

COMUNICAÇÕES EM MASSA – MANIPULANDO INFORMAÇÕES*MASS COMMUNICATIONS – MANIPULATING INFORMATION**COMUNICACIONES EN MASA – LA MANIPULACIÓN DE LA INFORMACIÓN*

Miguel Adilson de Oliveira Júnior¹ (prof.migueljr@terra.com.br)

Elisabeth Louise dos Santos Claro²

Marcelo Alves de Araújo³

Walterson Mimoso⁴

William Honório Lara Rosa⁵

¹ FATEA – Lorena (SP), AEDB – Resende (RJ), ESC – Cruzeiro (SP)

^{2, 3, 4, 5} Faculdades Integradas Teresa D'Ávila – FATEA

Resumo

O presente artigo busca proporcionar uma visão do que o marketing é capaz de fazer com as decisões das pessoas, alçando uma ponta para novas pesquisas, visto que este é um tema atual e de livre acesso aos novos pesquisadores. Hoje, evidencia-se o constante crescimento do público nos meios de comunicação, e o suposto vício nestes meios é perceptível. Os produtores de programações televisivas, vídeos de canais de internet e redes sociais, que fazem cada vez mais parte da vida dos usuários, necessitam utilizar métodos que prendam a atenção do telespectador do começo ao fim. Entretanto, é necessário dosar corretamente estes métodos, para que o programa/vídeo/site não fique excessivo aos olhos do espectador, deixando-o viciado. Este método utilizado é chamado de “Jolts”, o qual causa espasmos psicológicos e físicos, provocando a concentração e consequentemente prendendo aquele que assiste ao conteúdo transmitido. Neste artigo, realizou-se uma pesquisa sobre os *jolts* inseridos nas redes sociais. A análise foi relacionada ao Facebook, que é atualmente a rede mais utilizada para compartilhamentos de informações pessoais, profissionais e diversão. Foi aplicada uma pesquisa quantitativa, contendo 12 questões fechadas. Como resultado, notou-se que o uso em excesso do Facebook pode levar ao vício.

Palavras-chave: Manipulação, Mídias sociais, Facebook.

Abstract

This article seeks to provide a vision of what this marketing is able to do with people's decisions, raising a point for further research, as this is a current and totally free access for researchers new theme. Today, it was shown steady growth in the public media, and the alleged defect in these media is noticeable. The producers of television programs, videos of internet channels and social networks, which are increasingly part of life of the users need to use methods that arrest the viewer's attention from beginning to end. However, it is necessary to properly dispense these methods, so that the program / video / site does not become excessive in the eyes of the viewer, leaving the addict. This method is called “Jolts” which causes psychological and physical spasms, causing concentration and consequently arresting one who sees the content transmitted. Research on the inserted jolts in social networks is performed. The analysis was related to Facebook, which is currently the most widely used network to share personal information, professional and fun. A quantitative research with 12 closed questions was applied. As a result, it was noted that excessive use of Facebook can lead to addiction.

Keywords: Manipulation, Social Networks, Facebook.

Resumen

Este artículo busca proporcionar una visión de lo que el marketing puede hacer con las decisiones de la gente, levantando un extremo con una nueva investigación, ya que este es un tema de actualidad y el libre acceso a nuevos investigadores. Hoy en día, es evidente el crecimiento

constante en los medios públicos y el supuesto defecto en estos medios es notable. Los creadores de programas de televisión, videos de canales de internet y las redes sociales, que son cada vez más parte de la vida de los usuarios, necesitan utilizar métodos para atraer la atención del espectador de principio a fin. Sin embargo, debe dispensar correctamente estos métodos para el programa televisivo / vídeo / sitio web no ser excesivo en los ojos del espectador, dejando el adicto. Este método se llama “Jolts”, lo que provoca espasmos psicológicos y físicos causando concentración y manteniendo así el que vela el contenido de difusión. En este artículo, se realizó una encuesta sobre “jolts” introducidos en las redes sociales. El análisis se relaciona con Facebook, que es actualmente la red más utilizada para acciones de información personal, profesional y diversión. Se aplicó una encuesta cuantitativa con 12 preguntas cerradas. Como resultado, se observó que el uso de Facebook exceso puede llevar a la adicción.

Palabras clave: Manipulación, medios sociales, Facebook, Investigación cuantitativa.

Introdução

É de audiência que sobrevivem as televisões, de *likes*, os vídeos de internet e de marketing, o Facebook. É evidente que quaisquer desses entretenimentos tornaram-se necessários para a sociedade, seja por distração, por aprendizagem ou pelo trabalho, mas também possui um limite determinado para que não atrapalhe o dia a dia do público. É quase impossível não encontrar ao menos um jovem conectado a um celular concentrado, sem notar o que há a seu redor. Esse tem-se tornado o grande problema, esse vício invisível que atinge cada vez mais pessoas.

