



Influência das redes sociais no consumo de notícias¹

Claudia RESENA²

Vanessa Luiza de WALLAU³

Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz - FAG

1 Introdução

Com o avanço da tecnologia e a popularização da internet, as redes sociais estão em ascensão, transformando a nossa forma de se comunicar, principalmente em relação ao consumo de informações, pela rapidez na qual são lidas e compartilhadas pela população. As plataformas digitais passaram de ser apenas um lugar de apenas interações sociais, tornando-se um canal de circulação de informações.

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana” (Castells, 2003, p. 17).

Esta grande evolução na maneira de consumo de notícias, fez com que os jornalistas se adaptassem a essas modificações, encontrando maneiras de aproveitar as mídias, para divulgação de conteúdo noticioso, para obter um maior alcance de audiência. Essa mudança levanta desafios na vida dos profissionais, relacionado a credibilidade das informações e a disseminação de fake news.

Esta pesquisa propõe analisar como as redes sociais influenciam o consumo de notícias. Para isso, será utilizado materiais dos autores Antonio Carlos Gil (2008), com foco na análise social e metodológica, Raquel Recuero (2009), com abordagem sobre as redes, Manuel Castells (2003), que trata sobre sociedade de rede, e Henry Jenkins (2009), com o conceito de cultura de convergência. Compreender a influência da mídia

¹ Resumo expandido apresentado no GT Pesquisa na Graduação, no VIII Encontro Regional Sul de Ensino de Jornalismo (Erejor Sul).

² Acadêmica do curso de Jornalismo do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: crsilva15@minha.fag.edu.br.

³ Professora orientadora. Docente do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz. E-mail: vanessaluiza@fag.edu.br.



é essencial para refletir sobre o papel do jornalismo e suas estratégias de adaptação a esse novo cenário.

2 Fundamentação teórica

Segundo Gil (2008), a fundamentação teórica é essencial para estabelecer um estudo científico, porque determina a base dos conceitos, definições e trabalhos anteriores que sustentam a pesquisa, permitindo ao pesquisador mapear sua análise, justificar suas argumentações e contextualizar suas ideias dentro do conhecimento existente na área.

De acordo com Recuero (2008), a lógica de compartilhamentos nas redes é influenciada pelas relações sociais e pelos vínculos afetivos. A autora argumenta que os indivíduos compartilham conteúdos não apenas pelo seu valor informativo, mas também para reforçar laços sociais, afirmar identidades e construir reputações digitais. A validação da informação pode se dar mais pela confiança na fonte do que pelos critérios jornalísticos, ou seja, não pela veracidade dos fatos, mas sim pela confiança nos indivíduos.

Este comportamento dos indivíduos contribui para a formação de bolhas informacionais, que são ambientes digitais onde o algoritmo acaba personalizando conteúdos, mostrando apenas temáticas que confirmam crenças e perspectivas que cada sujeito acredita.

Os meios de comunicação em massa estão sendo substituídos por redes de comunicação digital, na qual os emissores e receptores mudam constantemente de posição (Castells, 2003, p. 139).

Já na visão de Castells (2003), a internet e as mídias digitais constituem a infraestrutura de uma nova forma de organização social: a sociedade em rede. O autor destaca que o poder na era da informação está atrelado à capacidade de gerar e controlar fluxos informacionais. O autor alerta para a fragmentação do espaço público e a vulnerabilidade aos fluxos manipulados.



A convergência não ocorre apenas através de aparelhos, mas dentro do cérebro dos consumidores individuais e através de suas interações sociais com os outros (Jenkins, 2009, p. 144)

Para o autor Henry Jenkins (2009), ele destaca a mudança de paradigma comunicacional, com o advento da cultura de convergência, em que consumidores e produtores de mídia ocupam espaços cada vez mais interativos. Ele afirma que

Considerações finais

A partir da análise dos conteúdos de cada autor é possível afirmar que as redes sociais, reconfiguraram a maneira de consumir as notícias, possibilitando um maior acesso à informação e a maior participação dos indivíduos no meio digital, mas trazendo desafios por conta da confiabilidade e fragmentação dos discursos que são compartilhados dentro de suas plataformas.

Diante deste panorama, o jornalismo enfrenta o grande desafio de reafirmar sua credibilidade e relevância no meio social, por conta da grande velocidade na qual as informações são recebidas e compartilhadas, sem a devida checagem de o que é real ou não.

As redes sociais representam simultaneamente uma ameaça e oportunidade para o meio jornalístico. Ampliando o acesso à informação, democratizando o debate público e tornando o jornalismo mais interativo com os usuários, trazendo o público mais próximo. Por outro lado, os desafios são o excesso de informações falsas, aumentando a desinformação, afetando a credibilidade dos profissionais da área.

A influência das redes sociais no consumo de notícias evidencia a necessidade de uma reconfiguração, não somente se adaptar, novas formas de letramento digital, senso crítico e responsabilidade, não somente pelos usuários que consomem das informações fornecidas nesses meios, mas também, aos produtores destes materiais.

A desinformação é o principal efeito colateral do mundo digital, esse desafio exige esforços interdisciplinares, políticas públicas, regulação adequada das plataformas e principalmente a formação de uma sociedade crítica capaz de navegar de forma ética e reflexiva nas mídias.



Referências

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. *São Paulo*: Aleph, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.