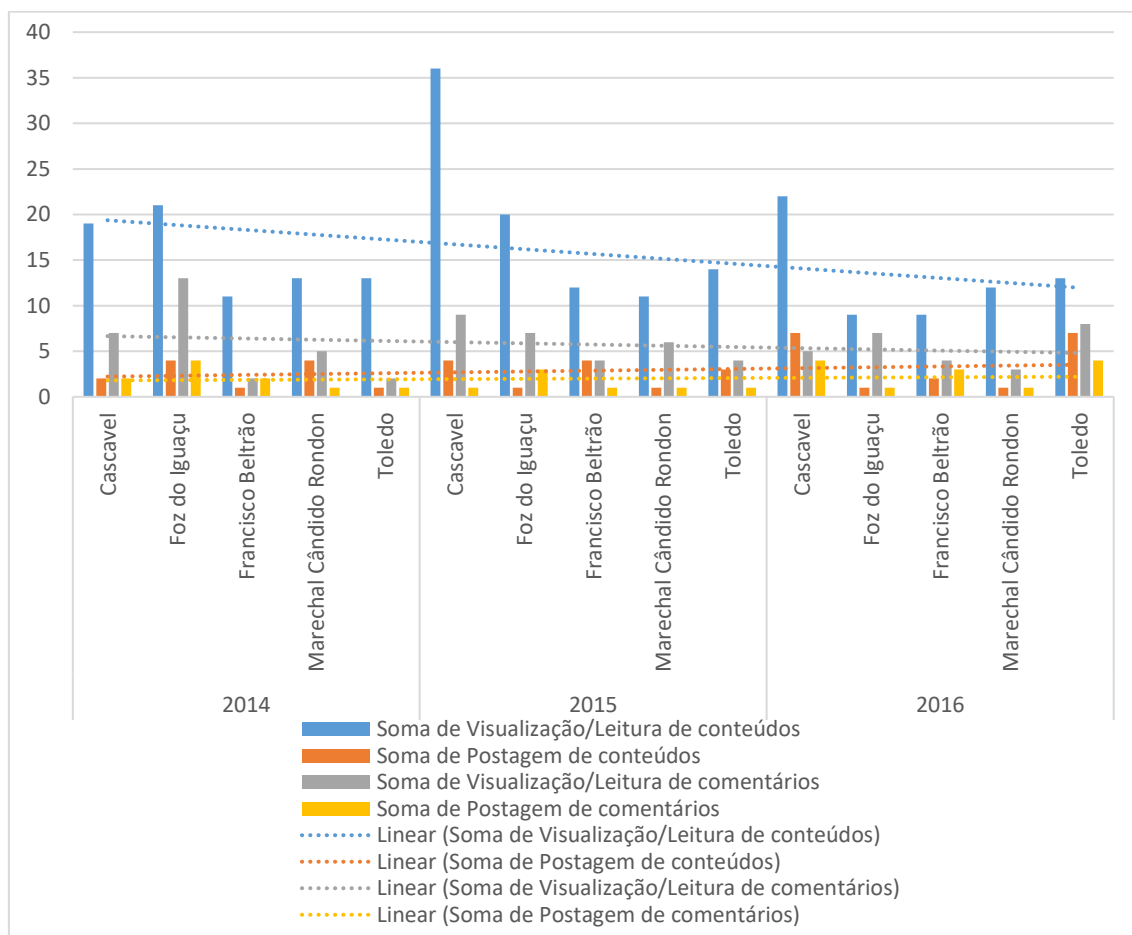
Conforme o Gráfico 08, é possível identificar um percentual de 94% da participação nas mídias sociais por visualização ou leitura de conteúdo e com valor bem menor, 34%, de visualização ou leitura de comentários. Desta forma, há indícios que estas participações são, em primeiro lugar, passivas, uma vez que, de modo agrupado, a *visualização* de conteúdos e os comentários são muito maiores que a participação a partir da *publicação* de conteúdos e comentários.

⁸ Com relação a esta informação de Frequência de uso das mídias sociais, a única exceção à interpretação de que em todos os campi e em todos os anos de ingresso há uma relação de mais de 50% de acesso diário ocorre com os ingressantes de 2016 no campus de Foz do Iguaçu. No entanto, vale observar que, neste caso específico, a medida fica exatamente sobre os 50%, não necessariamente é exceção.

Em segundo lugar, os percentuais relacionados aos comentários deixam claro que muita pouca atenção é dada à opinião de outras pessoas, que também visualizaram uma postagem.

A segunda observação remete a implicações mais profundas. De fato, nos parece mais participativo criar postagens, sejam elas de conteúdo ou mesmo nos comentários. É inerente ao esforço e trabalho demandados para isso. Além disso, também é razoável supor que quem posta alguma coisa, retorna mais tarde para verificar qual foi a recepção dada àquela postagem, seja para observar o número de visualizações, seja na quantidade e qualidade dos comentários. Logo, espera-se um retorno, qualquer que seja ele.

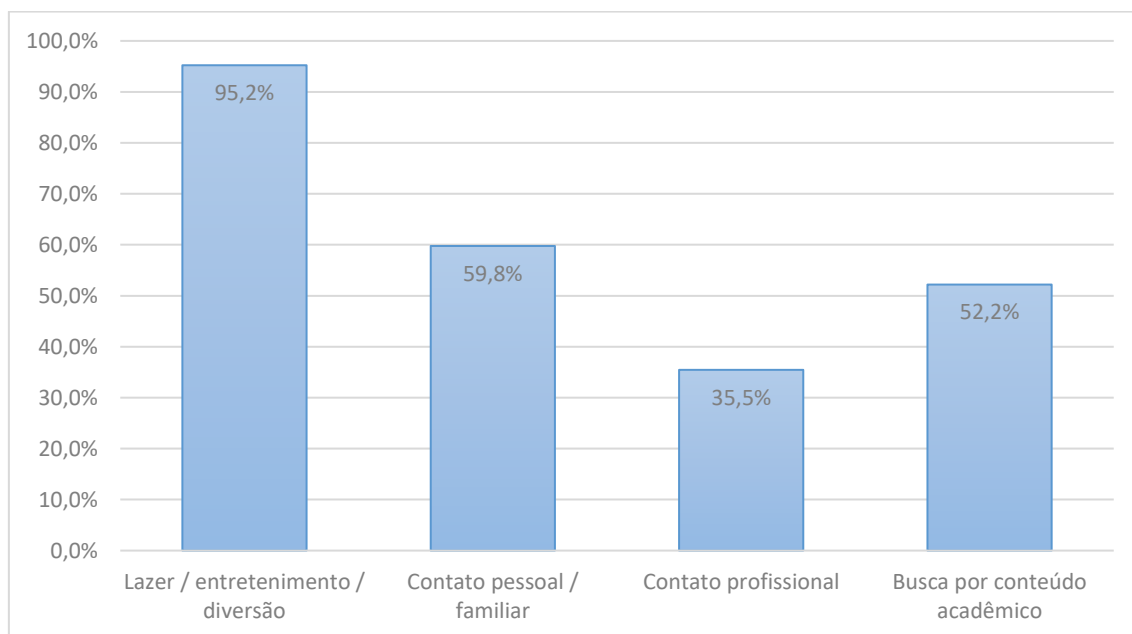
Gráfico 6 - Focos de utilização das mídias sociais – por ano de ingresso e campus



Fonte: (Dados do autor, 2018)

De acordo com o Gráfico 09, os dados obtidos pelo mecanismo de regressão linear (linhas pontilhadas) demonstram que existe uma tendência de queda ao longo dos anos de ingresso, especificamente nas visualizações de conteúdo. Todavia, os três outros fatores (postagem de conteúdo, visualização/leitura de comentários e postagem de comentários) permanecem estáveis, tanto ao longo dos anos de ingresso quanto os campi.

Gráfico 7 - Usos das mídias sociais

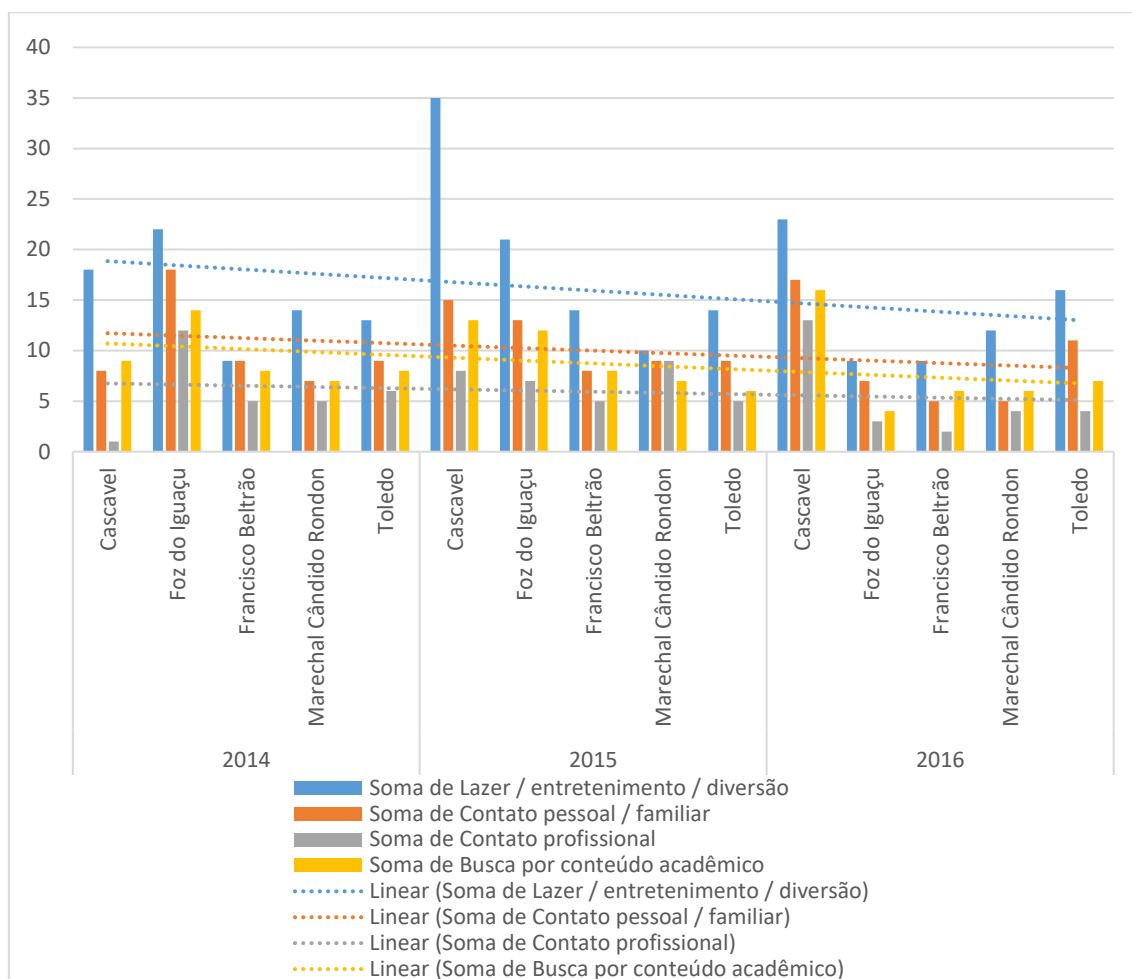


Fonte: (Dados do autor, 2018)

De acordo com a interpretação do Gráfico 10, é possível perceber o foco do uso das mídias sociais. Em primeiro lugar, observamos que quase a totalidade dos acadêmicos (95,2%) percebem as mídias sociais como fonte de lazer e entretenimento. De maneira mais branda, é estabelecida com as mídias sociais uma relação de ferramenta de comunicação, em que seriam meio de acesso e contato, seja entre os diretamente relacionados e familiares (59,8%) ou para estabelecer vias de acesso profissionais (35,5%).

De acordo com a aproximação das relações dos respondentes com o conteúdo acadêmico nas mídias sociais, quase a metade deles declarou utilizar as mídias para aquele propósito (52,2%).

Gráfico 8 - Usos das mídias sociais – por ano de ingresso e campus



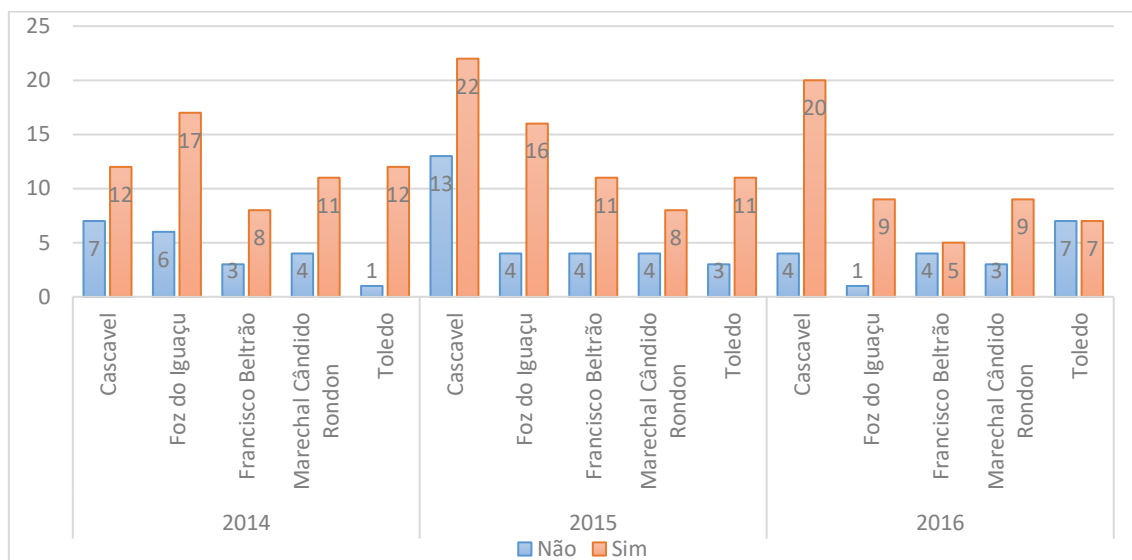
Fonte: (Dados do autor, 2018)

Conforme o Gráfico 11, aparentemente, as proporções e quantitativos não ficam distintos do cenário geral demonstrado pelo Gráfico 10. No entanto, a partir da tendência demonstrada pela regressão linear (linha pontilhada), as quatro opções de usos sugeridas apresentam ligeira queda de uso ao longo dos anos de ingresso. Vale também ressaltar que o perfil de uso para lazer / entretenimento / diversão apresenta queda mais acentuada, por conseguinte, destaca-se dos demais.

Em relação à questão “já encontrou nas mídias sociais conteúdo relacionado às matérias das disciplinas do seu curso?”, optou-se por não discutir com base na apresentação de gráficos, seja na totalidade ou separados por ano de ingresso e por campus. Isso se deve ao percentual de respondentes que disseram “sim” à pergunta (98%), e não há variação se separarmos por ano de ingresso ou campus. No entanto, vale contrastar tal resposta com a

questão anterior, em que apenas 52% dos respondentes alegam utilizar as mídias sociais para fins acadêmicos. Chama a atenção que, apesar da totalidade dizer que existe conteúdo acadêmico nas mídias sociais, somente a metade declara que efetivamente a utilize como ferramenta objetivando crescimento acadêmico.

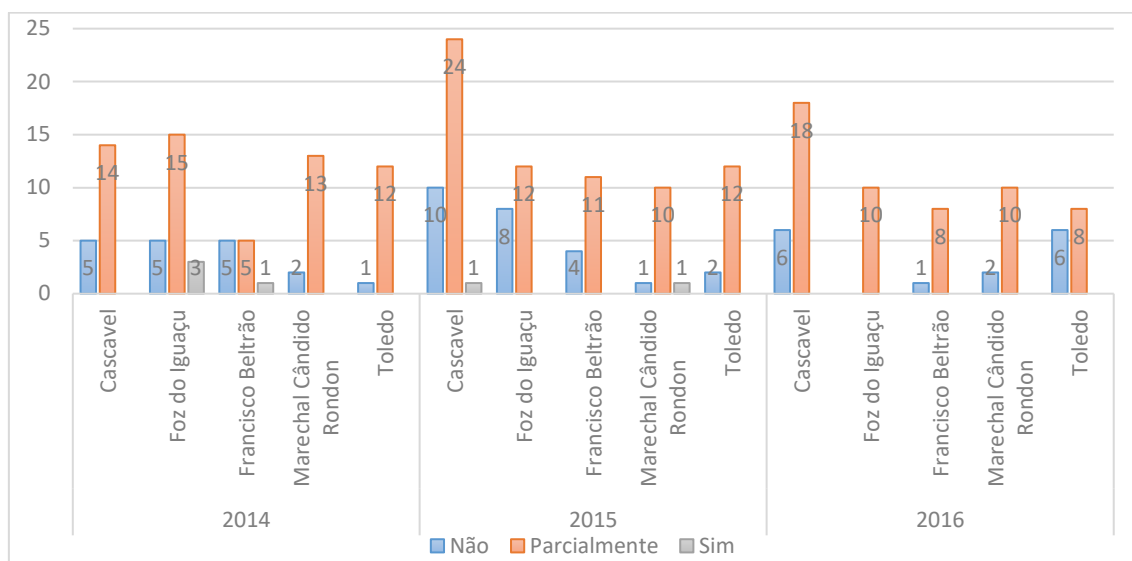
Gráfico 9 - Relevância do conteúdo acadêmico nas mídias sociais – “Já utilizou conteúdo encontrado nas mídias sociais em sala de aula?”



