



As Redes de Relacionamento e seus Reflexos na Interação Social dos Jovens¹

Maria Amélia Miranda PIROLO²

Waldyr Gutierrez FORTES³

José Carlos DALMAS⁴

Aline Duarte PIRES⁵

Amanda Meyer GUARIBA⁶

Ana Cláudia CAMARGO⁷

Andréa da SILVA⁸

Brunno Henrique Miranda PIROLO⁹

George Alexandre SANTOS¹⁰

Lohanna ALVARENGA¹¹

Nayara DUARTE¹²

Otávio ÁVILA¹³

Patrícia Aparecida COSTA¹⁴

Paula SILVA¹⁵

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR.

RESUMO

A influência da internet no cotidiano tornou-se evidente. Na verdade, a separação do real e virtual não existe mais e a convergência das mídias já aconteceu há algum tempo. A questão é identificar até onde o virtual influencia o que está do outro lado. Embasado nessa questão, um grupo formado por professores e alunos do curso de Relações Públicas da Universidade Estadual de Londrina realizou uma pesquisa com o objetivo de verificar a influência causada pela internet aos estudantes do ensino médio da cidade de Londrina, e sua relação no aumento da procura pelos serviços prestados pelo Centro de Valorização da Vida – CVV.

PALAVRAS-CHAVE: influência; internet; estudantes; pesquisa; sociedade.

¹Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Relações Públicas, modalidade Pesquisa de Opinião.

²Orientadora do trabalho. Professora do curso de Relações Públicas, e-mail: mapirolo@uol.com.br.

³Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas, e-mail: wgfortes@bol.com.br.

⁴Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas, e-mail: dalmas@uel.br.

⁵Aluna do 7º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: alinepinhal@gmail.com.

⁶Aluna do 3º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: amandinhameyer@hotmail.com.

⁷Bacharel em Relações Públicas, e-mail: aninhaccamargo@hotmail.com.

⁸Aluna do 7º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: andreasilva@sercomtel.com.br.

⁹Aluno do 3º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: brunnoheriquem@gmail.com.

¹⁰Aluno líder do grupo e estudante do 5º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: george.alexandre@gmail.com.

¹¹Aluna do 5º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: lohanna29@hotmail.com.

¹²Aluna do 7º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: nayarapduarte@gmail.com.

¹³Aluno do 5º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: ota_vez@hotmail.com.

¹⁴Aluna do 3º. semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: patsereia@hotmail.com.

¹⁵Bacharel em Relações Públicas, e-mail: paula.rpp@gmail.com.



1. INTRODUÇÃO

A influência da internet no cotidiano tornou-se evidente. Na verdade, a separação do real e virtual não existe mais e a convergência das mídias já aconteceu há algum tempo. A questão é identificar até onde o virtual influencia o que está do outro lado.

No início, o uso da Internet era limitado ao hábito de checar os e-mails duas vezes por dia, e isso já era considerado um absurdo. Atualmente, essa rotina mudou por completo, pois foi estabelecida uma maior interatividade na rede por meio da criação das salas de bate papo, o que modificou expressivamente o seu uso e viabilizou a comunicação rápida entre pessoas que não se conheciam previamente, ampliando assim, a rede de contatos dos internautas. Essas salas são locais coletivos que possuem recursos para individualizar as conversas. A partir daí, surgiram novos programas, como o MSN, que facilitaram também a comunicação entre amigos do ambiente social real. Neste caso, as relações virtuais não substituem as relações reais, mas sim acrescentam.

No Brasil, o tempo médio de uso de internet já chegou a ficar em primeiro lugar no ranking de 12 países monitorados pelo Ibope/NetRatings, isso se deve principalmente pelo grande número de jovens no país. De acordo com o estudo, 88,7% dos brasileiros monitorados navegaram por portais, buscadores e comunidades, categoria que inclui salas de bate-papo e páginas pessoais, como blogs e sites de relacionamento.

Dentre os sites de relacionamento pode-se destacar, principalmente, o Orkut, que conta com uma imensa popularidade no Brasil. O país aparece com o maior número de membros, cerca de 55,29%, num total de sessenta milhões de cadastrados. (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Comunidades>).

Na pesquisa desenvolvida observa-se que a adesão dos jovens, em sua maioria estudantes, às novas tecnologias não resulta somente em intermináveis horas de navegação e isolamento social, mas também restringe cada vez mais o número de amizades verdadeiras em que se pode confiar problemas e assuntos pessoais e que levam a expressão de emoções e ao contato físico. A internet enfraquece o conceito de “amizade”, que simboliza não somente quantidade, como também o nível de confiança desta relação. Em meio a tantos amigos virtuais, torna-se cada dia mais escasso o número de amizades que permitam um contato face a face constante entre os jovens.