A população que usa redes sociais para entretenimento gosta de saber sobre a vida alheia, e a que usa para trabalho tem acesso a diversas pessoas em segundos. Porém, por trás de todas essas informações, sejam elas pessoais ou profissionais, estão os anúncios publicitários que são direcionados aos olhos dos usuários a todo instante. Assim, como a televisão tem seus comerciais influenciando os gostos e desejos do público, o Facebook age da mesma forma.

O presente trabalho realizou uma pesquisa, por internet, com usuários do Facebook a fim de captar o motivo de ser o site mais acessado atualmente e como isso reflete nos gostos e escolhas de cada um. A análise relacionou os acessos dos usuários aos anúncios exibidos na página. Social e intelectualmente, os usuários são levados a captar inúmeras informações que vêm e vão ao alcance de seus olhos, a cada segundo. Todo esse conteúdo, diretamente relacionado com o impulso chamado “*jolt*”, supostamente aliena o espectador à internet e à televisão.

O objetivo desta análise é proporcionar uma visão do que este *marketing* é capaz de fazer com as decisões das pessoas, alçando uma ponta para novas pesquisas, dado que este é um tema atual e de livre acesso aos novos pesquisadores.

1 Choque de informação

“Impulsos por minuto” (*Jolts per minute*, JPM) são os cortes rápidos, cenas emocionantes ou sequências de ação que deixam o cérebro animado prendendo a sua atenção. Com isso, é liberada uma química orgânica que impulsiona o comportamento do indivíduo, chamada dopamina. Segundo Watson (2013): “A dopamina é liberada por células do sistema nervoso durante atividades prazerosas, como comer ou fazer sexo”. O efeito dela traz essa leve sensação de prazer que algumas pessoas associam com o chocolate, a música assim como todas as drogas lícitas e ilícitas conhecidas mundialmente como o álcool, a nicotina, a maconha, o crack, que são estimuladores de dopamina no cérebro, gerando sentimento de bem-estar e o desejo de senti-lo novamente. Ela tem muitas funções no cérebro, incluindo papéis no comportamento e cognição, movimento voluntário, motivação, punição e recompensa, sono, sonhos, humor e atenção. O vício então é causado por sua liberação. “Vícios são atos através dos quais um homem lesa sua própria pessoa ou seus bens”. (SPOONER, 2003). A dopamina é também liberada pela ação dos *jolts*; portanto, observa-se essa relação entre eles.

Os canais de TV utilizam do *jolt* para conseguirem atenção e manterem o telespectador “antenado” em sua programação. As emissoras disputam a audiência; a Globo, por exemplo, lidera a audiência no Brasil por quase 24 horas diárias (IBOPE, 2013). Às 21 horas, por exemplo, são transmitidas as telenovelas produzidas pela emissora, e são sucesso entre vários brasileiros, alcançando 37 pontos de audiência, que equivalem a 2.278 televisões sintonizadas na programação. Novelas são produzidas para entretenimento do público e, devido a isso, os escritores procuram destacar assuntos polêmicos que podem causar raiva, repúdio, alegria, euforia e fazem com que o público as acompanhe diariamente para saber o desfecho.

O *Youtube*, por ter acesso e *upload* gratuitos, tem a maior audiência entre os internautas. Os cinco primeiros segundos do vídeo desta rede são cruciais para que o internauta continue a assisti-lo, caso contrário, ele simplesmente muda em busca de outro. Existem muitos casos de canais que têm pouco público por este problema. Em contrapartida, existem outros que fazem sucesso e conseguem manter grande audiência. É o caso do canal “Porta dos Fundos”, que, desde seus primeiros vídeos, conseguiu público suficiente para tornar-se o canal mais acessado do *Youtube*, o que é muito difícil devido à grande quantidade e diversidade de canais. E por que eles conseguiram? Porque usam linguagem informal, palavrões que chamam a atenção do público ao ouvir, temas polêmicos e situações inusitadas que fazem com que o público se imagine nelas. A internet tem um infinito de oportunidades em entretenimento, que podem causar *loopings* de dopamina no cérebro humano. Antes que se possa perceber, há várias abas abertas no navegador para monitorar e interagir com diversos canais e mídia social.

Entretanto, não é só de polêmica que vive a audiência. São utilizados alguns artifícios que ajudam a produzir o *jolt* na programação: a música tema mostra o tom e o gênero do programa; exemplo, a comédia pode ter música saltitante que faz alguém querer dançar, enquanto o drama

pode ter um tom lento. O som de pessoas rindo é adicionado para fazer o telespectador rir e soar mais engraçado. Efeitos sonoros podem transmitir sensações de gestos mais dramaticamente, como em uma cena de luta ouvir uma pessoa ser atropelada para dar à cena mais ação. A música de fundo é usada para o efeito dramático, sempre que há alguém chorando estará tocando uma música triste. Outro método usado são os cortes rápidos, que são um modo de edição de imagens usado para dar velocidade e movimento (ALI, 2005).

2 Influência Monitorada

Quando uma pessoa é questionada sobre seus gostos, é comum que ela negue. Porém, muitas vezes por mais que a pessoa não perceba, ela se deixa influenciar por opiniões ou desejos sobre determinado produto, marca ou pessoa. O responsável pela influência nos gostos ou opiniões também é a dopamina.