Fonte: (Dados do autor, 2018)

O Gráfico 12 apresenta a uma tendência de respostas positivas em 73,3% dos casos em relação à totalidade, considerando o ano de ingresso e o campus. Destaca-se o campus de Toledo que, no ano de ingresso de 2014, apresentou a maior variação entre as respostas positivas e negativas e, no ano de ingresso de 2016, igualou as respostas, sendo o único quesito que o fez em todo o recorte observado.

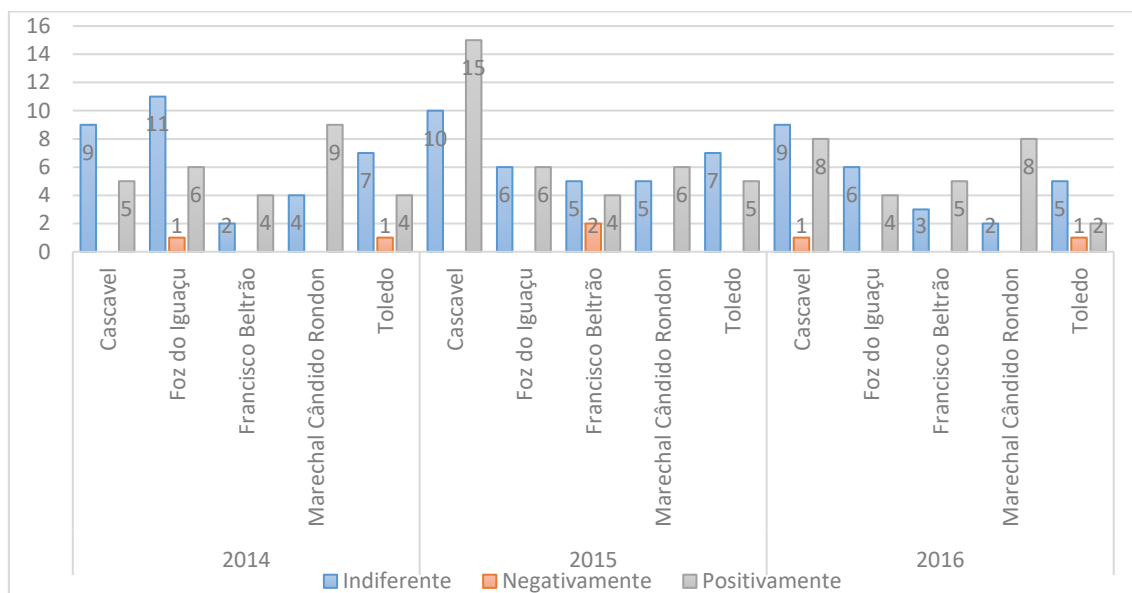
Gráfico 10 - Relevância do conteúdo acadêmico na sala de aula – “Os conteúdos encontrados nas mídias sociais são diferentes, conflitantes ou divergentes do que é ensinado em sala de aula?”



Fonte: (Dados do autor, 2018)

O objetivo desta questão era fomentar uma análise crítica quanto ao conteúdo acadêmico. Neste sentido, foram utilizados para a elaboração da questão termos que denotavam sensação negativa em relação ao perguntado (diferentes, conflitantes, divergentes). Apesar do esforço para direcionar o olhar dos respondentes quanto ao conteúdo observado nas mídias sociais e sua relação com o conteúdo acadêmico, as respostas demonstradas no Gráfico 13 foram, em sua grande maioria (74% referentes à opção “parcialmente”), inconclusivas, uma vez que as respostas absolutas, “sim” (2,4%) e “não”, (23,6%), representaram somente um quarto das respostas. No entanto, ainda que os dados não falem pela maioria, dá indícios de que pelo menos esta parcela de aproximadamente um quarto de respondentes acredita que os conteúdos apresentados nas mídias sociais efetivamente corroboram, reiteram e confirmam o que é ensinado em sala de aula.

Gráfico 11 - Relevância do conteúdo acadêmico na sala de aula – “O conteúdo acadêmico visto nas mídias sócias alterou a percepção de aprendizado?”



Fonte: (Dados do autor, 2018)

De acordo com o Gráfico 14, as impressões negativas da correlação de mídias sociais e aprendizado são praticamente nulas (3,2%), inclusive não ocorrem em todos os campi. Contudo, o campus de Marechal Cândido Rondon não teve resposta negativa em qualquer um dos períodos de ingresso. Quanto ao aspecto positivo, há uma ocorrência de quatro vezes ao longo dos períodos de ingresso e campi e o aspecto que é considerado “indiferente” ocorre oito vezes. Apesar dessa diferença pontual entre os campi, observa-se que os percentuais totais são correspondentes, com valor de 48,4% para ambos.

Incursoção nas Mídias Sociais

Apesar do esforço necessário e essencial para a obtenção, a partir das respostas, das questões quanto aos usos das mídias sociais, ao serem obtidos os dados a partir do questionário on-line, ainda que essencial para o entendimento da relação dos acadêmicos com as mídias sociais, tais informações não deixam claro se a autoimpressão destes usos realmente é

eficiente para determinar a correlação entre as mídias sociais, os fatores renda e o desempenho acadêmico.

Dessa forma, consideramos necessário o acréscimo de outros dados pela abordagem distinta, com a coleta diferente do processo anterior, que forneceria uma impressão diferente daquele ponto de vista pessoal informado pelo acadêmico. Para isso, foi utilizada uma adaptação para nosso processo de levantamento de dados do método de Spyer (2017, p. 63), que fez a seguinte abordagem metodológica: “As mais recentes 20 postagens que incluíram um elemento visual em suas linhas de tempo no *Facebook* foram classificadas por palavras-chave para identificar temas recorrentes (tradução nossa)”⁹.

Dessa forma, utilizei a análise e a contagem dentre as vinte últimas postagens¹⁰ na linha do tempo¹¹. As mídias foram observadas, comparadas e classificadas conforme palavras-chave pré-definidas. No caso desta pesquisa, foram utilizadas, especificamente, duas palavras-chave, conteúdo acadêmico e possível conteúdo acadêmico. Assim, contabilizou-se o que foi postado pelos indivíduos, escolhidos aleatoriamente dentro do recorte que respeita os fatores de renda como delimitantes. Nesse sentido, para saber quantos indivíduos deveriam ser buscados por turma individualmente, considerando as margens de erro de 7% e intervalo de confiança de 95%, foi calculado o valor crítico necessário para identificá-los uniformemente. Os valores obtidos foram respeitados por turma durante o levantamento de dados para dar confiabilidade estatística ao processo.

Nos termos da análise desta variável e com o objetivo de estabelecer os parâmetros para tal, dadas as análises anteriores e a informação obtida a partir do formulário aplicado, foi observado em somente 17% dos respondentes, já as

⁹ Citação: “The most recent 20 posts that included a visual element on their Facebook timelines were then classified by keywords in order to identify recurring themes”.

¹⁰ Complementarmente ao processo de coleta, como fator de interrupção de contagem, uma vez que o acadêmico escolhido poderia não ter um total de 20 postagens, foi estabelecida a primeira postagem da linha do tempo (ou última, considerando a leitura de mais recente para a mais antiga) e o ano de ingresso do indivíduo na instituição.

¹¹ Para o Facebook, linha do tempo é o relatório apresentado por esta ferramenta que traz as publicações, ordenadas da mais recente em cima para a mais antiga abaixo e nessa direção.

postagens de conteúdo são mais raras. Sendo assim, postagens de conteúdo podem ser consideradas como o grau mais elevado de interação em mídias sociais, logo, subentende-se que as outras formas de interação: postagens de comentários e leitura/visualização de conteúdo e comentários são mais corriqueiras. Portanto, são indispensáveis para quem está postando conteúdo, uma vez que quem está publicando sempre espera o “retorno” (feedback) das postagens, seja de conteúdo, seja de comentários.

Dessa forma, o número necessário de acadêmicos foi analisado e contabilizado como parâmetro de avaliação de participação nas mídias sociais, dentro do intervalo de confiança estabelecido, para responder, de forma satisfatória, qual a interação destes acadêmicos com as mídias sociais.

Finalmente, é necessário vincular os dados, coletados em processos distintos, para estabelecer as conexões entre mídias sociais, renda e desempenho acadêmico, conforme definido anteriormente. Para isso, resumidamente, considerando o ingresso nos anos de 2014, 2015 e 2016, estabelecemos quais são os cursos com maior e menor renda, o desempenho acadêmico no ano letivo de 2017 e a contabilização do uso das mídias sociais.

A estrutura da Tabela 03 foi construída seguindo um roteiro que objetivava identificar o quantitativo de postagens e, a partir disso, comparar esta participação nas mídias sociais com o desempenho acadêmico.

Como dito anteriormente, inicialmente, as postagens foram contabilizadas no Facebook, foi feita a adaptação ao método de Spyer, separou-se por “conteúdo acadêmico” e “possível conteúdo acadêmico”. Depois, calculou-se a média de postagens de ambas as coletas. Em seguida, aquilo que foi contabilizado como “possível conteúdo acadêmico” recebeu metade do peso na média obtida.

A partir disso, foi feito um teste lógico: SE o aluno teve mais postagens que a média da turma E a sua média acadêmica fosse maior que a média da turma, este aluno recebia um indicativo positivo. Em qualquer outra hipótese, recebia um indicativo negativo.

A partir da contabilização dos dados positivos e negativos, chegamos a índices, em porcentagem, que correspondiam à relevância aferida de

postagens e à correlação com o desempenho acadêmico. Exemplifica-se que, a partir da interpretação deste indicativo, na turma de ingresso em 2014, Campus de Cascavel, Curso de Letras Português / Inglês, o percentual encontrado foi de 33%. Isto significa que 33% dos acadêmicos desta turma têm média de participação em mídias sociais aferida e notas mais elevadas que a média da turma. Conforme nossa hipótese, isso indica uma possível correlação entre participação nas mídias sociais e desempenho acadêmico.

Dessa forma, a Tabela 03 abaixo trata de compilação, agrupamento e junção do conjunto dos dados resumidos nas três variáveis propostas.

Tabela 3 - Resumo da análise dos fatores renda, desempenho acadêmico e uso de mídias sociais

2014		2015		2016	
CASCADEL	Índice em %	CASCADEL	Índice em %	CASCADEL	Índice em %
113 Letras Português/Inglês	33%	112 Letras - Português/Espanhol	40%	112 Letras - Português/Espanhol	20%
116 Medicina	0%	116 Medicina	20%	116 Medicina	20%
FOZ DO IGUAÇU		FOZ DO IGUAÇU		FOZ DO IGUAÇU	
204 Direito	33%	204 Direito	60%	204 Direito	80%
208 Hotelaria	20%	209 Letras - Português/Espanhol	33%	209 Letras - Português/Espanhol	25%
FRANCISCO BELTRÃO		FRANCISCO BELTRÃO		FRANCISCO BELTRÃO	
304 Geografia (Bacharelado)	67%	304 Geografia - Bacharelado	60%	304 Geografia - Bacharelado	20%
306 Medicina	20%	306 Medicina	40%	306 Medicina	20%
MARECHAL CÂNDIDO RONDON		MARECHAL CÂNDIDO RONDON		MARECHAL CÂNDIDO RONDON	
404 Direito	0%	404 Direito	40%	403 Ciências Contábeis	60%
411 Letras Português/Espanhol	0%	407 Geografia - Licenciatura	50%	410 Letras - Português/Alemão	67%
TOLEDO		TOLEDO		TOLEDO	
501 Ciências Econômicas	0%	503 Engenharia de Pesca	33%	501 Ciências Econômicas	20%
504 Engenharia Química	20%	504 Engenharia Química	60%	507 Química - Bacharelado	25%
Legenda:					
menor renda		esperado			
maior renda		não esperado			
		iguais			
Fonte: (PILGER DE BRITO, 2018, p. 114-120)					

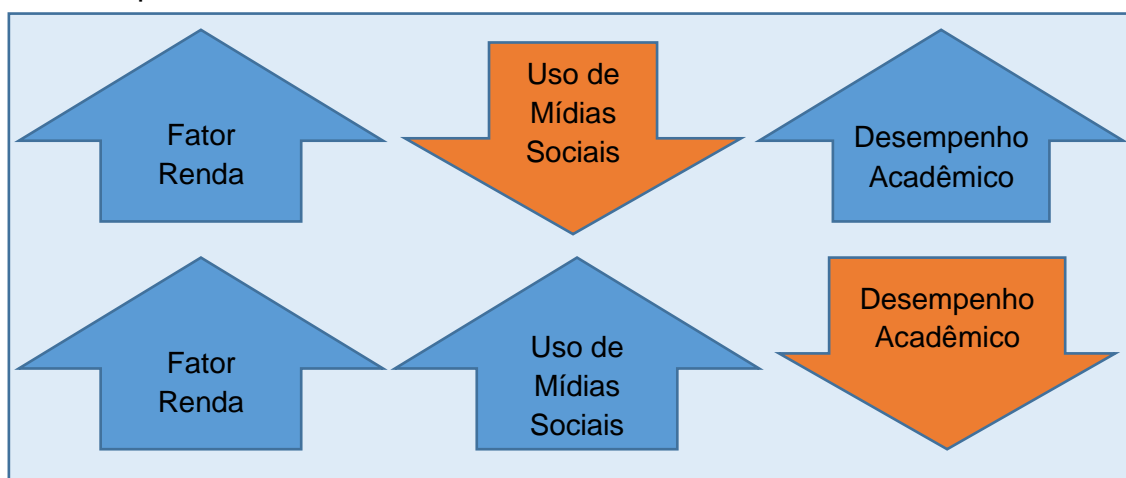
Análise da Incursão nas Mídias Sociais

Na Tabela 03, o percentual representa quantos acadêmicos que apresentaram melhor desempenho no curso estiveram presentes e ativos nas mídias sociais.

Quando se analisam os dados de maneira ampla, se fixarmos o uso das mídias sociais e contabilizarmos os 15 grupos de cursos dispostos nas cinco unidades durante os três anos de ingresso estudados, observamos que nove destes grupos (60%)* apresentam o melhor desempenho acadêmico proporcional à renda maior e menor uso de mídias sociais e, de maneira contrária, o melhor desempenho acadêmico foi inversamente proporcional à menor renda e maior uso das mídias sociais.

Objetiva-se dizer de forma mais clara que acadêmicos com melhor condição econômica e melhor desempenho acadêmico têm menor participação nas mídias sociais. Todavia, acadêmicos com menor condição econômica apresentam melhor desempenho quando têm maior participação nas mídias sociais. Assim, os resultados demonstram a conexão entre a participação nas mídias sociais e o desempenho acadêmico.