Em meio a este contexto, destaca-se o trabalho conduzido pelo Centro de Valorização da Vida – CVV, serviço gratuito de apoio moral e prevenção ao suicídio. Trata-se de uma instituição filantrópica, sem fins lucrativos, atuante em diversas metrópoles brasileiras, sendo uma delas a cidade de Londrina, onde se estabeleceu em 1980. Atualmente, conta com 2.500 voluntários em todo o país, que se solidarizam com aqueles que necessitam de apoio moral ou simplesmente de um amigo para desabafar, tendo a certeza de que esse manterá o anonimato das informações transmitidas.

Logo, o aumento da procura dos jovens por atendimento, foi o motivo que levou o CVV a procurar o Curso de Relações Públicas da Universidade Estadual de Londrina, para realizar uma pesquisa, a fim de descobrir a causa dessa procura.

2. OBJETIVOS

2.1 Gerais

Verificar se existe um paralelo entre a amizade virtual com a real no relacionamento dos estudantes do ensino médio de Londrina;

Averiguar o conhecimento dos estudantes em relação às atividades desenvolvidas pelo CVV na região.

2.2 Específicos

Identificar os meios pelos quais os jovens se relacionam;

Averiguar os motivos que levam os jovens a estabelecerem relações virtuais;

Levantar em que situações os meios virtuais contribuem para modificar os ciclos de relacionamento dos jovens;

Avaliar os motivos que conduzem os jovens a utilizar os meios virtuais;

Levantar o número de jovens que já utilizaram ou conhecem os serviços prestados pelo CVV.



3. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A investigação foi desenvolvida sob a visão metodológica positivista, que busca a verificação dos dados ou fatos a partir de uma realidade que seja possível de ser observada, quantificada e comprovada pela experiência.

Assim, o método adotado foi o quantitativo, que prima pela busca do resultado por meio da soma das respostas como respaldo para a confirmação de suas hipóteses.

Este método apresenta como técnica fundamental a aplicação de questionários, que é um instrumento composto de perguntas fechadas que possibilita análises rápidas, diminuição de erro dos respondentes, bem como das interpretações. É um método fácil e rápido de ser aplicado, pois, não exige que o entrevistador, para obter a resposta das questões propostas, tenha que discorrer ou explicar sobre as perguntas, já que o instrumento é montado de forma a dialogar com o respondente.

Neste estudo o instrumento foi aplicado com alunos do Ensino Médio de escolas particulares e públicas da cidade de Londrina por atender as necessidades de esclarecimento das questões levantadas pelo CVV.

4. DESCRIÇÃO DO PROCESSO

A pesquisa foi realizada em 31 escolas de Ensino Médio da cidade, sendo destas, 28 escolas de ensino público com um índice de 90,3% da amostragem, e 3 escolas de ensino particular correspondendo a 9,7% da aplicação. Tal diferença deu-se ao fato de existir um número considerável de escolas públicas na região, além de algumas particulares não terem cooperado com a pesquisa, alegando ser um período de provas e próximo das férias escolares, totalizando 1429 respondentes. O que determina uma margem de erro de 2,6% com uma confiabilidade de 95%.

Dos jovens entrevistados, 43% são estudantes do 3º ano do Ensino Médio, 31% cursam o 2º, enquanto 26% estão na 1ª série.

Quanto ao gênero, apresentam-se 52% de mulheres e 48% de homens, verificando-se um equilíbrio percentual desses participantes. Já em relação a faixa etária 93% dos entrevistados estão entre 14 a 20 anos e apenas 7% estão acima de 21 anos.



Considerando os objetivos propostos, o estudo apresentou a seguinte definição para sentimento: “forma de expressar e sentir emoções”. Por conseguinte, 74% dos estudantes afirmaram não ser necessário o contato físico para que surja algum sentimento, em contrapartida, 26% relataram o oposto. Assim, pode-se considerar que a internet, por exemplo, é capaz de despertar sentimento nos jovens, mesmo não permitindo contato físico.

Outra palavra-chave essencial à compreensão das informações obtidas nesta etapa da pesquisa é relacionamento, que envolve uma diversidade de definições. Os alunos foram indagados sobre o seu entendimento em relação ao conceito, sendo possível a escolha múltipla de alternativas destes 70% relataram a importância de laços afetivos e afinidade entre as pessoas, enquanto 51% ressaltaram a troca de experiências e informações, 24% acreditaram ser essencial para um relacionamento o contato face-a-face e, por fim, 17% levantaram outras formas de interação inerentes ao conceito, como o relacionamento se definir por contato virtual e depender de vínculos duradouros. Logo, comprovou-se que os elos que constroem a definição de relacionamento acontecem, segundo os entrevistados, ainda que não exista o contato físico.