Especialistas na China, liderados por Hao Lei, da Academia Chinesa de Ciências em Wuhan, escanearam os cérebros de 35 homens e mulheres com idades entre 14 e 21 anos e nesses exames cerebrais de ressonância magnética houve alterações na substância branca do cérebro - a parte que contém fibras nervosas - naqueles classificados como sendo viciados em internet, em comparação com o não viciados. Houve evidência de rompimento de conexões em fibras nervosas que ligam áreas do cérebro envolvidas nas emoções, tomada de decisão e autocontrole (BBC NEWS, 2012).

Segundo Bowden-Jones (*apud* BBC NEWS, 2012): “As anormalidades na substância branca no córtex órbita-frontal e outras áreas do cérebro não estão presentes apenas em vícios em substâncias, mas também nos comportamentais, como dependência de internet”. Se uma pessoa identificar a internet como principal fonte de alegria em sua vida é hora de tentar manter o equilíbrio e talvez procurar tratamento médico.

Foi encontrada uma ligação entre o número de amigos do Facebook, da quantidade de matéria cinzenta em certas partes do cérebro; e uma região envolvida é a amígdala, que está associada com a memória e respostas emocionais. Matéria cinzenta é o tecido do cérebro no qual o processamento mental acontece. Pesquisadores fizeram um teste com 40 pessoas, compararam o número de amigos que cada voluntário tinha no Facebook, assim como na vida real. O estudo mostrou que algumas regiões interessantes do cérebro parecem se preocupar com o número de amigos que as pessoas têm, no “real e virtual” (KANAI *et al.*, 2011).

Pouco se sabe sobre o impacto das redes sociais sobre o cérebro, o que levou a especulações de que a internet é algo ruim para nós. Nosso estudo nos ajudará a começar a entender como nossas interações com o mundo são mediadas através de redes sociais. Isso deve nos permitir começar a fazer perguntas inteligentes sobre a relação entre a internet e o cérebro em questões científicas, e não as políticas. (KANAI *et al.*, 2011).

3 Filtragem Oculta

Facebook, Google, Yahoo, Amazon, até mesmo o New York Times, e outros *sites* em toda a rede estão seguindo os cliques dos usuários e filtrando resultados de pesquisa. Tal procedimento serve como ferramentas de *softwares* que podem monitorar o conteúdo da *web* visto em um computador ou rede. Houve tempos em que as empresas tinham controle do conteúdo exposto sobre suas marcas. Atualmente, cabe ao consumidor e usuário efetuar esse trabalho, mesmo que inconsequentemente formando opiniões e comparações compartilhadas com milhares de usuários de redes sociais.

O Facebook está desenvolvendo uma nova ferramenta de pesquisa como o *Google*. A nova ferramenta estará associada ao Bing, que é produto da Microsoft e se chamará Busca Social (*Graph Search*). Segundo o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, essa ferramenta revolucionará a internet, pois terá uma linguagem diferente das ferramentas atuais. Entretanto, com essa parceria de rede social e pesquisa, os usuários ficarão cada vez mais vulneráveis às empresas (FACEBOOK lança pesquisa..., 2013).

As ferramentas de pesquisa conseguem absorver as buscas dos clientes por meio das *tags*, que são palavras-chave utilizadas na procura por um produto, mas diferentemente de uma busca comum, o Busca Social não fornecerá links diretos para os resultados, mas usará preferências e mensagens dos contatos do usuário e, para chegar às respostas, será preciso formular uma frase, como “quais dos meus amigos moram em São Paulo”. Assim, permitirá buscas de fotografias, locais, amigos e interesses. A rede social também demonstrou como a função poder ser usada para buscar usuários que se encaixam no perfil procurado por uma empresa que recruta funcionários, ou mesmo para buscar novos amigos. Entretanto, mesmo com essa função de busca de funcionários, que ajudará e muito os usuários e empresas, os perfis e dados de todos estarão vulneráveis a todos que quiserem efetuar a busca (FACEBOOK lança pesquisa..., 2013).

Nada é totalmente seguro na internet. Com programas espiões é possível visualizar documentos e dados de outros usuários tendo apenas o endereço de e-mail. Segundo Snowden (*apud* BBC BRASIL, 2013): “Sentado em meu escritório, eu tinha a capacidade de analisar qualquer um, desde um contador até um juiz federal, incluindo o presidente, desde que eu tenha o seu e-mail pessoal”. A agência nacional de segurança americana teve acesso direto a servidores de nove empresas como o Facebook, Google, Microsoft e Yahoo. A *National Security Agency* (NSA) pode ler conversas particulares em qualquer rede, e também pode ser usado para ver o histórico de busca dos usuários de internet com nome, IP e palavras-chave. Tudo é monitorado, tudo é manipulado na internet. Pesquisar na internet é eficaz, porém comparar produtos é essencial.

4 Métodos e Resultados

Uma pesquisa quantitativa aplicando-se um questionário com 12 questões fechadas foi realizada a 60 pessoas usuárias da rede social mais utilizada na atualidade, o *Facebook*, por ser o público foco da pesquisa de manipulação de imagem e informações (*vide* Anexo A).