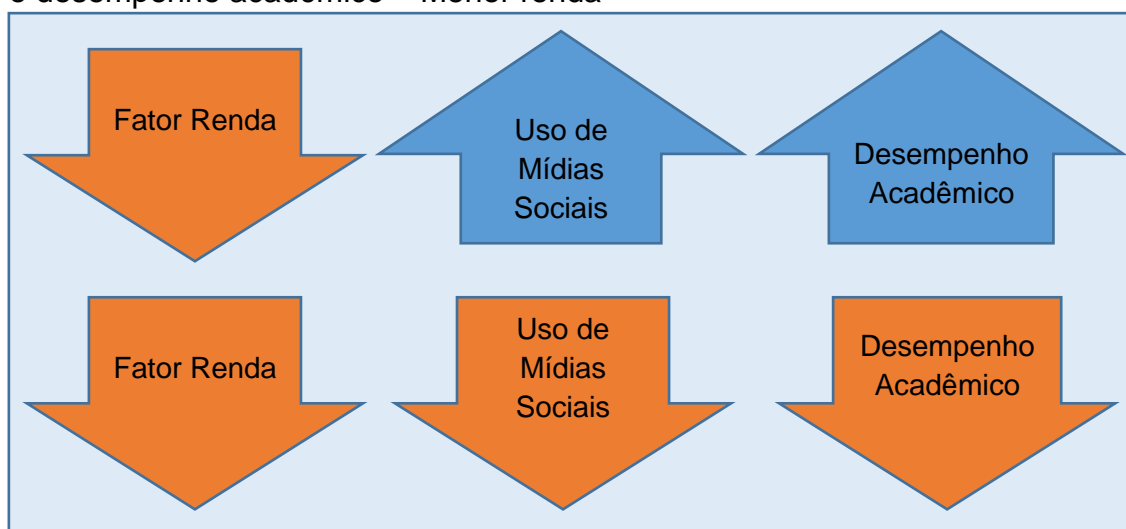
Figura 1 - Demonstração correlacional de influência do uso de mídias sociais e o desempenho acadêmico – Maior renda



Fonte: (Dados do autor, 2018)

Na Figura 01, que representa as turmas onde a renda é maior, tentamos demonstrar visualmente, em qual sentido as variações do uso das mídias sociais implicam sobre o desempenho acadêmico. Dito de outra maneira, a figura 01 indica em que rumo uma tendência de uso de mídias sociais aferido está inversamente correlacionada com o desempenho acadêmico.

Figura 2 - Demonstração correlacional de influência do uso de mídias sociais e o desempenho acadêmico – Menor renda



Fonte: (Dados do autor, 2018)

Já neste segundo caso, de maneira inversa à anterior, pela fixação agora da renda menor, o infográfico 02 pretende mostrar, visualmente, a correlação direta entre o uso aferido de mídias sociais e o desempenho acadêmico.

Ao se aprofundar a análise, para este segundo caso, o maior uso das mídias sociais anda de mãos dadas com o melhor desempenho acadêmico. No entanto, tais demonstrações não tratam necessariamente de causas e efeitos: podem ser efeitos colaterais. E não está claro se tais observações representam um padrão definido. Por exemplo, vale destacar que o campus de Foz de Iguaçu, e somente este campus neste aspecto, diferente das hipóteses, apresentou comportamento contrário aos esperados nos anos de 2015 e 2016. Caberia uma análise mais aprofundada que relacionasse especificamente este campus, mas que no momento fugiria ao escopo da pesquisa.

CAPÍTULO III

Discussão de Resultados

Abordagem

Esta pesquisa baseia-se na seguinte pergunta: se existe e, em caso positivo, qual é a influência das mídias sociais sobre os acadêmicos? Nesse caminho, precisamos estabelecer exatamente quais os atores, actantes ou agentes, além de estabelecer suas naturezas. Para isso, foi necessário delimitar o que são mídias sociais, diferenciá-las de outras formas de comunicação que a Internet propicia e esclarecer a partir do ponto de vista da distinção de simples ferramenta de contato entre os indivíduos, seus aspectos próprios, individuais e peculiares. Também estabelecemos as medidas, réguas, para avaliar essa influência. Além disso, o próprio conceito de influência e a nossa abordagem no que tange à influência das mídias precisaram de uma definição para ser medida.

Abordagem é a maneira com que escolhemos isolar, de forma reconhecível e explicar, à luz da sociologia, quais forças atuam sobre este recorte. Segundo Durkheim (1978, p. 81),

Tudo o que importa é escolher [em relação as características da definição de fato social] a que parece melhor para o fim que nos propomos. É mesmo possível utilizar corretamente vários critérios, de acordo com as circunstâncias. E foi o que nós reconhecemos ser por vezes necessário em sociologia; há casos em que o caráter coercitivo não é facilmente reconhecível.

No mesmo sentido, propusemos encontrar estes fatores identificáveis, externos nas mídias sociais, os quais deram forma ao fato social, conforme explica Durkheim (1978, p. 88).

Aqui está, portanto, um tipo de fatos que apresentam características muito especiais: consistem em maneiras de agir, pensar, e sentir exteriores ao indivíduo, e dotadas de um poder coercivo em virtude do qual se lhe impõem.

No entanto, apesar da busca do fator determinante, da generalidade e da via comum dos fatos sociais, fica claro que será absoluta, único no sentido de fator isolado e único no sentido de gerador. Devem ser considerados os aspectos satélites, indiretos, que influenciam o resultado, ainda que com menor relevância. Conforme Durkheim (1978, p. 145),

[...] para a ciência não existem causas principais no sentido absoluto do termo. Para ela, um fato é principal quando é suficientemente geral para poder explicar um grande número de outros fatos. Ora, o meio é um fator deste gênero pois, quaisquer que sejam as causas, as modificações que nele se produzem repercutem-se em todas as direções do organismo social e não podem deixar de influenciar mais ou menos todas as funções.

Latour (2012, p. 116), a fim de colaborar com este ponto de vista e neste mesmo sentido, diz que “ninguém pode se dizer cientista social e perfilhar apenas alguns vínculos – os morais, legais e simbólicos – e se deter tão logo descubra alguma relação física entre eles. Isso tornaria inviável qualquer investigação”.

Dessa forma, se considerarmos que as mídias sociais são objetos ou ferramentas que permitem a interação social, deve ficar claro que não passam de intermediários. Neste sentido, essa é a melhor via para se atingir determinado objetivo. Significa dizer também que as mídias sociais não são o único meio para que se possa atingir tal finalidade, pois é possível que se atinja o objetivo a partir de outros meios. No nosso caso, identificamos indícios de que as mídias sociais podem tanto ser o principal meio como não ser meio algum. E, por mais desconfortável que tal relativismo e indeterminação possam parecer, o que fica definitivamente demonstrado é que existe a participação das mídias sociais neste processo. E elas o refletem e por meio delas algum objetivo é atingido, mesmo que apareça sem contornos marcados.

Fator Renda

Como dito anteriormente, as variáveis foram escolhidas para identificar e classificar as diferenças sociais e particularidades do recorte onde estava sendo testada a influência das mídias sociais. Por esse caminho, escolhemos o fator renda para reduzir o próprio recorte a tamanhos que permitam manipular os dados. E, no sentido de trazer à luz da pesquisa estes significados e descobertas, foi preciso isolar dois extremos deste aspecto importante, chamado por Bourdieu de capital econômico.

Ao se analisar isoladamente somente este dado, foi possível observar que, alguns cursos destacam-se ao longo dos anos de ingresso pela constância na renda, enquanto outros variam significativamente.

Os cursos de Letras apresentaram a menor renda aferida, os quais variaram quanto ao tipo específico da Licenciatura dentre os existentes na instituição, com destaque para o curso de Letras Português / Espanhol, que apresentou este padrão em cinco das sete vezes em que os cursos de Letras que aparecem na Tabela 1 do capítulo II. Dessa forma, nos campi onde existem os cursos de Letras, algum deles representará a menor renda. As exceções são os campi de Francisco Beltrão e Toledo que não possuem cursos de Letras. Especificamente sobre o campus de Francisco Beltrão, o Bacharelado em Geografia apresentou o menor fator renda ao longo dos anos de ingresso sob análise nesta pesquisa. Quanto ao campus de Toledo, houve bastante variação, todavia, o mesmo não apresentou padrão identificável.

Por outro lado, ainda assim de maneira semelhante, em relação aos cursos com a maior renda, os de Medicina e Direito apresentam similaridade de constância nos campi onde existem tais cursos¹².

Já no campus de Toledo, o curso de Engenharia Química apresentou alguma regularidade quanto à renda mais elevada, nos anos de ingresso de

¹² Quanto à regularidade do Curso de Direito com fator renda mais elevado, a exceção se encontra no campus de Marechal Cândido Rondon, mas muito singularmente no ano de ingresso de 2016.

2014 e 2015. Mas, neste campus, outra informação se revela de modo interessante: o curso de Ciências Econômicas migrou da menor renda em 2014 para a maior renda em 2016.

Um fato que chama a atenção sobre a análise individual dos tipos de resposta é a quase inexistência de respondentes da opção A (menos de um salário mínimo, item da lista 1). Isso parece demonstrar que, na universidade, em relação aos ingressantes por vestibular, a população com renda absolutamente mais baixo não está presente.

Desempenho Acadêmico

Um aprofundamento quanto ao desempenho acadêmico não pareceu ser necessário, por tratar-se da métrica que estabelecemos para identificar o rendimento em relação às mídias sociais e a sua significância. Como dito anteriormente, foi estabelecida uma forma de abordagem inicial, que não trazia informações aprofundadas nem relevantes quanto aos acadêmicos, apenas os distinguia a ponto de estabelecer alguma métrica e, em nosso caso, uma representação de crescimento educacional.

No entanto, sabemos da importância desta medida na universidade, mas de maneira contraditória, também consideramos que essa, no formato que escolhemos para utilizar como métrica, pouco fala efetivamente da vida social dos acadêmicos. Nesse sentido, em nossa pesquisa, foi necessário tratá-la sem muito aprofundamento, uma vez que não abrimos o leque de informações disciplinares, curriculares e acadêmicas necessárias para que se estabelecessem relações quanto a esta graduação e ao envolvimento observável que o acadêmico desenvolveu.

Mídias sociais

Quando estabelecemos o que são os espaços físicos e sua relação com os virtuais, diferenciamos para poder entender o que existe aí. De forma objetiva, definimos e separamos para depois unir, correlacionar, reintegrar e entender.

Sobre as comunidades físicas, Durkheim já falava de um aspecto local, físico, de proximidade e reunião, que provoca o sentimento de unidade e relação. Segundo Durkheim (1978, p. 12), “[...] a vizinhança material, a solidariedade de interesses, a necessidade de se unir para lutar contra um perigo comum, ou simplesmente se unir, foram causas diferentemente fortes de aproximação”.

Quando se fala sobre o aspecto de vínculo físico e as relações de pertencimento, do qual as mídias sociais são o novo território, Durkheim (1978, p. 19), de maneira análoga, vislumbra já em seu tempo a mudança, ao afirmar:

Não queremos dizer, aliás, que as circunscrições territoriais estão destinadas a desaparecer completamente, mas apenas que passarão para o segundo plano. As instituições antigas não se apagam jamais diante das instituições novas a ponto de não deixarem mais vestígios. Elas persistem, não apenas por sobrevivência, mas porque persiste também algo das necessidades às quais elas correspondiam. A vizinhança material sempre constituirá um elo entre os homens; em consequência, a organização política e social com base territorial certamente subsistirá. Ela apenas não terá mais sua atual preponderância, precisamente porque este elo perdeu sua força.

Durkheim (1978, p. 40) discorre sobre as relações sociais, ele relata que “o conjunto das crenças e dos sentimentos comuns à média dos membros de uma mesma sociedade forma um sistema determinado que tem sua vida própria; e poderemos chamá-lo de: *consciência coletiva ou comum*”. Correlaciona-se assim a construção de consciência coletiva, que Pierre Lévy e Lemos já tratavam, e a traz para o terreno da comunidade, ao explicar que sociedade mesma é essa que constrói suas próprias regras e como as integra.

Dessa forma, parece ter mais sentido quando observada a construção de novos vínculos e relações dentro das comunidades on-line. Tal feito é alcançado quando lança mão de muitas conexões, muitas junções. Mas, para viver e sobreviver à carga provocada por tanta interação, esses novos contatos são fracos, de baixo custo e muito voláteis. Isso tem um efeito adverso porque provoca a criação das *comunidades individuais* ao invés das tradicionais *comunidades de indivíduos*.

As mídias sociais são compostas, basicamente, por comunidades. Por conta disso, um aspecto bastante evidente das mídias sociais é seu componente de transmissão e profusão de comunicação. Significa dizer que é, também, uma forma de distribuição de conteúdo. Já discorreremos longamente sobre as relações com as quais isso se estabelece e suas implicações na construção e definição das mídias sociais. Importa ainda dizer é como isso tornou-se essencial para elas.

Nas mídias sociais, dependendo inclusive de qual a mídia social de que tratamos, várias formas e formatos de conteúdo podem ser publicados. Se estivermos falando dos dois mais relevantes que a pesquisa através de questionário demonstrou, o Facebook com 88,45% e o Youtube com 88,84%¹³, ambos têm como similaridade a capacidade de publicar vídeos, além dos tradicionais textos trocados entre os usuários a partir de publicações diretas e dos comentários. Outros tipos de mídia, como fotos¹⁴ e textos puros também são considerados, mas, sem a profusão nem a relevância que os percentuais demonstram para nosso recorte.

Quando correlacionamos esta preferência de formato com o modelo tradicional de mídias massivas, parece haver um indício de troca de principal recurso audiovisual, uma vez que a televisão seria o modelo conhecido desta

¹³ Lembrando que, conforme já dito anteriormente, a principal ferramenta de publicação de vídeo do Facebook é o próprio YouTube, estabelecendo assim uma relação de pertencimento e vínculo estrito entre as plataformas.

¹⁴ O Instagram não se enquadra em nossa definição de mídia social, estabelecida de forma a nos proporcionar consistência na pesquisa. No entanto, importa destacar que os respondentes o consideram como tal e, de maneira voluntária como opção aberta, designaram o uso do Instagram como mídia social em 31,47%.

forma de mídia, e de maneira análoga, os vídeos on-line tomam a dianteira e substituem o sistema televisivo.

Uma vez definido este “*através de*”, falaremos do “*quem*”. De todos os grupos atingidos, considerando as faixas etárias que corriqueiramente ingressam nas universidades, os jovens adultos são quem mais nos chama a atenção, por serem a maior porção e devido ao recorte da pesquisa. Nesse sentido, isso parece ter relação com sua propensão a aderir a novas formas de interagir, comportamento natural dos jovens, e as mídias sociais têm um apelo de modernidade. Neste sentido, Canclini (2009, p. 63) cita:

Mas também sensível às variadas formas pelas quais os grupos se apropriam do moderno, evocou o **uso de computadores pelos jovens mixes** para recolher suas tradições orais e recuperar sua sabedoria antiga com tecnologia avançada [grifo nosso].

Da mesma forma, Lévy (2010, p. 125) fala que, de modo mais amplo, o ciberespaço, e mais especificamente as mídias sociais são movimentos sociais encabeçados pela juventude metropolitana escolarizada, com palavras de ordem e aspirações coerentes.

Apesar da imersão dessa fração da sociedade nas mídias sociais da qual faz parte a maior parcela do recorte estabelecido, percebe-se de forma até conflitante, que isso pode não ser tão importante, uma vez que outros fatores demonstram ter mais relevância. Sob esse aspecto, deve ser considerada com atenção a insignificância, ou perturbação, do desempenho acadêmico provocado pelo uso das mídias sociais nas turmas de maior renda, uma vez que tais mídias representam, como já visto de diversas formas, inovação da comunicação e interação social, ou ainda, reinvenção destes cenários de atuação social. Sobre isso, Canclini (2009, p. 77) tem opinião estabelecida quando afirma que

Quem domina o capital acumulado, fundamento do poder ou da autoridade de um campo, tende a adotar estratégias de conservação e ortodoxia, enquanto os mais desprovidos de

capital, ou recém-chegados, preferem as estratégias de subversão e heresia.

Considerando o recorte e as idades típicas dos acadêmicos ingressantes da instituição, o componente econômico dos acadêmicos pesquisados entra nessa ciranda anunciada por Canclini. A condição econômica parece ter muito mais relevância do que a idade dos acadêmicos estudados. Assim, de um lado os mais abastados pretendem manter seu poder, enquanto os despossuídos procuram questionar essa posição firmada. E essa disputa de forças passa pelo uso que dão aos novos caminhos de interação social.

Nessa luta pelo poder, as mídias sociais são os meios pelos quais determinada rede social utiliza para se comunicar, conforme já tratamos longamente. É a tecnologia que integra, é tecido que amarra, praça de convívio. No entanto, dada a sua volatilidade, não tem a mesma força, ou o mesmo tipo de força, de comunidades não virtuais. Diferente das praças físicas, onde se está apenas em único local em dado momento, as virtuais permitem mudar quase instantaneamente entre as praças e até podem estar ao mesmo tempo em mais de uma, trocando ideias, movendo-se por elas e entre elas.