No que tange os meios pelos quais as pessoas se relacionam, os dados apresentados demonstraram que as relações face a face ainda são consideradas pelos jovens como mais adequadas aos contatos interpessoais, apresentando 73% das respostas, seguida por 21% de interações propiciadas pela Internet, o que nega que a comunicação virtual seria um meio facilitador de relacionamentos, devido ao seu caráter impessoal. Já o telefone e a carta são pouco usados, com 4% e 2%, respectivamente, uma vez que as pessoas não os consideram maneiras confortáveis de se relacionar com o próximo.

Ainda nesta perspectiva, 69% dos respondentes afirmaram expressar-se melhor por meios de comunicações reais (contato face a face, por exemplo) enquanto 26% destacaram os meios virtuais e 5% responderam não se expressar melhor por nenhum dos meios. Desta forma, os dados obtidos contrariam a hipótese de que as redes de relacionamento facilitam a expressão do sentimento.

Quanto à crença dos entrevistados em relação ao surgimento de sentimentos pelos meios virtuais, 55% dos entrevistados acreditam não ser necessário contato físico para haver sentimento. É importante ressaltar que ao informar suas crenças, os estudantes levaram em consideração uma escala de importância, em que

assinariam 1 (um) se não acreditassem em sentimentos oriundos da internet e 5 (cinco) se acreditassem muito.

O avanço da internet contribui, paralelamente, com o aumento de amizades superficiais. Por isso, atribuiu-se aos estudantes entrevistados o seguinte significado para a palavra amigo: “pessoa com quem há liberdade de expressar-se e desabafar”.

Neste âmbito, o estudo buscou identificar como as verdadeiras amizades dos jovens do Ensino Médio surgiram, ressaltando a possibilidade da escolha simultânea de alternativas. Os dados apresentados mostram que a escola destacou-se como um ambiente propício à formação de relacionamentos com 78% de respostas, enquanto a infância emergiu como fruto de vínculos duradouros, apresentando índice de 57%, assim como a vizinhança comprovou a importância da convivência fora do meio escolar, com 46%, enquanto as festas foram apontadas por 15% dos respondentes e outras ocasiões, como Orkut, cursos extracurriculares e chats de relacionamento apresentam 13%, 12% e 2%, respectivamente.

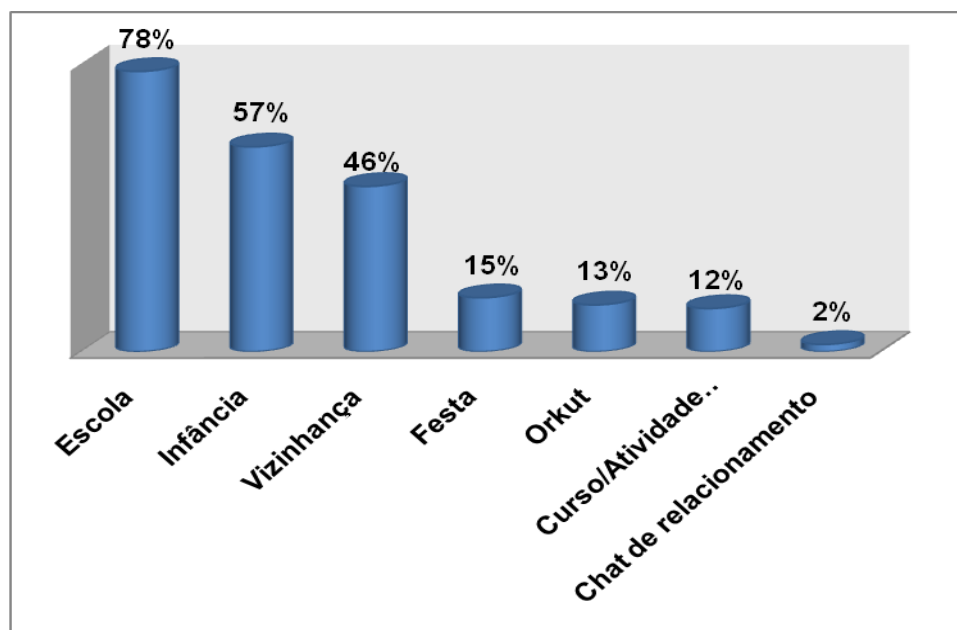


Gráfico 1 - Formas de conhecimento dos melhores amigos

Com vistas na estabilidade financeira e melhores oportunidades de trabalho, muitas famílias deslocam-se de seus municípios, o que, muitas vezes, ocasiona o distanciamento entre amigos e a necessidade de uma nova convivência e adaptação aos jovens. Percebe-se tal fato, uma vez que 82% dos 1429 respondentes possuem amigos que residem fora de sua cidade de origem. Destes, 76% optam por manter