4.1 Resultados

Na primeira questão elaborada, foi questionada a idade dos usuários que participaram da pesquisa, e dentre eles (Figura 1):

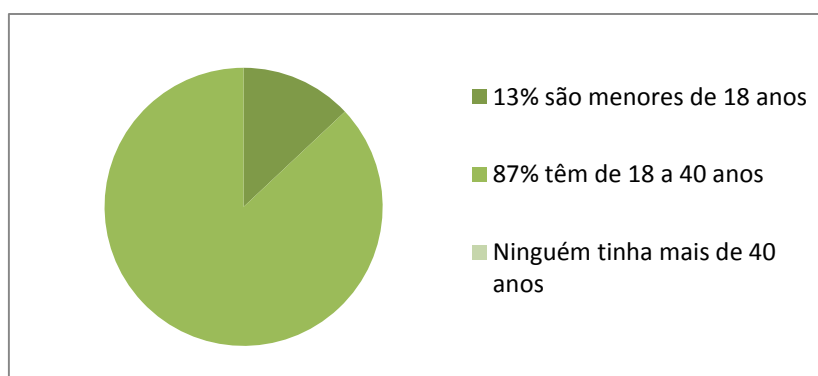


Figura 1: Idade dos usuários

Na segunda questão, foram listados 5 principais motivos para o uso do *Facebook* e dentre esses motivos destacam-se (Figura 2):

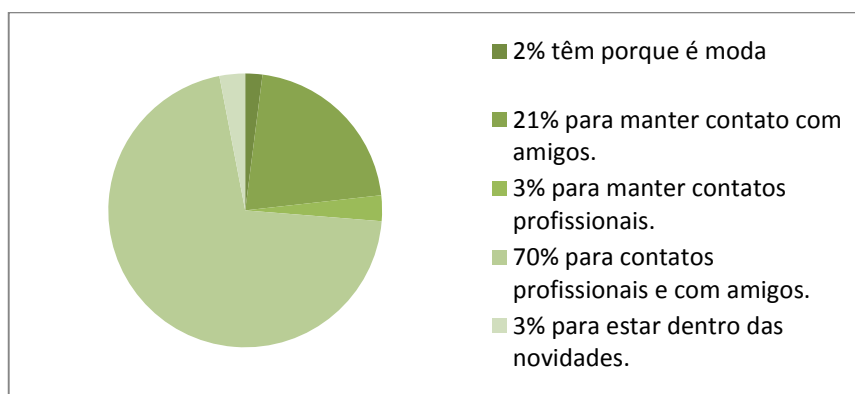


Figura 2: Principais motivos para uso do Facebook

Quando perguntados sobre as horas que ficam *on line* durante todo o dia, muitos usuários perdem horas checando sua página, dos usuários pesquisados (Figura 3):

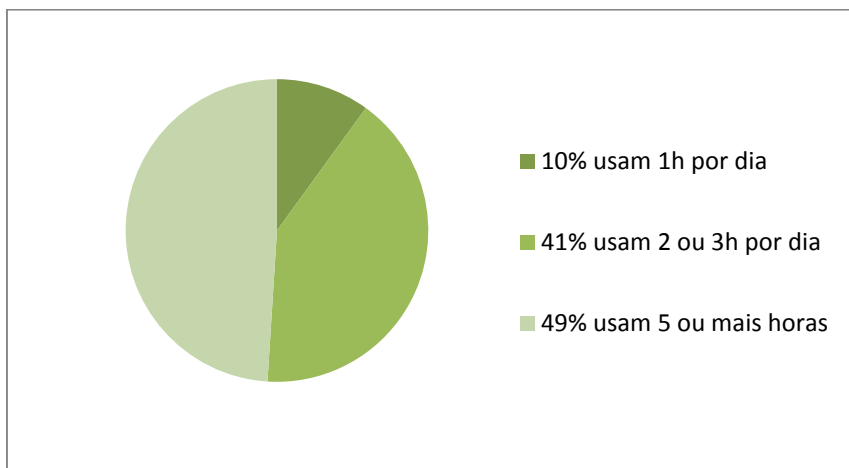


Figura 3: Quantidade de horas on-line

Ao serem perguntados sobre usar a rede social no ambiente de trabalho, sem se considerar se pode ser bom ou ruim, mesmo assim (Figura 4):

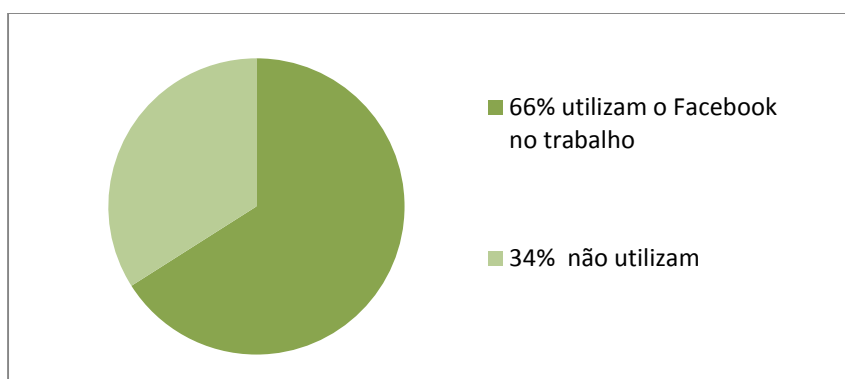


Figura 4: Rede social no ambiente do trabalho

Para esses mesmos 66% que usam o *Facebook* no trabalho, foi questionado se já tiveram problemas por isso (Figura 5):