Nesta análise, vale lembrar que a abordagem inicial proposta para esta pesquisa estava amparada no entendimento de que havia componentes políticos e influências. Neste sentido, poderiam ser exploradas e pesquisadas. Como dito, essa proposta revelou-se infrutífera, considerando o material e a proposta metodológica inicial de pesquisa. No entanto, outra abordagem foi planejada e proposta, influenciada, em grande medida, por uma reportagem de um dos autores do próprio método escolhido para levantar os dados sobre os usos de mídias sociais.

Reportagem e entrevista sobre o trabalho de Juliano Spyer, de 20 de novembro de 2017, publicadas on-line na versão brasileira de *El País*, trouxeram inquietações e, de arrasto, uma perspectiva que pareceu muito pertinente. Apesar da análise quanto à renda ser processo integrante da

composição e criação do recorte, é ela em si mesma um divisor social dos envolvidos na pesquisa. Deste modo, quando Spyer diz em *El País* (2017):

É comum a crítica de que o uso da Internet é ruim porque o jovem passa a escrever usando gírias e sem se importar em obedecer às regras gramaticais, mas o que vi é que eles aprendem a escrever com menos erros por pânico de passar vergonha na frente de seus pares nas redes. O uso da Internet é a primeira motivação real para eles aprenderem a ler e a escrever. Um dos motivos explícitos do encantamento que eles têm pelas redes sociais é que os pais deles têm muito menos educação formal e conhecimento tecnológico e, conseqüentemente, não conseguem acompanhar o que acontece ali, então os jovens tem mais liberdade de comunicação.

Neste contexto, percebe-se então que existem, nesta parcela do recorte, uma coerção e um apelo para melhor desempenho linguístico. Dessa forma, encontram-se motivos para, além do senso comum, uma motivação para o desenvolvimento destas habilidades, por consequência, uma explicação da melhora no desempenho acadêmico por parte dos acadêmicos de menor renda.

Outro aspecto importante a ser observado é que, do ponto de vista das restrições a estes espaços, devido aos aspectos culturais e educacionais, a alfabetização, ou a falta dela, pode ser um entrave, ainda que existam mecanismos que permitem níveis de uso mínimo, baseados em multimídia. É necessário explicar que estamos falando de alfabetização tecnológica, para além do letramento tradicional de linguagem, leitura e escrita. Nesse sentido, se o indivíduo, ainda que não possua educação formal nesse aspecto, pode ter acesso através do aprendizado empírico do uso das mídias sociais, em que “clique”, como “rolar” e demais ações próprias das ferramentas, mas que demandam pouca prática para efetivamente funcionar. Dessa forma, ainda que não tenha tido a possibilidade financeira de participar de cursos ou treinamentos em ferramentas computacionais, estes programas têm capacidade autodidata que derruba qualquer obstáculo interposto pela falta de componente educacional objetivo em formato tradicional.

Nesse viés, a questão econômica novamente é lembrada porque, ainda que exista uma barreira de acesso financeiro ao material, a verdadeira distinção de classe, no caso das mídias sociais, é uma separação promovida pela dificuldade de acesso e na possibilidade de entrar nestas redes, dados os requisitos necessários, como dispositivo (computador, celular) e conexão de dados. Uma vez rompida as bases de acesso às mídias sociais, os aspectos de distinção de classe, principalmente de distinção econômica e material de classe, não são facilmente visíveis.

Não só isso, mas, lembrando Castells (2011, p. 445), os laços sociais fracos entre as partes permitem modelos igualitários de interação. Além disso, o autor aponta vestígios substanciais de solidariedade recíproca na rede. Por conta de aspectos próprios, dá indícios de promover a construção de um espaço onde acredita-se haver alguma igualdade de direitos, de individualidade e pertencimento a uma mesma comunidade, através do entendimento e da visão de que são todos pares e não há distinção entre eles. Além disso, promove igualdade na visibilidade, voz ou atenção que podem obter nestes meios.

Ao olharmos para os aspectos culturais, do ponto de vista antropológico, pode haver a tendência a definir toda e qualquer matéria, existência, movimento, interação e padrão como cultura. Tudo que é tocado pelo fator humano é cultura, seja o quadro renascentista no museu, um protocolo educacional pedagógico ou uma árvore na Amazônia Areweté. No entanto, não é suficiente tal abordagem para entendermos quais as variações culturais que existem nas mídias sociais, as vinculações, ligações, aproximações, escopos e abrangências. É preciso, de alguma forma, estabelecer correlações mais próximas entre as mídias sociais e nosso recorte.

Para Canclini (2009, p. 29),

[...] não ajuda a distinguir as lógicas diversas da interculturalidade amontar desterrados, vagabundagens, migrações, tribalismos urbanos e navegações pela internet, esquecendo seu sentido social, tal como ocorre em certos livrinhos franceses e latino-americanos.

Mais ainda, Canclini, (2009, p. 41) continua dizendo:

Pode-se afirmar que a cultura abarca o conjunto de processos sociais de significação ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social.

E, Canclini (2009, p. 49) complementa quando diz que

Devemos considerar não só as definições múltiplas sobre o cultural dadas pelas ciências sociais, mas também as conceituações feitas pelos governos, mercados e movimentos sociais. As maneiras pelas quais se estão organizando a produção, a circulação e os consumos dos bens culturais não são simples operações políticas ou mercantis; instauram modos novos de entender o que é o cultural e quais são seus desempenhos sociais.

Dessa forma, para que sejam elucidados o entendimento e a profundidade que ele percebe imersos na sociedade e em que nível a cultura atual se encontra, o vínculo existente entre educação e cultura, sua relevância como característica especial de diferenciação social e explicando a partir de vertentes e referências cruzadas, Canclini (2009, p. 72), diz que

[...] Quando estuda esses assuntos [educação], está tratando de explicar outros, aqueles que tornam a cultura fundamental para entender as diferenças sociais. Cabe aplicar a Bourdieu o que ele afirma da sociologia da religião de Weber: seu mérito consiste em ter compreendido que a sociologia da cultura 'era um capítulo, e não o menos importante, da sociologia do poder', e em ter visto as estruturas simbólicas, mais do que como uma forma particular de poder, como 'uma dimensão de todo poder, ou seja, outro nome da legitimidade, produto do reconhecimento, do desconhecimento, da crença em virtude da qual os personagens exercem a autoridade e são dotados de prestígio' [Bourdieu, 1980, p. 243-244].

Apesar de procurarmos circundar nosso recorte e focar a atenção em seu conteúdo e no máximo em seu entorno, outros agentes provocam e são

provocados pelas mídias sociais. Não somente as pessoas enquanto indivíduos procuram as mídias sociais, mas também governos e mercados sentem-se pressionados a participar. Caso contrário, eles serão considerados desinformados, antigos, obsoletos e incapazes, por conseguinte, perdem a capacidade de interação e a relevância.

Portanto, estabeleceu-se um tipo de cultura em âmbito restrito, circulado e particular. Isso dito, temos a ciência de que toda simplificação implica perda. Mas isso não deve causar estranhamento ou indicar um empobrecimento na análise. Estávamos apenas definindo parâmetros dentro das possibilidades para isolar nosso recorte, método e objeto de estudo, sem considerar todo o mundo, toda a existência humana.

Expressões, Valores e Relações

Os pontos já referidos devem ser considerados para que se compreenda como a sociedade se expressa através das mídias sociais, construindo redes sociais em torno e através destas ferramentas. Trata-se de uma lista imbricada de ações que levaram a este cenário. O termo “evolução” vem à mente, ainda que com um “quê” de inadequado. Mas, é válido se considerarmos seu significado no sentido de construção, edificação, partindo de ponto conhecido atualmente, o qual foi alterado e agora se encontra em novo ponto onde ocorreram mudanças nas formas de se expressar, logo, talvez seja mais adequado o termo “desenvolvimento”.

Conforme já vimos, as principais mídias sociais utilizadas têm o uso de mídias audiovisuais como principal foco de publicação. No entanto, este uso está bastante restrito ao consumo, à leitura ou visualização especificamente. E a produção apresenta um percentual bem menor de incidência, apenas 17%. Ao analisarmos este aspecto, é necessário entender a motivação por trás destas postagens, no sentido específico de custo e retorno, independente do que está sendo produzido. Nesse aspecto mais genérico, qualquer postagem demanda algum tempo e trabalho para ser produzida. Podem ser alguns *clicks*, alguma navegação, o uso de uma ferramenta sofisticada de produção gráfica, uma simples repostagem. Para nossa análise, independente da quantificação, importa que teve custo.

Da mesma forma, ao nos perguntarmos qual a motivação com que o fez, também precisamos isolar “o porquê”, pouco importando “o que”. Este “porquê” parece estar relacionado ao retorno observável, às repostagens, postagens de comentários e *likes* que recebe. Paradoxalmente, considerando o percentual do que parece ser a forma mais clara de retorno, dos que efetivamente leem e comentam *posts*, 12%, essa resposta observável é baixa. Nesse sentido, quem está objetivando retorno, reconhecimento, não o encontra. Apesar disso, parece haver um leve crescimento no índice de postagens ao longo dos anos de ingresso.

Assim como lemos conteúdo também publicamos conteúdo sobre este aspecto da comunicação. Mas, observa-se que tal interação tornou-se uma forma inadequada de comunicação, considerando sua mais simples funcionalidade, a de emissão e resposta. Primeiro por não haver interação imediata, uma vez que ficam registradas a primeira publicação e as respostas a elas associadas, que podem, ou não, ser lidas, imediatamente ou nunca.

Dessa forma, observamos que, de maneira mais acentuada, o índice de visualizações está em franco declínio ao longo dos anos de ingresso. Isso pode ser favorável para nossa análise se considerarmos que a visualização e a leitura de conteúdos parecem uma participação um tanto quanto passiva e que existem formas mais ricas de se desenvolver este envolvimento. Quando percebemos que aumentou o número de postagens e diminuiu o número de visualizações, pode ter havido um crescimento qualitativo nessa participação. É possível que tal fenômeno tenha ocorrido devido ao desenvolvimento acadêmico, já que os ingressantes de 2014, que representam o grupo estudado mais antigo, estão na vida universitária há mais tempo e parece ser natural que tenham mais independência e participação, mas não explica a queda dos índices de visualização.

Por outro lado, se quisermos rastrear as forças que agem e impulsionam tais utilizações, partindo do ponto de vista dos produtores e construtores das mídias sociais, temos a impressão de que se trata de um desenvolvimento tecnológico específico com objetivo específico, ao considerarmos o florescer da Internet e seus usos, uma lógica mercadológica que pretende utilizar, ao ser usada, mais como uma fonte de lucro, pela transformação destas pessoas em um produto.

No entanto, do ponto de vista destes usuários, trata-se de um desconhecimento da lógica por trás da criação destas ferramentas, ou ainda a falta de interesse em conhecer, de se perceber quais fatores as mergulhou, e ainda as mergulha, nas mídias sociais, sejam elas quais foram, quais forem ou, em um exercício de futurologia, quais serão. Comum a todas até agora, é o aspecto de provocar o *“follow”* de padrões de moda, indo no sentido e dependendo de quais são as aplicações mais modernas, com mais usuários, com mais interações, *likes*, *deslikes*, *emojis*, jogos e tecnologia.

Quando analisamos os quantitativos referentes à frequência de acesso às mídias sociais, encontramos que pelo menos 50% deles¹⁵ as utilizam diariamente. Isso nos parece um índice elevado de utilização. Neste sentido, complementarmente a essa utilização expressiva, adicionamos um índice de conectividade geral também elevado. Isso implica ter disponibilidade, diariamente, de dispositivos e infraestrutura para fornecimento de dados.

A informação sobre o dado relacionado ao índice de utilização pode ser especulada, apesar de perguntarmos *quando* acessam e não *quanto*. Para isso, se considerarmos que o formato de mídia mais comumente acessada é o audiovisual, principal elemento de mídia das duas maiores ferramentas apontadas, Facebook e Youtube, que os principais focos de utilização são a Visualização/Leitura de Conteúdos, com 94% das respostas e lembrarmos que, segundo Andrelo e Matos (2014, p. 190), 73% dos usuários utilizaram mídias sociais e segundo Ciribeli e Paiva (2011, p. 63), os brasileiros dispõem 70 horas mensais utilizando a Internet, podemos inferir um tempo de uso diário considerável, ainda que, como já observamos anteriormente, exista uma tendência de diminuição de uso ao longo dos anos de ingresso.

A grande maioria, 95,2% dos respondentes considerou que o principal uso das mídias sociais é de lazer, entretenimento e diversão. Já seu uso como ferramenta de comunicação, seja familiar e pessoal, 59,8%, ou profissional, 35,5%, ficou mais baixo. E, especificamente como fonte de conteúdo acadêmico, aproximadamente à metade, 52,2%, o referenciou como tal. Mesmo quando segmentamos por campus e ano de ingresso, não houve mudanças significativas nessa tendência. Quanto à pergunta que estabelece o uso do conteúdo das mídias sociais com as disciplinas, 73,3% das respostas foram afirmativas. Além disso, 23,6% dos respondentes consideram que o conteúdo das mídias sociais é o mesmo que o aplicado em sala de aula.

¹⁵ A média geral de uso diário de mídias sociais é de 78,1%. Os índices abaixo dos 65% e que provocam a afirmação em relação somente à metade dos respondentes se devem aos campi de Foz do Iguaçu, ingressantes de 2016, e Francisco Beltrão, ingressantes de 2015.

Quando tais indicativos anteriores são observados, conjuntamente temos um cenário em que somente a metade os usa como ferramenta de crescimento acadêmico e que, ao mesmo tempo, três quartos deles avaliam que encontram conteúdo relevante e um quarto efetivamente o utiliza. Apesar de já termos estabelecido que a principal forma de utilização é passiva e, de maneira a buscar o lazer, percebemos o olhar crítico aplicado sobre o que é visto, por consequência, há um aproveitamento no sentido acadêmico. Ainda que a utilização por produção e criação de conteúdo seja mais facilmente detectável, a participação pela visualização de conteúdo também é rastreável, conforme aqui percebemos.

Outra síntese importante é elaborada ao constatar que somente um quarto dos respondentes apresenta o olhar crítico sobre o que é observado. Com isso, percebemos que, apesar da utilização como ferramenta de comunicação ser de mais da metade dos respondentes e adicionarmos a isso a forma como é estabelecida a comunicação em relação aos *posts* e comentários, isso nos leva a uma conclusão simples: as pessoas não mais dialogam ou, por outro prisma, não se interessam em dialogar. Por falta de diálogo, queremos dizer tanto no sentido de ouvir e falar como também no sentido da capacidade de abrir mão e repensar seus valores. O objetivo é questionar a veracidade ou mesmo a lógica de um argumento contrário, em um caso de conflito, ainda que tênue, de seus valores. Ao considerarmos também a lógica própria de estabelecimento de relações nas mídias sociais, conforme vimos anteriormente, o caminho mais rápido é abrir mão (deletar) daquele contato com pensamento diverso do próprio para estabelecer novos, mais próximos de sua zona de conforto, querendo próximos de si somente ecos da própria voz e reflexos da própria imagem.

Considerações Finais

A capacidade das mídias sociais, tecnicamente falando, de interagir e modificar o que pode, ou principalmente do meu ponto de vista, o que não pode ser visto, eleva as mídias sociais a uma categoria de ator partícipe das iterações sociais. Nesse caso, estamos falando não somente do aspecto mais escrachado e óbvio, o mercadológico, que objetiva melhor vender este ou aquele Viagra e Cialis. Não! Estamos falando daquela possibilidade de forçar em uma direção desconhecida que não é necessariamente aquela planejada pelos desenvolvedores. Identificar este rumo me parece necessário e variável influente neste processo. A capacidade que objeto de estudo tem de modificar é interessante porque carrega consigo uma variação inesperada, caótica. De maneira geral, podemos ter a tendência de tratar as mídias sociais como mais uma ferramenta de comunicação, de registro e, talvez, documentação. Como deixamos claro que ela não é simples neste sentido, tal comportamento deve ser considerado e é mais um elemento a ser analisado durante pesquisas e abordagens neste campo.

Outra característica que pode ser esquecida, mas que precisamos tratar, é o componente tecnológico inerente a sua natureza. Não é possível seu funcionamento sem dispositivos (computadores, celulares) e infraestrutura (energia, redes). Isso faz com que pareçam de outra substância, algo que precisa de uma profundidade de requisitos altamente sofisticados e técnicos.