contato com as amizades distantes pela internet, enquanto 19% utilizam o telefone, 3% cartas e 2% mensagens via celular. Estes números revelam que a internet atua como um facilitador frente às mudanças, superando as distâncias geográficas.

Alguns fatores mostram-se preocupantes na relação dos jovens com os meios virtuais, tais como: o uso de informações falsas (idade), troca de informações pessoais com desconhecidos, uso da internet por tempo demasiado e até mesmo a exposição da imagem, acarretando em um ambiente onde ninguém pode ter confiança na pessoa com que se relaciona e que toda informação deve ser verificada.

No que diz respeito ao tempo destinado pelos entrevistados à navegação, os dados apresentados no gráfico 2, revelam que 66% dedicavam até 3 horas diárias ao computador, enquanto 34% excediam esse número de horas. Deve-se considerar ainda, que 10% dos entrevistados usam a internet por mais de 7 horas ao dia, sinalizando dedicação às amizades virtuais e um possível isolamento desses usuários.

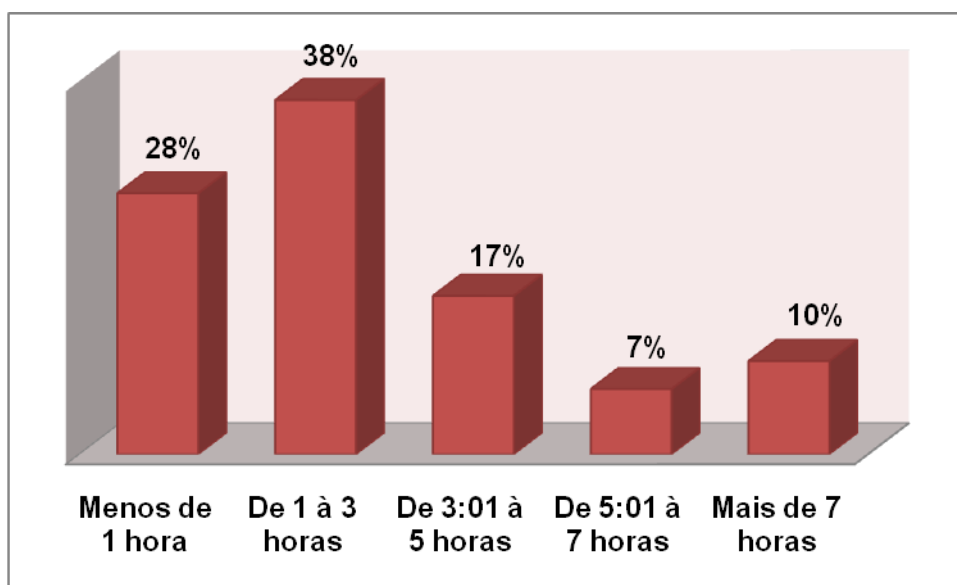


Gráfico 2 - Horas de navegação

Atualmente, a internet disponibiliza uma infinidade de ferramentas para diferentes fins. Dentre os 1429 respondentes desta investigação, o Orkut e o MSN despontaram como mais utilizados com 78% e 77%, respectivamente, seguidos de pesquisas escolares, com o índice de 58% e entretenimento, com 31%. Em menor escala, na faixa entre 21% e 26%, apontaram obter informações, email e trabalho; por fim, chat e voip/skype com 5% e 4%. Tais indicativos demonstraram que as redes de relacionamento emergem como os de maior procura, conforme previsto nas hipóteses.



A análise dos dados anteriores conduz a inferir que há uma busca constante dos entrevistados por novos contatos, tendo por canal mediador a conexão virtual.

Um dos grandes diferenciais do Orkut é a facilidade para encontrar pessoas. Contudo, o que antes era tido como ferramenta para resgatar antigas amizades e facilitar o contato com as atuais, atualmente, demonstra outra utilização, já que muitos jovens integram a rede no intuito de construir uma imagem que reflita pessoas com alta popularidade, representada pelo número de contatos que elas possuem.