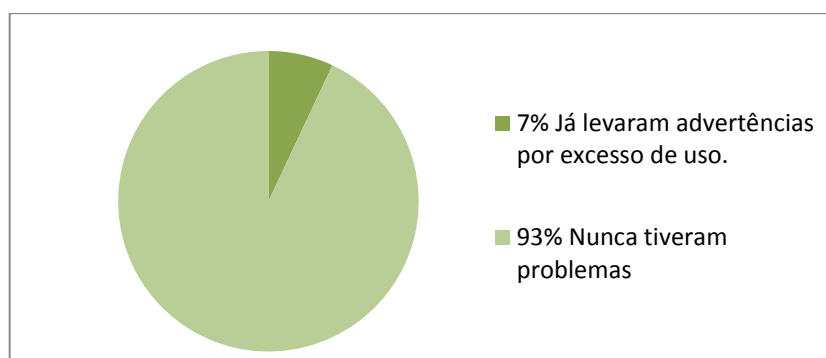


Figura 5: Já tiveram problemas por usar o Facebook no Trabalho

Quando perguntados sobre o número de amigos no *Facebook*, a quantidade é bastante levada em consideração pelos usuários, como vimos na fundamentação, e dentre os entrevistados (Figura 6):

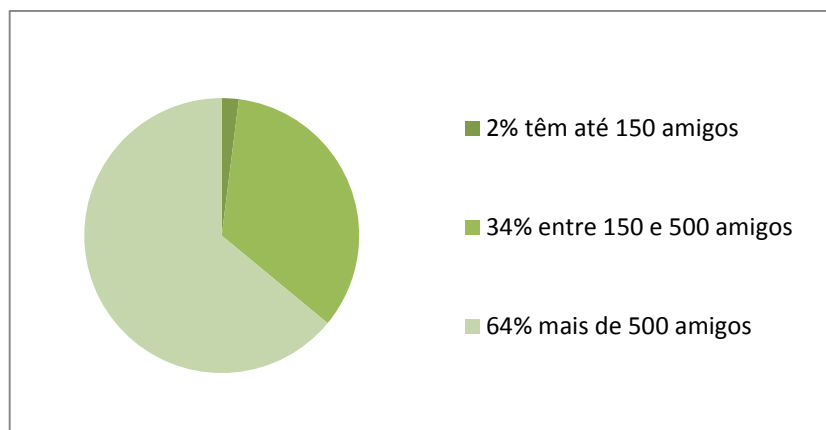


Figura 6: Número de amigos no Facebook

Ao serem perguntados sobre essa ferramenta auxiliar no lado profissional dos usuários, estes acreditam que pode ser melhorado com o uso da rede social, caso o trabalho seja relacionado ao *marketing*, pois analisar corretamente e anunciar no *Facebook* auxilia a manter contato com o público e o produto (Figura 7).

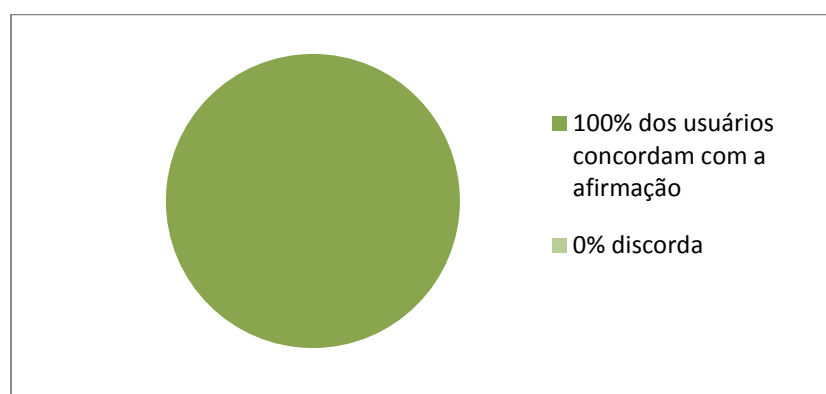


Figura 7: O uso da Rede Social com trabalho relacionado a Marketing

Ao serem perguntados sobre preferências entre a rede social e televisão, qual dentre esses meios de comunicação é mais utilizado, apontaram dentre eles (Figura 8):