No entanto, apesar dessa qualidade avançada do ponto de vista técnico quanto ao funcionamento, isso é, ao mesmo tempo, irrelevante. Assim como uma comunidade tradicional não existe sem um grupamento de casas, uma rua principal, uma praça, uma igreja, um boteco; quando falamos de comunidades virtuais, elas não existem sem os requisitos físicos e técnicos de hardware e software.

É necessário ter essa clareza quanto às condições para que, quando discutirmos as similaridades e distinções com os outros tipos de comunidades e grupos, possamos perceber que não são outros tipos, mas os mesmos, simplesmente afastados pela construção e materialidade com que são feitos. O

componente primordial e único necessário são as pessoas com seus vínculos, relacionamentos, interações, rastros e redes.

Quando falamos de comunidades virtuais, damos sua definição como espaços de convívio entre os indivíduos, onde eles interagem, reagem e provocam os demais e, sob alguns aspectos de maneiras diferentes, mas, ao mesmo tempo, iguais àquelas das comunidades físicas. As bases de ambas são a comunicação, a troca de ideias, as relações. No entanto, no segundo caso, com efeitos que se voltam para o primeiro tipo, é possível a promoção de encontros físicos, colóquios, relacionamentos e relações sociais mais tradicionais. Dessa forma, são intercambiáveis a ponto de não fazer sentido distingui-las.

Para os acadêmicos de condição econômica mais baixa, as mídias sociais apresentam outro tipo de apelo relacionado à visão dos demais em relação a si mesmo, mais especificamente de uma possibilidade de igualdade, apesar das distinções impostas, materialmente falando. Para explicar esse ponto de vista, uma vez dadas as condições necessárias para o acesso às mídias sociais, em que a própria universidade provê tais recursos, no caso do equipamentos e conexão de dados, esta perspectiva de equidade dá indícios de apelo profundo, indutores de seu uso. A possibilidade de promover igualdade é muito tentadora! O jovem que passa pela universidade vê sua situação de fragilidade e percebe, repentinamente, que existe um espaço onde seu tênis velho e sua calça surrada não são notados, ou melhor, não importam.

Essa perspectiva parece ter conexão com a relação do acadêmico com as mídias sociais e estar intimamente ligada com sua visão delas. De modo diferente do anteriormente abordado, para os acadêmicos com renda mais elevada, as mídias sociais são consideradas somente lazer e entretenimento, ponto de encontro talvez, mas não fonte de aprendizado e crescimento acadêmico. E, sob este aspecto, de maneira contrária, a relação dos acadêmicos com renda menor parece ser de curiosidade, descoberta e saber; seja da tecnologia eletrônica, com a qual não podem não ter tido contato previamente seja da Internet, através das mídias sociais.

Nessa troca que se estabelece, pelo primeiro ponto de vista dos possuidores de maiores recursos, há um desdém a este novo tipo de interação,

ainda que ostentar seu uso possa demonstrar abundância. Tal uso parece árido, uma vez que eles não encontram (e nem procuram) crescimento. Podem dispor, mas não promovem prosperidade e nada adicionam. Pelo contrário: provocam perda de tempo e atraso. Já pela segunda perspectiva dos mais pobres, existe um aproveitamento faminto de tudo que puder ser transformado em mudança da situação atual e via de ascendência social. Tudo é transformado em ferramenta útil, seja na aquisição de conhecimento, meio de crescimento pessoal seja no contato entre pessoas ou no encurtamento de distâncias. Ora, se um indivíduo procura entretenimento e o outro conhecimento, ambos obtêm o que desejam, e mais, demonstra-se um indício de coerção para ambos os grupos de nosso recorte, distanciados pelos extremos das condições econômicas distintas, mais claramente na renda mais baixa e menos na renda mais elevada.

Na rede é possível acrescentar e retirar “amigos”, dando algum controle sobre as pessoas com quem se relaciona sem necessariamente exercitar as habilidades sociais. Isso traz algum conforto nestes tempos em que a grande ameaça é a solidão, apesar de a individualidade ser procurada e valorizada. Uma dicotomia fica evidente quando percebemos que se desejam e se constroem relações sem necessariamente nutri-las, cuidá-las, ao mesmo tempo em que se procure certo tipo de isolamento que precisa apartar-se dos demais para criar entendimento e reconhecimento de identidade própria. Observa-se a reunião destas duas extremidades ao entender que: do que vale ser um “eu” único no mundo se o mundo não me vê, não me reconhece? A Internet, mais especificamente as mídias sociais, permite às pessoas visibilidade de si, individual, uma vitrine para o mundo todo, com poder coercitivo suficiente para tornar necessário publicar, mostrar seu ponto de vista, aparecer. Parece dizer que o indivíduo existe na medida de sua particularidade.

Mas, no meio desse processo, algumas observações precisam ser feitas. Conforme vimos anteriormente, que as mídias tradicionais foram engolidas por este novo tipo de mídia, que não é mais ponto a ponto, no caso das comunicações, nem um para muitos, como é o caso do rádio, televisão ou jornal. Trata-se de um tipo híbrido que abarca e engloba os anteriores e, nesta catálise, é mais do que a soma das partes. Assim, as mídias como ferramenta

de criação e manutenção das comunidades tornam-se lentamente meio de construção e manutenção de redes, aquela das relações. O objetivo, portanto, é esclarecer, de acordo com o nosso ponto de vista, que uma comunidade é um grupo ao qual *o indivíduo pertence* enquanto uma rede é um grupo que *pertence ao indivíduo*. Nesse sentido, é um reflexo da própria mídia, com maleabilidade, efemeridade e inconstância. De consistente persiste a relação do indivíduo com ele mesmo. Tornou-se um grupo de uma pessoa, de um tipo particular onde é particular também o seu “broadcast/unicast”: o que é transmitido é feito para mim e somente a mim importa.

Voltando um pouco ao ponto das mídias tradicionais, quando correlacionamos esta preferência de formato com o principal modelo de mídias massivas, parece haver um indício de troca de recurso audiovisual primário, uma vez que a televisão seria o formato conhecido deste tipo de mídia, e de maneira análoga, os vídeos on-line. Nossa pesquisa não avançou nesse sentido, e tal suposição precisaria de mais dados para se confirmar, mas o simples fato de as duas principais mídias sociais escolhidas pela maioria terem como principal formato o audiovisual, provocam especulações interessantes e podem ser objeto de pesquisas mais aprofundadas.

Já sobre ao tipo de participação nas mídias sociais, quando confrontamos os índices de visualização e postagens, nos deparamos com situações intrigantes. O índice de visualizações está caindo enquanto o índice de postagens cresce, ainda que mais timidamente. Uma possibilidade levantada é o crescimento de um ponto de vista acadêmico universitário, cuja maturidade e conhecimento cresceram consigo a ponto de promover maior capacidade participativa. No entanto, isso não se explica à queda no índice de visualizações, já que não são concorrentes ou contrários. Portanto, são necessários mais estudos para convalidar essas hipóteses.

Um resultado de observações sobre os dados que merece lembrar são os gráficos obtidos através dos dados referentes a educação dos pais. No entanto, seu destaque deve-se mais ao que *não foi encontrado* do que ao que *é observável*.

Neles, não foram identificadas correlações entre a educação do pai ou da mãe e seus reflexos sobre o desempenho do filho. Devemos salientar que

isso pode trazer uma crítica aos estudos e conclusões clássicos de Bourdieu, por um lado; mas por outro, pode ser somente uma inadequação ou falta de profundidade do método escolhido para aferir tal influência, cabendo outras pesquisas para poder dar uma colaboração ou conclusão mais clara para este conjunto de fatores do perfil sócio econômico específico estabelecido na pesquisa, variando no conjunto do método para melhor observar os dados.

Outro resultado que precisa destaque é a relação inversa entre os componentes dos fatores renda e os usos das mídias sociais, com reflexos sobre o desempenho acadêmico. Neste sentido, elas demonstraram ou sinalizaram que o melhor desempenho acadêmico é atingido tanto quanto mais se utilizam das mídias sociais, quando nosso recorte se concentrava na menor renda. De maneira inversa, o maior uso de mídias sociais provocava menor desempenho acadêmico, quando considerávamos os indivíduos de maior renda.

Ainda assim, apesar do destaque na descoberta, não ficou clara essa interação, se há um sentido de provocativo, indutivo ou coercitivo. O que ficou tangível foi a relação entre mídias sociais e o desempenho acadêmico, que pode não ser direta, do tipo causa e efeito, mas que é direta a sua demonstração, como um tipo de reflexo observável. Dito de outra forma, os dados coletados e a forma escolhida para interpreta-los não dá a profundidade necessária para sair desta especulação quanto ao efeito causal do uso de mídias sociais na variação do desempenho acadêmico, sendo necessárias outras pesquisas para que isso possa ser elucidado.

A presente pesquisa objetivou detectar similaridades, encontros, fatos comuns que conectassem a vida acadêmica e as mídias sociais, a fim de buscar explicações a partir de abordagens que fizessem sentido, sem esquecer a realidade acadêmica e o porquê das diferentes características que trazem consigo esses acadêmicos. Nesse processo, mais perguntas foram formuladas do que respostas obtidas. A profundidade e a amplitude com que tudo isso pode ser estudado não foi abarcado nesta pesquisa, mas definitivamente podem ser trilhadas por outros pesquisadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRELO, R.; MATOS, M. L. D. Manuais de Conduta em Mídias Sociais e Sua Contribuição Para a Democracia Digital: Um Estudo dos Manuais Brasileiros. **Revista Eptic Online**. V. 16. N. 3. Set-dez 2014, p. 188-200.

BAPTISTA, A. Democracia e Representação Democrática. **Análise Social**. V. 45, Issue 196, 2010, p. 491-514.

BARBETTA, P. A.; DIAS, M. G. S. (Rev.). **Estatística aplicada às ciências sociais**. 7. ed., rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2008.

BEAULIEU, A. **Aprendendo SQL: Dominando os Fundamentos de SQL**. Novatec, 2009.

BRASIL. Lei 12.965 de 23 de abril de 2014. **Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil**. DOU, 24 de abril de 2014.

BOURDIEU, P. **Escritos de Educação**. 4. ed., Petrópolis. Editora Vozes, 2002.

_____. **Razões Práticas**: Sobre teoria da ação. São Paulo. Editora Papirus, 1996.

_____. **Sociologia**. São Paulo. Editora Ática. 1983.

BUTLER, B. **Por que a Microsoft comprou a Yammer?** Disponível em: <<http://idgnow.com.br/internet/2012/06/26/por-que-a-microsoft-comprou-a-yammer/>>. Acesso em 05 de set. 2016.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**: Mapas da Interculturalidade. 3 ed., Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2015.

CASTELLS, M. **Sociedade em Rede: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. V.1. Editora Paz e Terra. São Paulo, 2011.

CIRIBELI, J.P.; PAIVA, V. H. P. Redes e Mídias sociais na Internet: Realidades e Perspectivas de um Mundo Conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, V. 13. N. 12, jan/jun 2011.

GIDDENS, A. **Sociologia**. Fundação Calouste Gulbenkian, 4ª Ed., Lisboa, 2004.

LATOURETTE, B. **Reagregando o Social**. Edufba, Salvador, 2012.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O Futuro da Internet: Em direção a Uma Ciberdemocracia Planetária**. Paulus, São Paulo, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Editora 34. 3ª Ed., São Paulo, 2010.

MILLER, D.; **Why We Post: The comparative Anthropology of Social Media**. WebSci 2016, Proceedings of the 8th ACM conference on Web Science. <http://websci16.org/sites/websci16/files/keynotes/keynote_miller.pdf>. Hannover, 2016. Acesso em 20/03/2018.

MILLER, D.; COSTA, E.; HAYNES, N.; McDONALD, T.; NICOLESCU, R.; SINANAN, J.; SPIER, J.; VENKATRAMAN, S.; WANG, X.; **How The world changed Social Media**. UCL Press. London, 2016.

PRIMO, A. O Que Há de Social nas Mídias Sociais? Reflexões a Partir da Teoria Ator-Rede. **Contemporânea – Comunicação e Cultura**. V. 10. N. 3, set-dez 2012, p. 618-641.

RECUERO, R. O Capital Social em Rede: Como as Redes Sociais na Internet Estão Gerando Novas Formas de Capital Social. **Contemporânea – Comunicação e Cultura**. V. 10. N. 3, set-dez 2012, p. 597-617.

SÁ, S. P.; POLIVANOV, B. Auto-Reflexividade, Coerência Expressiva e Performance como categorias para Análise dos Sites de Redes Sociais. **Contemporânea – Comunicação e Cultura**. V. 10, N. 3, set-dez 2012, p. 574-596.

SANTAELLA, L. Mídias Locativas: A Internet Móvel de Lugares e Coisas. **Revista FAMECOS**. N. 35. Porto Alegre, abril 2008.

SPIER, J.; **Social Media in Emergent Brazil**. UCL Press. London, 2017.

TRIBOU, A. **Facebook Valuation Tops \$200 Billion**. Disponível em: <<http://www.bloomberg.com/graphics/infographics/facebook-valuation-tops-200-billion.html>> Acesso em 05 de set. 2016.

UNIOESTE, C. U. Resolução do Conselho Universitário nº 100/2010-COU, **Regulamento-Geral de uso dos recursos de Tecnologia da Informação da UNIOESTE (TI)**. 3 de setembro de 2010.

UNIOESTE, portal. **Questionário Sócio Educacional**. Prograd. 2017. Acesso em 20/10/2017. <<http://www5.unioeste.br/portal/prograd/comunidade/interna/academico/dados-e-estatisticas/questionario-socio-educacional-ct>>

WEBER, M. **A Política como Vocação**. Ciência e Política: duas vocações. Cultrix, São Paulo, 2006, p. 54-124.

ANEXOS

Anexo 01 – Piloto do levantamento de dados baseado em logs de acesso

dados da coleta:					
data:	29/11/2015 a 04/11/2015				
amostra:	ciências sociais 2015		engenharia de pesca 2011		
n registros:	too00006	8005			
	too00005	40664	too00007	13044	
total		48669		13044	61713

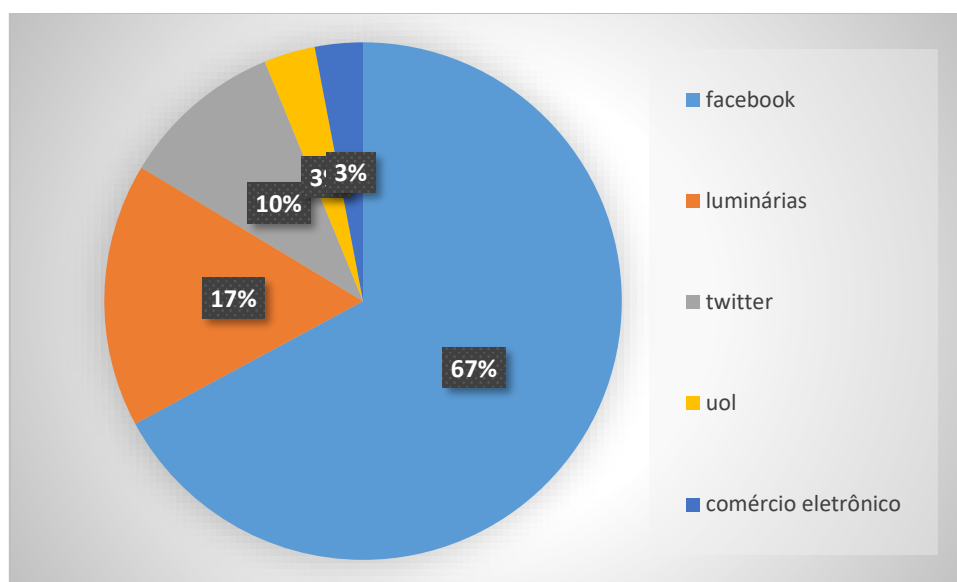
Estabelecer viabilidade de levantamento de dados

Neste ponto, é necessário explicar que, dentre os domínios (destinos de navegação), encontrados, alguns são parte de um mesmo conjunto ou página, sendo portanto, um mesmo local que foi acessado, composta de diversos pedaços provenientes de diversas empresas de internet. Explicando melhor e exemplificando, ao navegarmos para a página do Facebook, apesar de aparecer como owners (donos) outros nomes de empresa, trata-se simplesmente de um serviço subcontratado do qual o site original faz uso. Neste caso em específico, o serviço de redução e apresentação de imagens (thumbs), da empresa Thumbr.io, do qual a empresa Facebook faz uso.