Nesta pauta, dentre os jovens que afirmaram possuir uma conta de acesso, 13% têm até 50 contatos, 32% de 51 a 200, 35% de 201 a 500 e 20% mais de 500. Ou seja, 55% declaram ter mais de 200 amigos adicionados no orkut, o que possibilita popularidade dentre os demais participantes da rede.

Porém, quando questionados sobre a parcela de verdadeiros amigos entre os seus contatos que podem assim ser considerados, verificou-se que enquanto 31% garantiram que poucos podem ser tidos como amigos, 24% afirmaram que mais da metade são assim considerados. Em seqüência, 19% responderam metade, 17% menos da metade e 9% indicaram todos os contatos. Os resultados apresentam que, mesmo o orkut sendo um meio de relacionamento virtual, os entrevistados também se comunicam com seus amigos reais por meio deste site.

Portanto, por meio das respostas dos entrevistados nas questões que abordam a quantidade de amigos, associado ao fato de alegarem que mais da metade são assim considerados e aliados a questão de onde se conheceu os melhores amigos, pode-se concluir que a hipótese de que a quantidade de amigos virtuais é superior a de amigos reais foi negada, já que somente 15% conheceu o melhor amigo pelo meio virtual.

No presente contexto, pais e educadores, principalmente, preocupam-se com o possível isolamento social que a internet pode acarretar aos jovens, uma vez que o elevado nível de interatividade estaria aliado a longas horas de navegação. Questionados quanto aos reflexos da internet nas relações face a face, os dados mostram que 49% dos entrevistados alegaram que a rede não influencia em suas relações face a face. Em continuidade, 21% relataram pouca influência, 19% uma total intervenção, enquanto 11% não souberam responder. Ou seja, 40% afirmaram que de alguma forma suas relações pessoais foram afetadas, devido ao tempo dedicado a internet.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internet apresenta-se, como um recurso tecnológico capaz de fornecer ao público jovem a possibilidade de interagir em diferentes vertentes. Neste meio, as redes de relacionamento iniciadas na última década emergem como maiores fontes de utilização dos jovens.

Para os entrevistados, a internet é o meio mais veloz e é utilizado para manter contato com as pessoas, mas não o mais seguro e propício à liberdade de expressão e compartilhamento de sentimentos. Mesmo facilitando o relacionamento prejudicado pelas distâncias geográficas, os estudantes ainda acreditam que o contato pessoal é mais eficiente para a construção de amizades verdadeiras.

As porcentagens de usuários do Orkut e do MSN, que estão expressas no estudo, reforçam que apesar de parte dos contatos virtuais não serem considerados amigos verdadeiros, há um gasto considerável do tempo dos jovens nessas redes de relacionamento. Existe uma dedicação cada vez maior a esses amigos virtuais, superando a dedicação que dão para as amizades do mundo real, alegando, principalmente, a agilidade que a internet oferece.

A inclusão digital facilita a comunicação entre as pessoas, assim como novas ferramentas (*webcam* e programas de conversação em tempo real) diminuem os receios que ainda existem em relação ao estabelecimento de relacionamentos verdadeiros, pois muitas pessoas ficam acanhadas ao terem que se aproximar fisicamente de alguém para conhecê-lo. O uso dessas novas ferramentas permite o contato virtual, assim, quem é muito tímido se utiliza deles para abrir novas redes de relacionamento. Além disso, as tecnologias advindas da inclusão digital criaram uma maior interatividade entre as pessoas, já que possibilitam troca de sons e imagens em tempo real.

O uso indiscriminado da internet leva ao isolamento virtual dificultando as trocas interpessoais por meio do contato face a face e gerando mundos onde nem sempre as respostas garantem as necessidades afetivas e de relacionamento social.

Logo, no que diz respeito ao objetivo da procura do CVV pelo grupo de pesquisa, referente ao aumento de jovens na busca de atendimento, ficou constatado que os estudantes do ensino médio não fazem parte desse grupo de interesse, tal que poucos conhecem ou já utilizaram os serviços do centro.



REFERÊNCIAS

BARBERO, Jesús Martin. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, 360 p.

DANTAS, Rodrigo Vieira. **A Influência da Internet na Vida Real**. Disponível em: <<http://www.rodflash.com/?p=69>>. Acesso em: 06 out. 2008.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª São Paulo: Atlas, 2008. 380 p.

Orkut. Disponível em:

<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Comunidades>>. Acesso em: 30 out. 2008.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica**. 30 Petrópolis: Editora Vozes, 2002. 144 p.

SOUZA, Mauro Wilton de Souza (org). **Recepção Mediática e Espaço Público**. São Paulo: Paulinas, 2006. 246p.