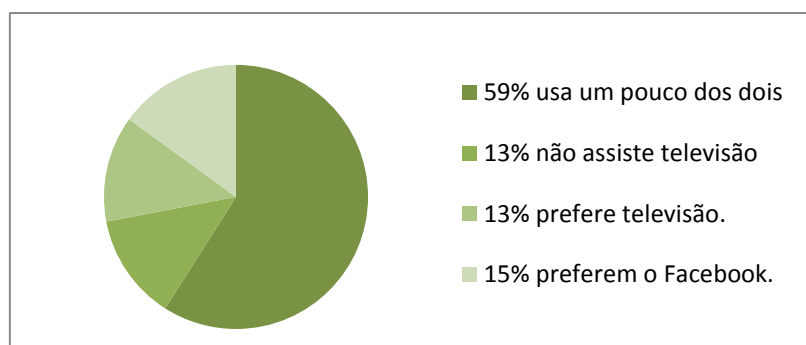


Figura 8: Preferências entre a rede social e a televisão

Manipulação e influência acontecem o tempo todo no *Facebook*, entretanto nem todo mundo se sente afetado, como aponta o gráfico a seguir (Figura 9):

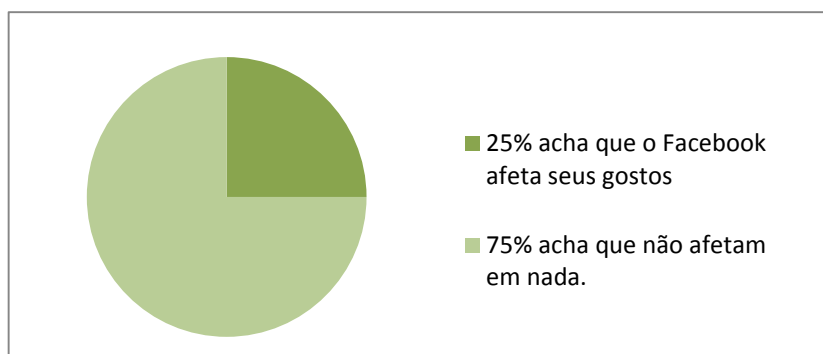


Figura 9: Manipulação e influência no Facebook

Existem rumores de que o *Facebook* provoca até depressão, portanto houve uma questão sobre sentimentos dos usuários, sobre como se sentem ao entrar no *Facebook* (Figura 10):

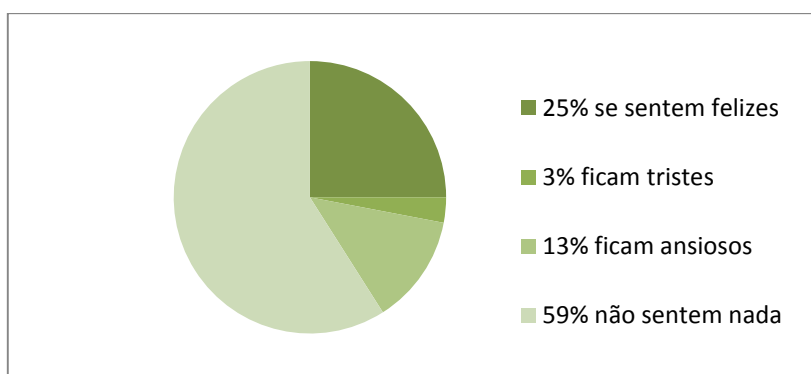


Figura 10: Sentimento ao entrar no Facebook

Algumas pessoas se sentem mal por não acessarem ao *Facebook*, por esta razão foi perguntado como os entrevistados se sentem nesse caso (Figura 11):

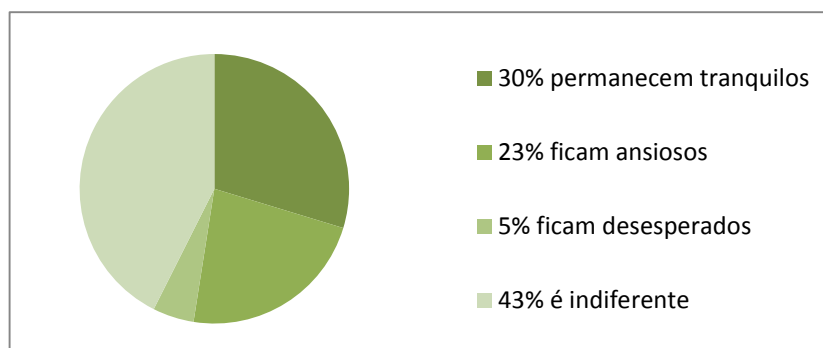


Figura 11: Se sentem mal por não acessarem ao Facebook

Há pessoas que se sentem viciadas em internet, e outras não; desses 61 entrevistados, numa escala de 1 a 5, sendo que 1 é não viciado e 5 é totalmente viciado, assim responderam (Figura 12):