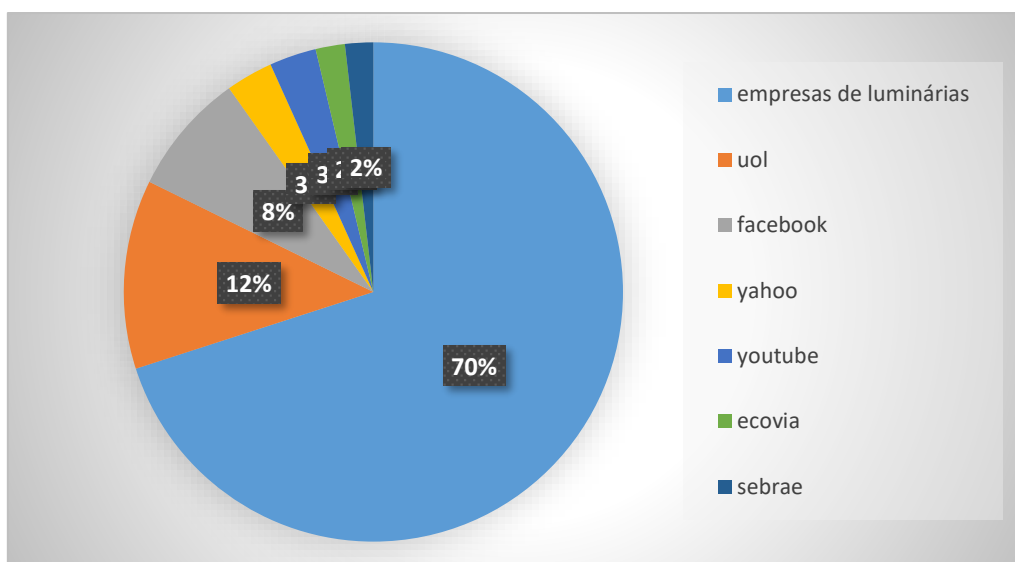
Relação de domínios observados e seus owners, por ordem de decrescente de surgimento da empresa, nos gráficos:

- Facebook (mídia social):
 - Fbcdn-profile-a.akamaihd.net
 - Fbstatic-a.akamaihd.net
 - Fbexternal-a.akamaihd.net
 - Vídeo-gru1-1.xx.fbcdn.net
- Start Import (empresa de comércio de iluminação):
 - www.startimport.com.br
- Thumbr.io (empresa fornecedora imagens para o facebook):
 - Cdn.thumbr.io
 - Thumb7.shutterstock.com
 - Thumb1.shutterstock.com

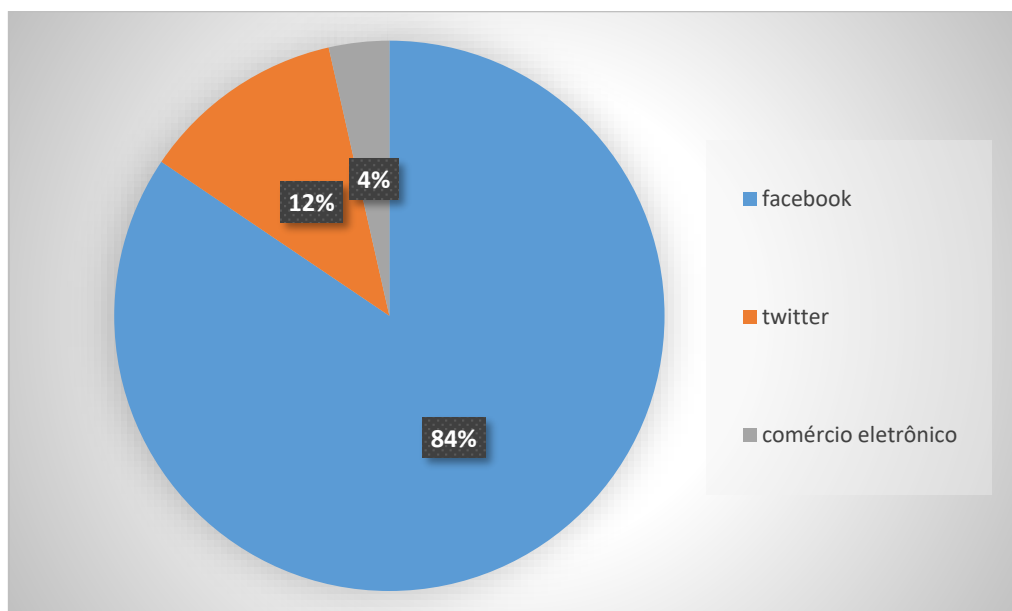
- Twitter (mídia social):
 - Pbs.twiimg.com
- Uol (site de notícias):
 - Imguol.com
 - Jsul.com
- Made Lustre (empresa de comércio de iluminação):
 - www.madelustre.com.br
- Luminaria de Acrilico (empresa de comércio de iluminação):
 - www.luminariadeacrilico.com.br
- Pier (empresa de comércio de iluminação):
 - www.pierbr.com.br



Top 10 destinos (somatório das duas turmas)

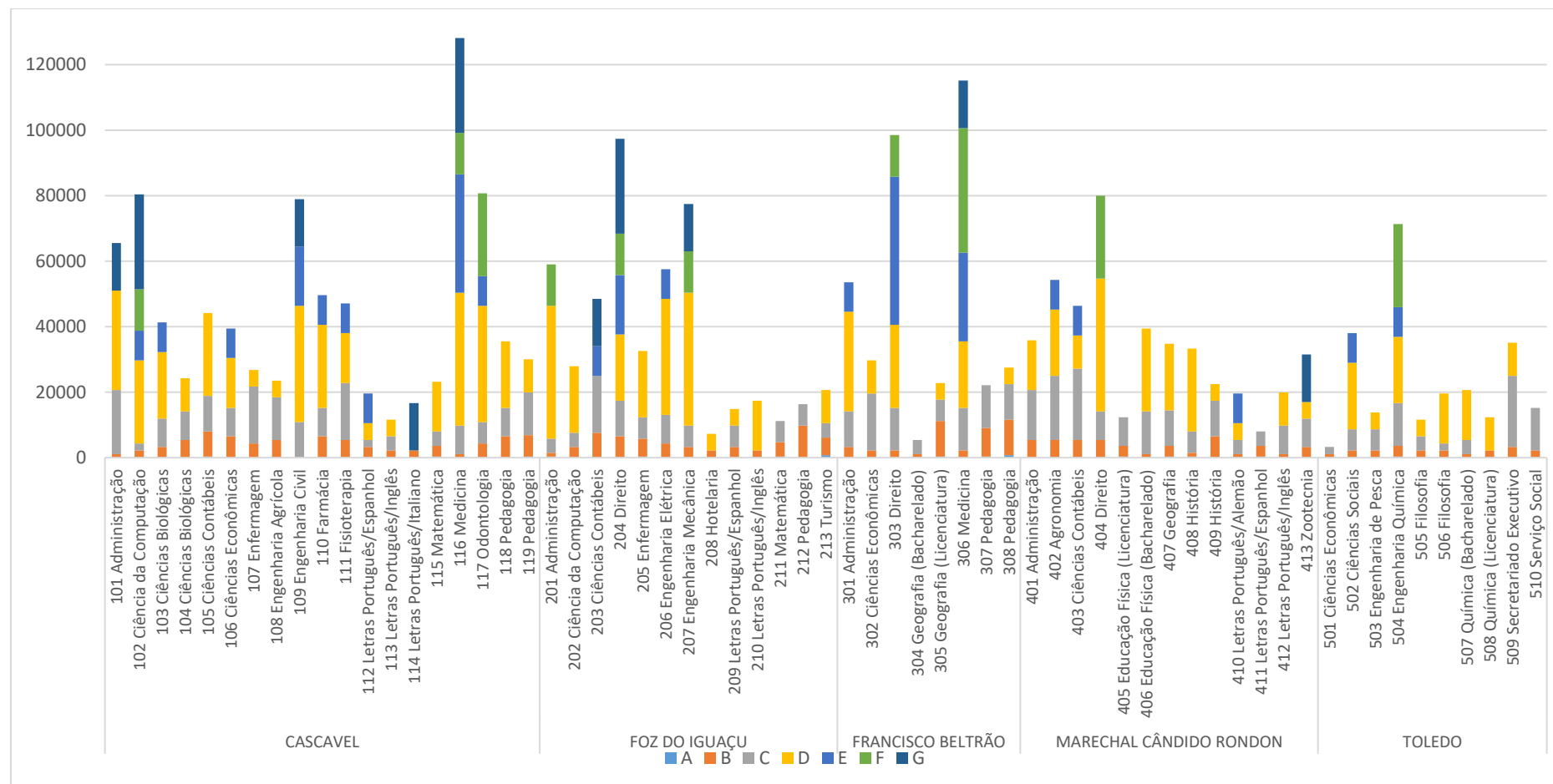


Top 10 Engenharia de Pesca 2011



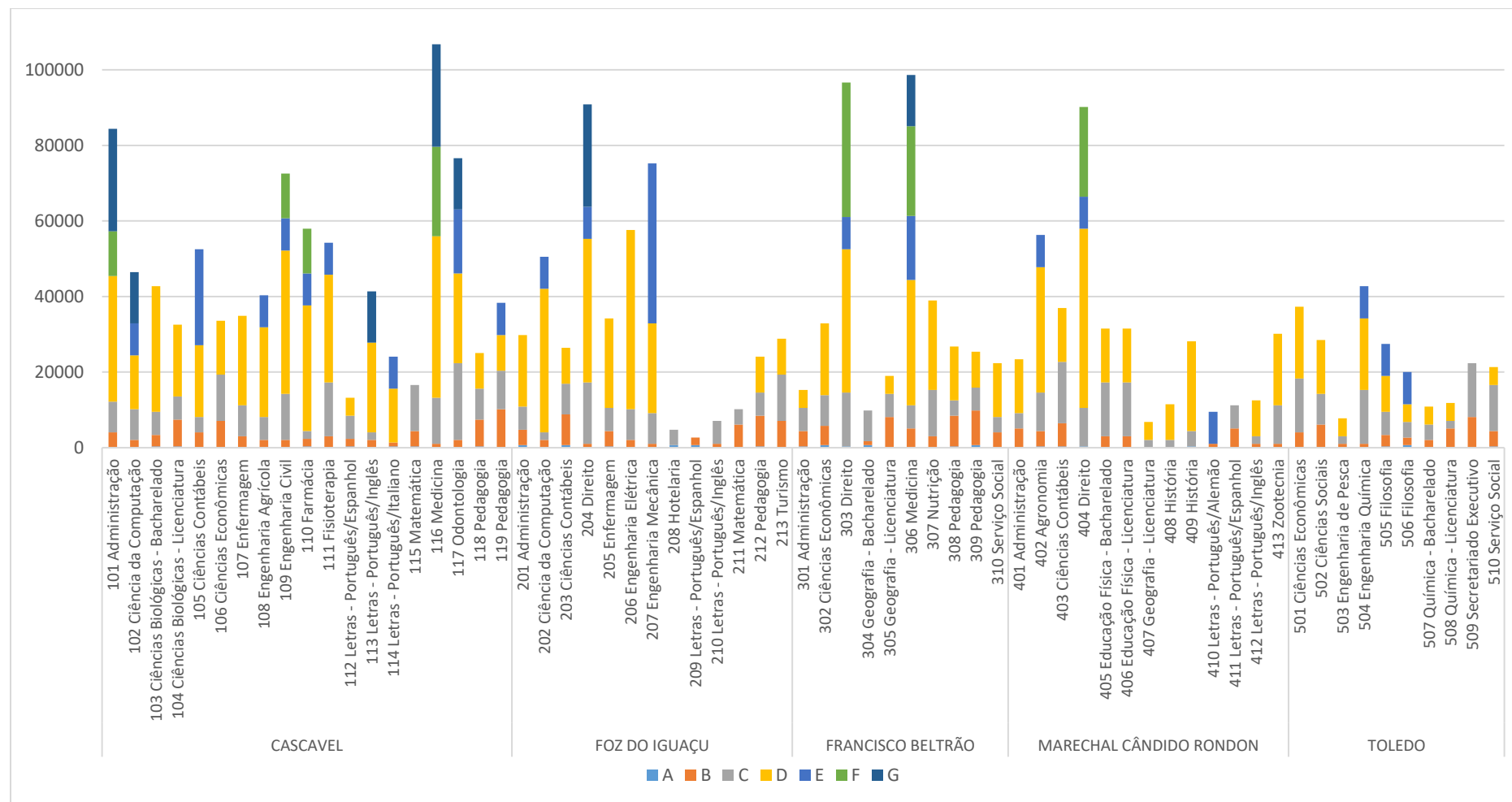
Anexo 02 – Gráficos relativos a levantamento da questão 3 do questionário sócio educacional, renda, por ano:

Gráfico 12 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2014



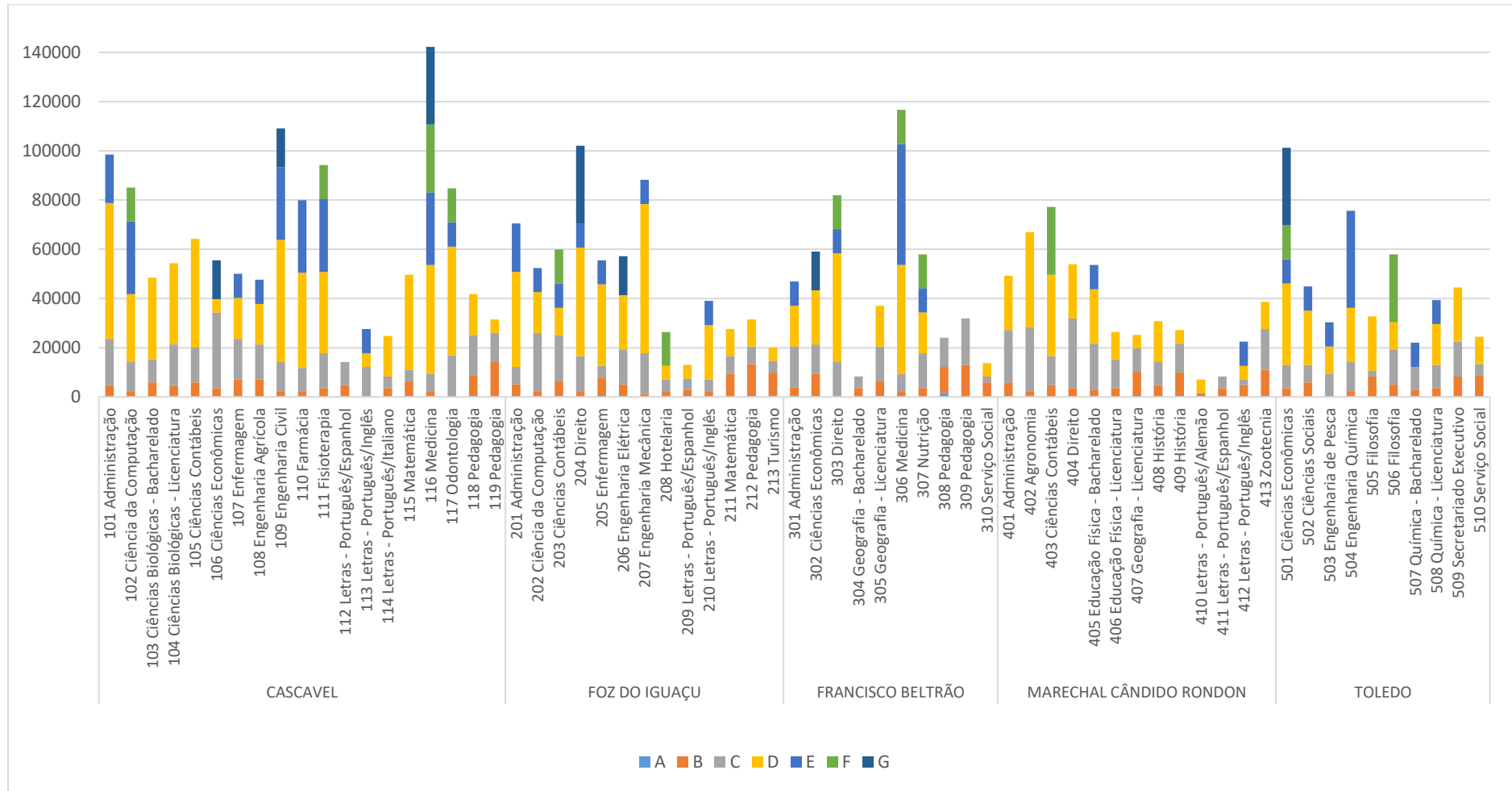
Fonte: dados do autor

Gráfico 13 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2015



Fonte: dados do autor

Gráfico 14 - Distribuição da Renda – ano de ingresso 2016



Fonte: dados do autor

Anexo 03 - Formulário aplicado no período de 15/02/2018 a 01/03/2018:

