

Um estudo sobre as Redes Sociais: Como usá-las para o “bem”

Autores: Ícaro de Souza Nogueira

Gabriel dos Santos Silva

Bruno Henrique Rocha Silva

Hulley Uziel Deyvison Carneiro Campos

Bruno Nascimento de Oliveira

Orientador: Gerson do Carmo Argolo

E-mail: icaronogueira16@hotmail.com

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, Campus Barreiras.

Palavras-chave: rede social, ferramenta, utilização.

1. Introdução

As redes sociais ganharam força nos últimos dez anos. Foram conquistando espaço entre os internautas por oferecer mecanismos muito eficientes de relacionamento, compartilhamento de informações, e discussão. Cada uma destas redes surge com um objetivo, um foco, seja este o mais fútil ou o mais político possível. Entretanto nem sempre tal objetivo é cumprido e se altera ao decorrer de sua popularização e utilização, sendo em sua grande maioria uma exploração na divulgação excessiva de propagandas, visando somente o lucro. Cada vez menos vemos redes sociais que incentivem uma discussão livre, que deixe a futilidade de lado, e que não incentive o mau uso das regras gramaticais ou ainda todo tipo de preconceito ou atos ilícitos.

Através de nossa pesquisa reunimos dados a respeito da utilização das redes sociais. Percebemos a necessidade, e possibilidade, de sugerir e incentivar a utilização as ferramentas de relacionamento para fins mais construtivos, direcionados à área do conhecimento.

2. Métodos e Fundamentação Teórica

Partindo do princípio da má utilização das redes sociais, iniciamos uma pesquisa entre os internautas da cidade de Barreiras, oeste da Bahia. Dividimos em dois grupos levando em consideração a faixa de idade. Foram realizadas ainda diversas pesquisas a respeito das redes mais utilizadas pelos entrevistados com a finalidade de descobrir a forma de como está sendo utilizada, e posteriormente sugerir uma nova forma de uso.

Tomamos como base as três redes de relacionamento mais utilizadas entre os pesquisados, o Orkut (que surge em 2004, com a ideia de aproximar pessoas com interesses semelhantes e

que poderiam interagir através das comunidades), o Twitter (que aparece em 2006, e é basicamente um *micro blog*, trabalhando com mensagens mais curtas e objetivas) e o Facebook (que surge em 2004, e se caracteriza como a rede mais “despretensiosa”). São redes distintas, que surgem em momentos e quadros diferentes da sociedade, o que se reflete em um objetivo, e uma forma de alcançar este, completamente específica.

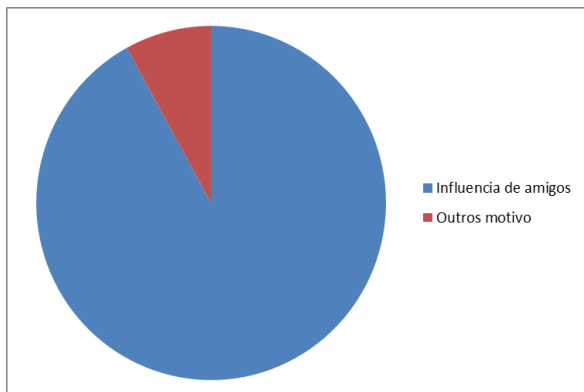
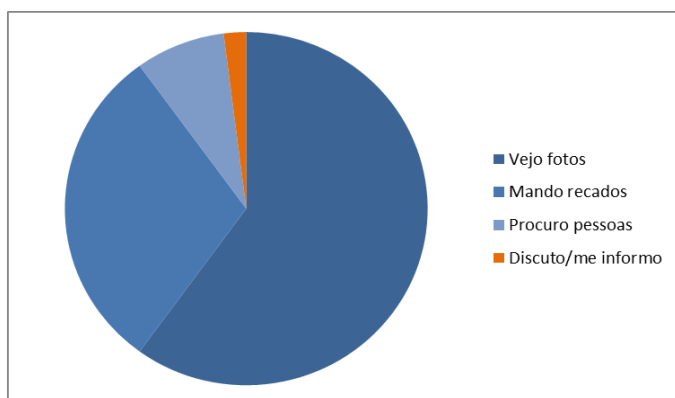


Figura 1. Por que você usa as redes sociais?