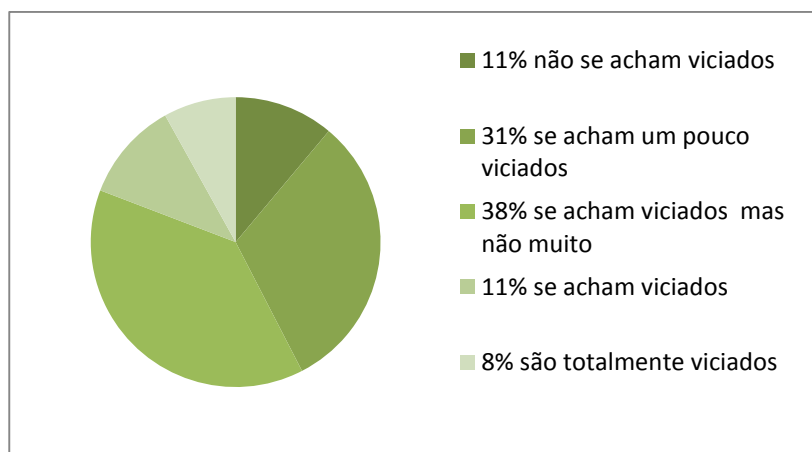


Figura 12: Se sentem viciados em internet

5 Discussão

Percebeu-se, por meio desse questionário, que a população tem grande interesse em se manter conectada ao Facebook. Mesmo com tantas informações diversas no mundo da comunicação, o grande foco é realmente esta mídia social, devido às pessoas passarem mais tempo conectados a ele, do que lendo jornais, ouvindo notícias ou assistindo conteúdos importantes pela televisão. Na era da tecnologia, o público tornou-se mais propenso a passar mais tempo utilizando a internet. O que deve ser observado é se esse uso não está excedido e se tornando essencial à vida humana, permitindo que atrapalhe sua rotina e influencie seus gostos e decisões.

Segundo a psicóloga do Conselho Federal de Psicologia, Sueli Ferreira Schiavo (2013): “Quando o tempo pessoal é prejudicado porque eu dedico o tempo para o uso da tecnologia, isso está sendo um problema”. Assim, como podemos perceber no questionário, 49% passam mais de 5 horas conectadas ao *Facebook*. Relacionar-se com máquinas não resolve o déficit real de atenção de pessoas. Essas questões podem levar a uma angústia e ansiedade. A tecnologia tem um papel. É preciso saber a diferença entre o papel da tecnologia e o papel das relações humanas. (SCHIAVO, 2013).

Há uma diferença entre o uso abusivo, do uso saudável. Trata-se da qualidade do uso da internet, não do tempo que se passa nela. Entretanto, há problema quando uma pessoa acessa a internet para checar um e-mail, por exemplo, e fica horas e faz tudo, menos checar o e-mail. Deve-se analisar o que a pessoa está fazendo nos horários livres, se não lê livros ou

não passeia e só fica conectado, é um sinal que deve ser analisado por um especialista. (FARAH, 2013).

Existem diversos centros de tratamento de dependentes de internet espalhados pelo país, um deles é o Grupo de Dependência de Internet, do Ambulatório de Transtornos do Impulso do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas de São Paulo e o Núcleo de Pesquisas da Psicologia em Informática da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Considerações Finais

Diante do exposto, desde a televisão até o Facebook, todas as informações são manipuladas para que o usuário prenda-se ao seu uso, e que este uso em excesso tem causado problemas psicológicos na sociedade. O *Jolt* é importante para chamar atenção de determinado programa/vídeo/novela, o que não é viável é o nível elevado de *jolts*. Tudo que é utilizado excessivamente tem um resultado negativo na sociedade.

Portanto, conclui-se este artigo, reconhecendo que o objetivo foi parcialmente alcançado, pois ainda não há análise completa sobre os *jolts* direcionados ao Facebook. Com os argumentos apresentados evidenciam-se os pontos bons e ruins da manipulação e as consequências deste artifício ao público usuário deste meio de comunicação.

Referências

ALI, D. **Mídia loucura**: Guia de um *insider* para mídia. [s.l.]: Kids Can Press, 2005.

BBC BRASIL. Como funciona a ferramenta dos EUA para monitorar a web. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/08/130802_ferramenta_espionagem_eua_fn.shtml> Acesso em 16 out 2013.

BBC NEWS. Web addicts have brain changes. 2012. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/health-16505521>> Acesso em: 10 set. 2013.

_____. Internet addicts seek help through psychotherapy. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/magazine-15503391>> Acesso em 10 set 2013.

_____. Internet may be changing brains. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/health-15353397>> Acesso em 10 set 2013.

FACEBOOK lança pesquisa interna e intensifica concorrência com Google. Disponível em: <<http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/facebook-lanca-pesquisa-interna-e-intensifica-concorrenca-com-google-1580835#/0>> Acesso em 16 out 2013.

FARAH. In: Dependência tecnológica aumenta procura por tratamento psicológico no Brasil. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/dependencia-tecnologica-aumenta-procura-por-tratamento-psicologico-no-brasil,60269b5221dc0410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>> Acesso em 17 out. 2013.

KANAI, R. *et al.* Online social network size is reflected in human brain structure. Disponível em: <<http://rspb.royalsocietypublishing.org/content/279/1732/1327.full?sid=87d8bf5f-f471-4d2f-bd48-5d8460776230>> Acesso em 15 out 2013

SPOONER, L. **Vício não é crime**. Tradução Miguel Serras Pereira. 2.ed. São Paulo: Aquariana, 2003.