Perguntas:

Registro Acadêmico:

Ano de Ingresso:

Campus:

Curso:

Dentre as mídias sociais abaixo, quais você utiliza? (caixa de seleção)

Facebook

Youtube

Linkedin

Google+

Outros

Com que frequência você utiliza mídias sociais através da leitura ou postagem de conteúdos ou comentários? (múltipla escolha)

Nunca ou menos de 1 vez por mês

De 1 a 3 vezes por mês

Toda semana

Todo dia

Mais de 1 vez por dia

Dentro dos seus usos de mídias sociais, quais são os principais focos de sua utilização? (caixa de seleção)

Visualização/Leitura de conteúdos

Postagem de conteúdos

Visualização/Leitura de comentários

Postagem de comentários

Com qual finalidade você utiliza as mídias sociais? (caixa de seleção)

Lazer / entretenimento / diversão

Contato pessoal / familiar

Contato profissional

Busca por conteúdo acadêmico

Já encontrou nas mídias sociais conteúdo relacionado a matérias das disciplinas do seu curso? (múltipla escolha)

Sim

Não

Já utilizou conteúdo encontrado nas mídias sociais em sala de aula? (múltipla escolha)

Sim

Não

Os conteúdos encontrados das mídias sociais são diferentes, conflitantes ou divergentes do que é ensinado em sala de aula? (múltipla escolha)

- Sim
- Não
- Parcialmente

O conteúdo acadêmico visto nas mídias sociais alteraram a percepção do aprendizado? (múltipla escolha)

- Positivamente
- Negativamente
- Indiferente

Você trabalha atualmente? (múltipla escolha)

- Sim
- Não

Você é o principal responsável pela sua subsistência? (múltipla escolha)

- Sim
- Não

A renda total mensal de sua família se situa na faixa: (múltipla escolha)

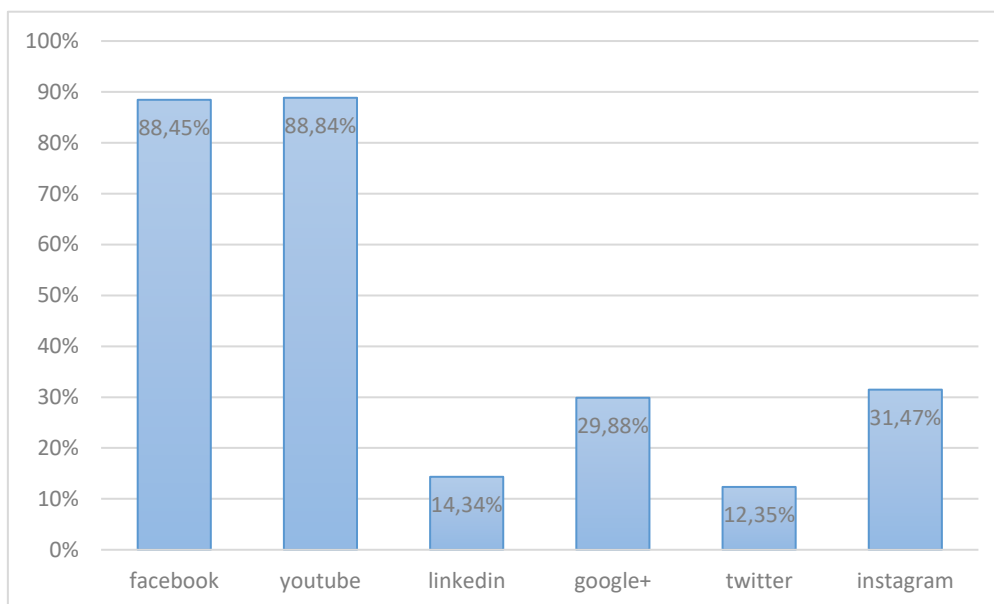
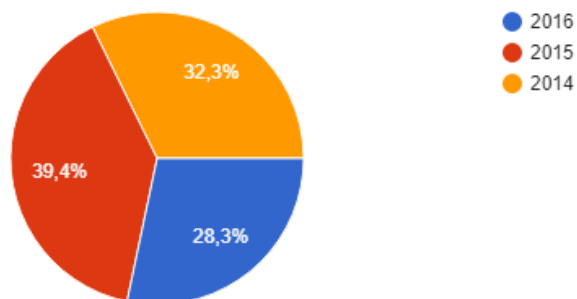
- menos de 01 salário mínimo (R\$ 880,00)
- De 01 a 02 salários mínimos (R\$ 880,01 a R\$ 1.760,00)
- De 03 a 04 salários mínimos (R\$ 1.760,01 a R\$ 3.520,00)
- De 05 a 10 salários mínimos (R\$ 3.520,01 a R\$ 8.800,00)
- De 16 a 20 salários mínimos (R\$ 8.800,01 a R\$ 17.600,00)
- Mais de 20 salários mínimos

Deixe seu comentário, dúvida ou questionamento (não é obrigatório): (questão aberta)

Anexo 04 - Gráficos gerados pelas respostas ao questionário do anexo 03:

Ano de Ingresso

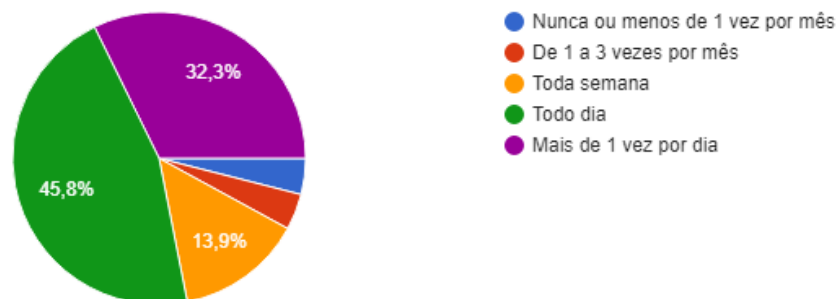
251 respostas



Obs: este gráfico não foi gerado pelo sistema de coleta.

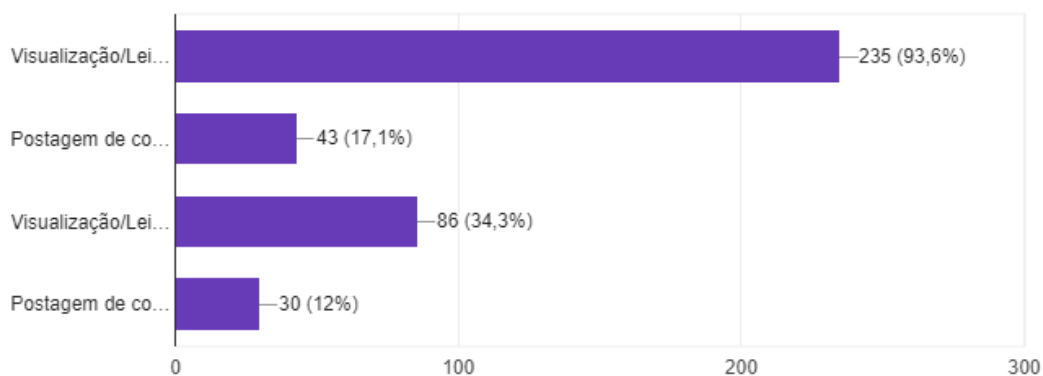
Com que frequência você utiliza mídias sociais através da leitura ou postagem de conteúdos ou comentários?

251 respostas



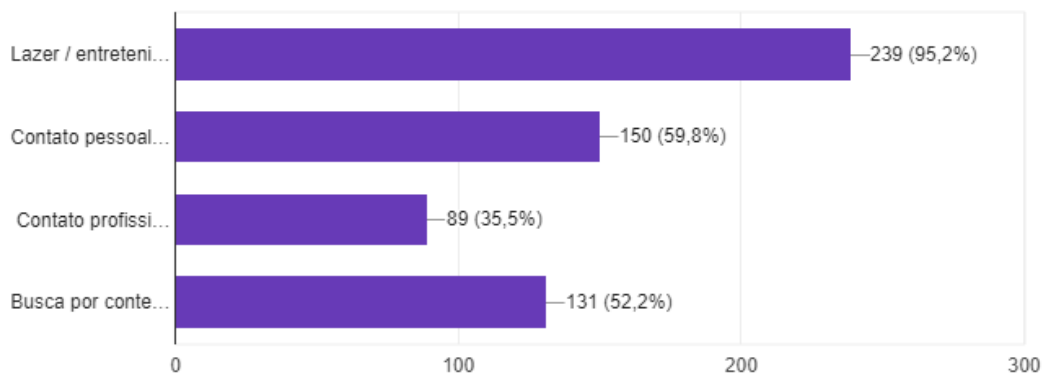
Dentro dos seus usos de mídias sociais, quais são os principais focos de sua utilização?

251 respostas



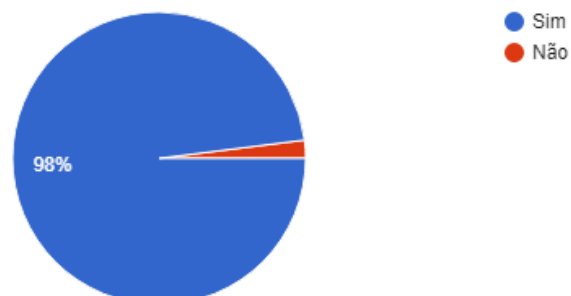
Com qual finalidade você utiliza as mídias sociais?

251 respostas



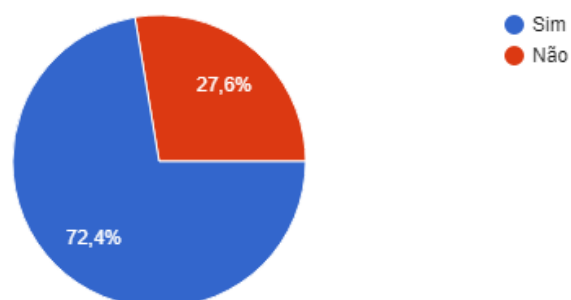
Já encontrou nas mídias sociais conteúdo relacionado a matérias das disciplinas do seu curso?

251 respostas



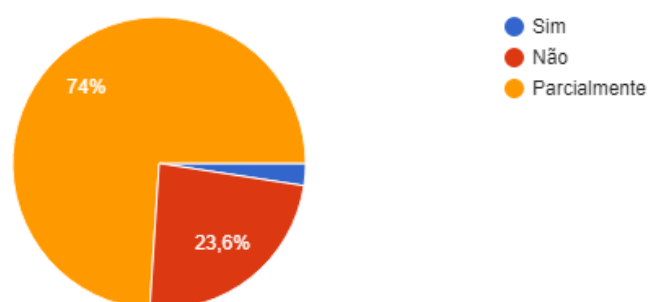
Já utilizou conteúdo encontrado nas mídias sociais em sala de aula?

246 respostas



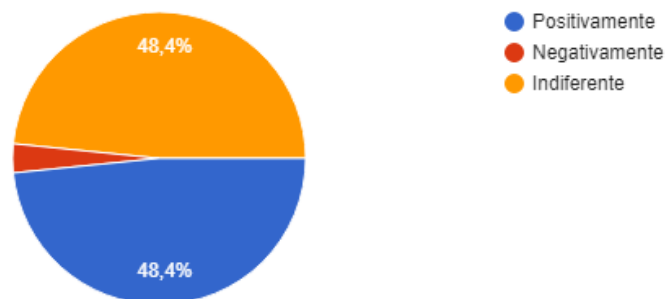
Os conteúdos encontrados das mídias sociais são diferentes, conflitantes ou divergentes do que é ensinado em sala de aula?

246 respostas



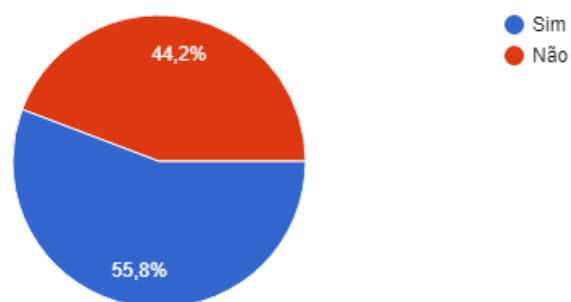
O conteúdo acadêmico visto nas mídias sociais alteraram a percepção do aprendizado?

188 respostas



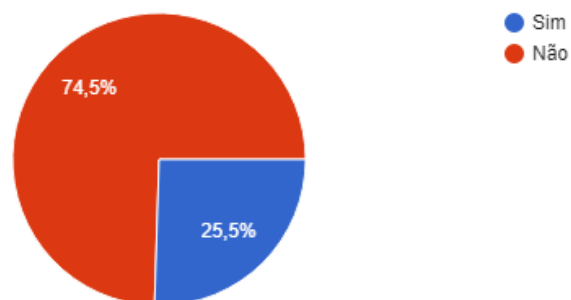
Você trabalha atualmente?

251 respostas



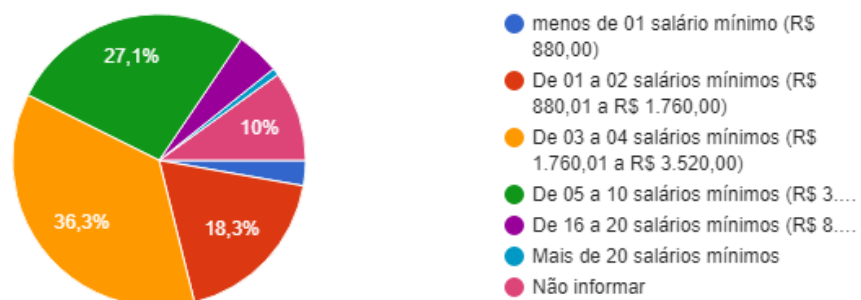
Você é o principal responsável por sua subsistência?