O grupo de entrevistados foi dividido em dois: Grupo 1 (jovens, de 13 a 22 anos), e Grupo 2 (adultos, de 23 a 35 anos). Coletando dados, constou que 100% dos entrevistados do Grupo 1 utiliza algum tipo de redes sociais, e 92% destes começaram a utilizar por influência de amigos. Do Grupo 2, apenas 65% afirma utilizar alguma destas redes, porém 84% já utilizaram algum dia.

Outro dado explorado na pesquisa foi referente à produtividade do uso das redes sociais, onde 98% dos entrevistados do Grupo 1 nunca utilizaram com finalidade construtiva, em relação a discussões e produtividade da ferramenta, assim como 55% do Grupo 2 .



Outro ponto estudado através das pesquisas foi o da alienação. De forma fatídica, 100% dos dois grupos não se acham alienados, o que caracteriza um paradoxo, pois quem não questiona ou não busca melhorias, o melhor adjetivo a ser atribuído é “alienado”.

3. Resultados e discussão

Analisando os dados obtidos através da pesquisa, e comparando com o breve histórico apresentado das três redes sociais mais utilizadas, percebemos que em praticamente nenhum caso a utilização da rede corresponde ao objetivo de seu criador. Dentre os usuários do Orkut, encontramos entre as principais utilizações o compartilhamento de fotos, e busca por informações fúteis. O Facebook, despretensioso desde o início, consegue cumprir o seu “papel” mais adequadamente instigando os usuários a buscar várias páginas de diversas áreas no próprio site. O Twitter acaba servindo como um diário eletrônico, onde as celebridades são os principais protagonistas.

Os resultados também comprovam a afirmação de que as formas de difusão das redes sociais impedem que a utilização destas ocorra de maneira mais satisfatória. O que vemos, muitas

vezes, é uma rede social que impede a produtividade, delimita o usuário. Grande parte da sociedade peca em considerar como inimigo do conhecimento um mecanismo que pode apresentar tamanho nível de comunicação e interatividade, e deixa de perceber que o que mostrará os resultados da utilização, é o interesse do usuário sobre o mecanismo utilizado.

Pensando em um caso específico para empresas, existem diversos momentos onde as redes sociais podem ser mais bem exploradas. Um sistema de suporte via Twitter, uma comunidade de discussão para publicidade, ou aprimoramento dos serviços, dentre várias outras situações. A abrangência das redes de relacionamento é, literalmente, a nível global, e isso permite um público alvo maior do que o imaginado. O atendimento pode ocorrer a tempo real, podem-se conseguir mais clientes, e o próprio empregado pode se envolver em situações como discussões, reuniões, e novas ideias. Todos os benefícios com um custo praticamente nulo.

Em outra situação, levaremos uma escola em consideração. Por meio de comunidades de discussão os alunos poderiam se envolver em decisões que afetariam toda a instituição, como por exemplo, as agremiações estudantis, e até mesmo propor novas metodologias e projetos. A escola poderia se relacionar com os alunos, assim como com seus pais, de maneira mais dinâmica. O envio digital de boletins e observações para os responsáveis dos alunos, e até mesmo reuniões pais/escola, são exemplos disto.

4. Conclusões

A sociedade criou um paradigma em relação às redes sociais. Estas são tidas como meras ferramentas de lazer, incapazes de apresentar demais funcionalidade, e deterioradas pelos próprios usuários à medida que são utilizadas. Não se percebe, por um lado, o que as redes de relacionamento oferecem. Movimentam grandes quantias de dinheiro, atingem milhões de internautas, e são capazes de influenciar atitudes, e pensamentos.

São infinitas as possibilidades de melhor aproveitamento do meio digital. Obviamente deve haver uma reeducação de todo o quadro de possíveis usuários, uma disposição de mudança. Não adianta oferecer as devidas ferramentas, se a grande massa insiste em não enxergar as possibilidades que estas oferecem. Não se propõe a abandonar o atual uso, apenas a torná-lo mais consciente.

Os níveis de discussão e interação acontecem mesmo de maneira inconsciente, e isso apenas prova o poder das redes de relacionamento. Redes que se transformam em filmes, perfis que inspiram séries, histórias que inspiram novos empreendedores, e notícias que se transmitem de um lado a outro do mundo em minutos. A informação é uma “faca de dois gumes”, ao mesmo tempo em que ela ajuda a assassinar a língua portuguesa e a transmitir montantes de vergonha alheia, ela pode ser um grande aliado à educação e à produtividade dos usuários. Deve-se saber usar o lado certo desta “faca”.