SCHIAVO, S.F. In: Dependência tecnológica aumenta procura por tratamento psicológico no Brasil. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/dependencia-tecnologica-aumenta-procura-por-tratamento-psicologico-no-brasil,60269b5221dc0410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>> Acesso em: 17 out. 2013.

WATSON, S. How stuff works: Crack. Data de postagem: 2010. Disponível em: <<http://saude.hsw.uol.com.br/crack3.htm>> Acesso em: 15 out. 2013.

Bibliografia Consultada

BAKER, F.W. **Coming Distractions**: questioning movies. [s.l.]: Capstone press, 2007.

DAMIANI, D. Liga de Neurocirurgia: Neurofarmacologia. Disponível em: <http://www.sistemanervoso.com/pagina.php?secao=6&materia_id=256&materiaver=1> Acesso em 08 out 2013.

DOPAMINA é substância da motivação, não do prazer, dizem pesquisadores. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u647490.shtml>> Acesso em: 15 out. 2013.

GOLDSMITH, B. Facebook Study Says Envy Is Rampant On The Social Network. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/2013/01/22/facebook-study-envy_n_2526549.html> Acesso em 10 set 13.

MAGELLA, G. Desconecte-se: especialistas apontam sintomas do vício na web. Disponível em: <<http://monsantoemcampo.com.br/?p=1087>> Acesso em 17 out 2013.

MICROSOFT. O que são filtros de Internet. Disponível em: <<http://www.microsoft.com/pt-br/security/resources/internetfilters-what-is.aspx>> Acesso em: 16 out. 2013.

SOCIAL MEDIA MONITOR. Por que monitorar mídias e redes sociais? Disponível em: <<http://www.socialmediamonitor.com.br/por-que-monitorar-redes-sociais>> Acesso em 16 out 2013

WELLE, D. Dependência tecnológica aumenta procura por tratamento psicológico no Brasil. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/ciencia/dependencia-tecnologica-aumenta-procura-por-tratamento-psicologico-no-brasil,60269b5221dc0410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>> Acesso em 17 out 2013.

Anexo A

QUESTIONÁRIO SOBRE O FACEBOOK

1 - QUAL A SUA IDADE?

- ☐ menor de 18 anos
- ☐ de 18 a 40 anos
- ☐ mais de 40 anos

2 - POR QUE VOCÊ TEM ESTA REDE SOCIAL?

- ☐ É moda.
- ☐ Para manter contato com amigos
- ☐ Para manter contatos profissionais
- ☐ Para contatos com amigos e profissionais
- ☐ Para estar dentro das novidades

3 - QUANTAS HORAS APROXIMADAMENTE VOCÊ FICA ONLINE DURANTE TODO O DIA?

- ☐ 1 hora ☐ 2 ou 3 horas ☐ 5 ou mais horas

4 - VOCÊ USA O FACEBOOK NO AMBIENTE DE TRABALHO?

- ☐ Sim ☐ Não

5 - SE SIM, VOCÊ JÁ TEVE ALGUM PROBLEMA NO TRABALHO POR CAUSA DISSO?

- ☐ Sim, já levei advertências por excesso de uso.
- ☐ Não, meus superiores não se importam com isso.

6 - QUANTOS AMIGOS VOCÊ TEM NO FACEBOOK?

- ☐ Até 150 amigos
- ☐ Entre 150 e 500 amigos
- ☐ Mais de 500 amigos

7 - VOCÊ ACHA QUE ESTA FERRAMENTA PODERIA AUXILIAR NO SEU LADO PROFISSIONAL?

- ☐ Sim, pois há contato com várias pessoas de diversos lugares, o que auxilia numa maior interação do público.
- ☐ Não, eu acho que essa rede social só presta pra jogar e conversar.

8 - VOCÊ PREFERE ASSISTIR TELEVISÃO OU FICAR NO FACEBOOK?

- ☐ Uso um pouco dos dois.
- ☐ Não assisto televisão.
- ☐ Prefiro televisão.
- ☐ Prefiro Facebook.

9 - VOCÊ ACHA QUE O FACEBOOK AFETA NOS SEUS GOSTOS E ESCOLHAS?

- ☐ Sim ☐ Não

10 - QUANDO VOCÊ ENTRA NO FACEBOOK, COSTUMA SE SENTIR COMO?

- ☐ Feliz. ☐ Triste ☐ Ansioso. ☐ Indiferente.

11 - QUANDO VOCÊ NÃO ENTRA NO FACEBOOK, COMO VOCÊ SE SENTE?

- ☐ Tranquilo. ☐ Ansioso. ☐ Desesperado. ☐ Indiferente.

DÊ UMA NOTA DE 1 A 5 CONSIDERANDO SE VOCÊ SE SENTE VICIADO EM FACEBOOK, SENDO QUE 5 É MUITO VICIADO E 1 É NÃO VICIADO. *

- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Recebido em 07/03/2014

Aceito em 24/04/2014