251 respostas



A renda total mensal de sua família se situa na faixa:

251 respostas



Anexo 05 – Tabela de valores relativos a questionário Sócio Educacional, fator Renda, por ano, por campi e por curso:

Crs_Codigo	(All)
Crs_Descricao	(All)
Row Labels	QstScEdcRsp_RspQuestao-3-em-nmr-salarios
2014	2765,00
CASCADEL	998,00
101 Administração	78,00
102 Ciência da Computação	97,00
103 Ciências Biológicas	46,00
104 Ciências Biológicas	27,00
105 Ciências Contábeis	47,00
106 Ciências Econômicas	44,00
107 Enfermagem	33,00
108 Engenharia Agrícola	28,00
109 Engenharia Civil	92,00
110 Farmácia	54,00
111 Fisioterapia	55,00
112 Letras Português/Espanhol	22,00
113 Letras Português/Inglês	13,00
114 Letras Português/Italiano	22,00
115 Matemática	24,00
116 Medicina	153,00
117 Odontologia	91,00
118 Pedagogia	38,00
119 Pedagogia	34,00
FOZ DO IGUAÇU	550,00
201 Administração	63,00
202 Ciência da Computação	29,00
203 Ciências Contábeis	62,00
204 Direito	119,00
205 Enfermagem	34,00
206 Engenharia Elétrica	62,00
207 Engenharia Mecânica	88,00
208 Hotelaria	7,00
209 Letras Português/Espanhol	17,00
210 Letras Português/Inglês	17,00
211 Matemática	13,00
212 Pedagogia	18,00
213 Turismo	21,00

FRANCISCO BELTRÃO	439,00
301 Administração	59,00
302 Ciências Econômicas	36,00
303 Direito	116,00
304 Geografia (Bacharelado)	7,00
305 Geografia (Licenciatura)	24,00
306 Medicina	141,00
307 Pedagogia	26,00
308 Pedagogia	30,00
MARECHAL CÂNDIDO RONDON	502,00
401 Administração	41,00
402 Agronomia	63,00
403 Ciências Contábeis	56,00
404 Direito	89,00
405 Educação Física (Licenciatura)	15,00
406 Educação Física (Bacharelado)	44,00
407 Geografia	38,00
408 História	35,00
409 História	26,00
410 Letras Português/Alemão	23,00
411 Letras Português/Espanhol	9,00
412 Letras Português/Inglês	23,00
413 Zootecnia	40,00
TOLEDO	276,00
501 Ciências Econômicas	4,00
502 Ciências Sociais	42,00
503 Engenharia de Pesca	16,00
504 Engenharia Química	84,00
505 Filosofia	13,00
506 Filosofia	20,00
507 Química (Bacharelado)	22,00
508 Química (Licenciatura)	12,00
509 Secretariado Executivo	43,00
510 Serviço Social	20,00
2015	2796,00
CASCADEL	1084,00
101 Administração	107,00
102 Ciência da Computação	60,00
103 Ciências Biológicas - Bacharelado	47,00
104 Ciências Biológicas - Licenciatura	36,00
105 Ciências Contábeis	63,00
106 Ciências Econômicas	40,00
107 Enfermagem	40,00
108 Engenharia Agrícola	47,00
109 Engenharia Civil	87,00
110 Farmácia	67,00

111 Fisioterapia	65,00
112 Letras - Português/Espanhol	16,00
113 Letras - Português/Inglês	50,00
114 Letras - Português/Italiano	27,00
115 Matemática	22,00
116 Medicina	136,00
117 Odontologia	99,00
118 Pedagogia	29,00
119 Pedagogia	46,00
FOZ DO IGUAÇU	522,00
201 Administração	33,00
202 Ciência da Computação	56,00
203 Ciências Contábeis	30,00
204 Direito	116,00
205 Enfermagem	38,00
206 Engenharia Elétrica	64,00
207 Engenharia Mecânica	93,00
208 Hotelaria	6,00
209 Letras - Português/Espanhol	2,00
210 Letras - Português/Inglês	10,00
211 Matemática	12,00
212 Pedagogia	27,00
213 Turismo	35,00
FRANCISCO BELTRÃO	461,00
301 Administração	18,00
302 Ciências Econômicas	37,00
303 Direito	120,00
304 Geografia - Bacharelado	13,00
305 Geografia - Licenciatura	22,00
306 Medicina	123,00
307 Nutrição	46,00
308 Pedagogia	29,00
309 Pedagogia	28,00
310 Serviço Social	25,00
MARECHAL CÂNDIDO RONDON	450,00
401 Administração	26,00
402 Agronomia	65,00
403 Ciências Contábeis	45,00
404 Direito	108,00
405 Educação Física - Bacharelado	39,00
406 Educação Física - Licenciatura	39,00
407 Geografia - Licenciatura	8,00
408 História	13,00
409 História	31,00
410 Letras - Português/Alemão	12,00
411 Letras - Português/Espanhol	14,00

412 Letras - Português/Inglês	14,00
413 Zootecnia	36,00
TOLEDO	279,00
501 Ciências Econômicas	45,00
502 Ciências Sociais	33,00
503 Engenharia de Pesca	9,00
504 Engenharia Química	53,00
505 Filosofia	33,00
506 Filosofia	24,00
507 Química - Bacharelado	13,00
508 Química - Licenciatura	13,00
509 Secretariado Executivo	29,00
510 Serviço Social	27,00
2016	3434,00
CASCAVEL	1259,00
101 Administração	100,00
102 Ciência da Computação	91,00
103 Ciências Biológicas - Bacharelado	47,00
104 Ciências Biológicas - Licenciatura	55,00
105 Ciências Contábeis	63,00
106 Ciências Econômicas	67,00
107 Enfermagem	53,00
108 Engenharia Agrícola	50,00
109 Engenharia Civil	115,00
110 Farmácia	82,00
111 Fisioterapia	100,00
112 Letras - Português/Espanhol	16,00
113 Letras - Português/Inglês	31,00
114 Letras - Português/Italiano	24,00
115 Matemática	46,00
116 Medicina	156,00
117 Odontologia	88,00
118 Pedagogia	43,00
119 Pedagogia	32,00
FOZ DO IGUAÇU	665,00
201 Administração	70,00
202 Ciência da Computação	58,00
203 Ciências Contábeis	66,00
204 Direito	111,00
205 Enfermagem	53,00
206 Engenharia Elétrica	62,00
207 Engenharia Mecânica	88,00
208 Hotelaria	29,00
209 Letras - Português/Espanhol	13,00
210 Letras - Português/Inglês	39,00
211 Matemática	27,00

212 Pedagogia	30,00
213 Turismo	19,00
FRANCISCO BELTRÃO	502,00
301 Administração	50,00
302 Ciências Econômicas	63,00
303 Direito	85,00
304 Geografia - Bacharelado	9,00
305 Geografia - Licenciatura	38,00
306 Medicina	122,00
307 Nutrição	63,00
308 Pedagogia	24,00
309 Pedagogia	35,00
310 Serviço Social	13,00
MARECHAL CÂNDIDO RONDON	509,00
401 Administração	52,00
402 Agronomia	70,00
403 Ciências Contábeis	81,00
404 Direito	59,00
405 Educação Física - Bacharelado	57,00
406 Educação Física - Licenciatura	28,00
407 Geografia - Licenciatura	25,00
408 História	31,00
409 História	28,00
410 Letras - Português/Alemão	6,00
411 Letras - Português/Espanhol	9,00
412 Letras - Português/Inglês	23,00
413 Zootecnia	40,00
TOLEDO	499,00
501 Ciências Econômicas	112,00
502 Ciências Sociais	45,00
503 Engenharia de Pesca	33,00
504 Engenharia Química	81,00
505 Filosofia	30,00
506 Filosofia	64,00
507 Química - Bacharelado	25,00
508 Química - Licenciatura	41,00
509 Secretariado Executivo	45,00
510 Serviço Social	23,00
Grand Total	8995,00

Anexo 06 – Incursão nas mídias sociais, levantamento no Facebook, conforme sorteio dentro das turmas com maior e menor Renda, por ano, por campi e por curso:

ano	campus	curso	cont eúd o aca dê mic o	possí vel con teú do aca dê mic o	perf il nã o enc ontr ado	mediaD eNotas DeProv asDeTo dasMatr iculasD oPeriod o	médi a da turma	índice de postag ens da turma (média mais média dividid a)		percent ual de postage ns compar ados a notas mais altas	Acadêmicos que responderam questionário		
31018	2014	cvel	Letras	2	2		77,06	73,31	2,33	não	0	33%	113 Letras Português/Inglês
30126	2014	cvel	Letras	4	0	*	92,39			sim	1		n
30128	2014	cvel	Letras	0	0		86,26			não	0		n
30565	2014	cvel	Medicina	4	2		50,89	54,85	1,50	não	0	0%	n
31090	2014	cvel	Medicina	0	2		54,82			não	0		116 Medicina
31093	2014	cvel	Medicina	0	0		51,21			não	0		n
19219													
4	2014	cvel	Medicina			*	57,11			não	0		n
30597	2014	cvel	Medicina	0	0		53,75			não	0		n

31066	2014	foz	Hotelaria	0	0	0	29,93	0,00	não	0	33%	n
31068	2014	foz	Hotelaria		*	0			não	0		n
30313	2014	foz	Hotelaria	0	0	89,8			sim	1		n
30709	2014	foz	Direito	0	1	71,71	84,81	0,38	não	0	20%	n
30683	2014	foz	Direito	0	1	80,21			não	0		n
30825	2014	foz	Direito	0	1	92,54			sim	1		204 Direito
30870	2014	foz	Direito			82,56			não	0		n
31241	2014	foz	Direito	0	0	85,89			não	0		n
30742	2014	fbe	Geografia	0	0	87,77	69,22	0,00	sim	1	67%	n
30948	2014	fbe	Geografia	0	0	40,05			não	0		n
31120	2014	fbe	Geografia	0	0	79,85			sim	1		n
30588	2014	fbe	Medicina	0	1	81,41	77,92	0,20	sim	1	20%	n
30586	2014	fbe	Medicina	0	1	65,68			não	0		n
31708	2014	fbe	Medicina	0	0	72,96			não	0		n
30572	2014	fbe	Medicina	0	0	74,97			não	0		n
23612	2014	fbe	Medicina	0	0	80,12			não	0		n
31248	2014	mcr	Letras		*	81,7	81,68		#DIV/0! !	#DIV/0! !	0%	n
30918	2014	mcr	Letras		*	80,34			#DIV/0! !	#DIV/0! !		411 Letras Português/Espan hol
30732	2014	mcr	Letras		*	85,37			#DIV/0! !	#DIV/0! !		n
31367	2014	mcr	Direito	2	3	75,31	80,31	0,70	não	0	0%	n

30372	2014	mcr	Direito	0	0	85,75		não	0	n	
31033	2014	mcr	Direito	0	0	85,94		não	0	n	
30362	2014	mcr	Direito	0	0	72,69		não	0	n	
31030	2014	mcr	Direito	0	0	81,5		não	0	n	
30635	2014	tow	Ciências Econômicas	*		56,23	48,40	! !	#D IV/ 0!	0%	n
30894	2014	tow	Ciências Econômicas	*		40,56		!	#D IV/ 0!		501 Ciências Econômicas n
31118	2014	tow	Engenharia Química	1	2	72,58	67,06	0,60 sim	1	20%	504 Engenharia Química
30250	2014	tow	Engenharia Química	1	0	65,57		não	0		n
30168	2014	tow	Engenharia Química	0	0	66,31		não	0		n
30170	2014	tow	Engenharia Química	0	0	33,7		não	0		n
30246	2014	tow	Engenharia Química	0	0	63,25		não	0		n
24127	2015	cvel	Letras	0	0	87,52	53,42	1,00 não	0	20%	112 Letras - Português/Espan hol
39712	2015	cvel	Letras		*	8,17		não	0		n
39386	2015	cvel	Letras	0	3	81,11		sim	1		n
39720	2015	cvel	Letras	2	1	83,09		não	0		n
40580	2015	cvel	Letras	0	0	9,15		não	0		n
39983	2015	cvel	Medicina	0	0	51,72	77,93	0,63 não	0	60%	n
39985	2015	cvel	Medicina	0	0	90		sim	1		n

39998	2015	cvel	Medicina	0	0		86,77		sim	1	n	
38811	2015	cvel	Medicina		*		68,72		não	0	n	
18867												
7	2015	cvel	Medicina	1	3		78,85		sim	1	n	
40623	2015	foz	Letras	0	0		0	58,36	1,25	não	0	33% n
40614	2015	foz	Letras	2	1	*	77,82		sim	1	n	
39566	2015	foz	Letras		*		83,41		não	0	n	
40735	2015	foz	Direito		*		75,4	86,01	0,00	não	0	60% 204 Direito
40652	2015	foz	Direito		*		87		sim	1	n	
40060	2015	foz	Direito	0	0		94,13		sim	1	n	
40708	2015	foz	Direito	0	0		89,13		sim	1	204 Direito	
40929	2015	foz	Direito	0	0		83,5		não	0	n	
40387	2015	fbe	Geografia	0	0		49,54	77,24	0,00	não	0	60% n
39054	2015	fbe	Geografia	0	0		80,68		sim	1	n	
40194	2015	fbe	Geografia	0	0		79,29		sim	1	n	
32712	2015	fbe	Geografia	0	0		87,54		sim	1	305 Geografia - Licenciatura	
41176	2015	fbe	Geografia	0	0		73,75		não	0	n	
40400	2015	fbe	Medicina	1	2		85,09	82,61	1,50	sim	1	40% n
40621	2015	fbe	Medicina	0	0		83,12		não	0	n	
39764	2015	fbe	Medicina	4	1		81,61		não	0	n	
39753	2015	fbe	Medicina	0	0		67,55		não	0	n	
39732	2015	fbe	Medicina	0	2		89,33		sim	1	306 Medicina	
40675	2015	mcr	Geografia	0	0		72,91	79,27	2,00	não	0	50% n
40694	2015	mcr	Geografia	0	8		85,63		sim	1	n	

39295	2015	mcr	Direito	0	0	66,42	73,32	0,75	não	0	20%	n
39748	2015	mcr	Direito		*	62,95			não	0		n
41289	2015	mcr	Direito	0	0	64,94			não	0		n
39744	2015	mcr	Direito	0	1	71,53			não	0		n
39544	2015	mcr	Direito	1	3	77,17			sim	1		n
39423	2015	tow	Engenharia de Pesca	1	1	67,08	48,27	0,75	sim	1	33%	503 Engenharia de Pesca
18027			Engenharia de Pesca		*	37,7			não	0		n
8	2015	tow	Engenharia de Pesca							0		n
39457	2015	tow	Engenharia de Pesca	0	0	40,02			não	0		n
39771	2015	tow	Engenharia Química	6	1	83,61	63,23	1,90	sim	1	60%	504 Engenharia Química
39453	2015	tow	Engenharia Química	0	0	78,74			não	0		n
39431	2015	tow	Engenharia Química	0	2	77,57			sim	1		n
39869	2015	tow	Engenharia Química	0	0	83,4			não	0		n
40972	2015	tow	Engenharia Química	1	2	74,68			sim	1		n
48473	2016	cvel	Letras	3	1	80,78	68,20	1,10	sim	1	20%	n
40674	2016	cvel	Letras	2	0	50,16			não	0		n
48256	2016	cvel	Letras	0	0	6,67			não	0		112 Letras - Português/Espanhol
47614	2016	cvel	Letras	0	0	84,11			não	0		n
40674	2016	cvel	Letras	0	0	50,16			não	0		n

48471	2016	cvel	Medicina	2	5	87,54	72,23	2,17	sim	1	20%	n
47512	2016	cvel	Medicina		*	71,86			não	0		n
47537	2016	cvel	Medicina		*	80,88			não	0		n
47479	2016	cvel	Medicina	0	3	67,21			não	0		n
47533	2016	cvel	Medicina	0	1	63,02			não	0		n
44578	2016	foz	Letras		*	0	72,64	2,00	não	0	25%	n
48734	2016	foz	Letras		*	86,53			não	0		n
47253	2016	foz	Letras	2	0	98,15			sim	1		n
47261	2016	foz	Letras		*	91,21			não	0		n
48782	2016	foz	Direito		*	63,8	71,21	0,00	não	0	80%	n
47905	2016	foz	Direito	0	0	80,5			sim	1		n
47932	2016	foz	Direito	0	0	74,83			sim	1		n
49083	2016	foz	Direito		*	75,92			sim	1		n
48571	2016	foz	Direito	0	0	83,67			sim	1		n
18395												
1	2016	fbe	Geografia		*	72,24	84,02	1,00	não	0	20%	n
47753	2016	fbe	Geografia		*	83,6			não	0		n
48248	2016	fbe	Geografia		*	95,62			não	0		n
47989	2016	fbe	Geografia		*	82,31			não	0		n
48236	2016	fbe	Geografia	1	0	86,31			sim	1		n
46931	2016	fbe	Medicina	1	1	87,85	84,74	0,38	sim	1	20%	n
47074	2016	fbe	Medicina		*	90,8			não	0		n
46970	2016	fbe	Medicina	0	0	90,55			não	0		n
47183	2016	fbe	Medicina	0	0	86,27			não	0		n
46897	2016	fbe	Medicina	0	0	84,25			não	0		306 Medicina

40534	2016	mcr	Letras		*	90,61	66,84	0,00	sim	1	67%	n
48158	2016	mcr	Letras	0	0	76,25			sim	1		n
48185	2016	mcr	Letras	0	0	33,67			não	0		n
48124	2016	mcr	Ciências Contábeis	0	0	70,62	68,40	0,00	sim	1	60%	n
48101	2016	mcr	Ciências Contábeis	0	0	85,97			sim	1		n
40736	2016	mcr	Ciências Contábeis		*	59,3			não	0		n
48105	2016	mcr	Ciências Contábeis	0	0	80,45			sim	1		n
41612	2016	mcr	Ciências Contábeis	0	0	56,68			não	0		n
47381	2016	tow	Química	3	0	62	52,75	1,00	sim	1	25%	n
47729	2016	tow	Química	0	0	82			não	0		n
47190	2016	tow	Química	0	0	53,18			não	0		n
48376	2016	tow	Química		*	37,91			não	0		n
31338	2016	tow	Ciências Econômicas	0	0	71,96	59,88	0,83	não	0	20%	n
40274	2016	tow	Ciências Econômicas		*	5,34			não	0		n
47968	2016	tow	Ciências Econômicas		*	81,08			não	0		n
48657	2016	tow	Ciências Econômicas	1	3	62,12			sim	1		n
47208	2016	tow	Ciências	0	0	79,48			não	0		n

Econômica
s

Anexo 07 – Desempenho acadêmico x Escolaridade dos Pais, questões 1 e 2 do questionário Sócio Educacional, para os cursos de maior e menor Renda, por ano, campi e curso:

