

O Facebook vai acabar? Quando a rede de Mark Zuckerberg mostra-se como principal meio de comunicação de uma cidade em plena terceira década do Século XXI ¹

Mara Gislianne Costa CAVALCANTE ²
Orlando Maurício de Carvalho BERTI³
Universidade Estadual do Piauí, Teresina (PI)

RESUMO

Observando o constante crescimento das redes sociais como instrumentos de mediações informacionais e sociais, esta pesquisa investiga, mostra e reflete o impacto do uso do Facebook como meio de comunicação comunitária na cidade de Monsenhor Gil, estado do Piauí, Nordeste do Brasil. O Facebook, por muitos, já é considerado antigo ou até mesmo ultrapassado. Prova-se que a plataforma continua ativa, usual e necessária, principalmente para mediar questões comunitárias de cidades com menor presença de meios de comunicação locais e regionais. O objeto da pesquisa é a prova e a força dessa rede social levando-se em conta o grupo Monsenhorgilense, que é o maior e mais ativo daquela rede social na cidade tendo, inclusive, mais membros do que a quantidade total de moradores recenseados no município. Os resultados indicam o papel significativo desempenhado pelo Facebook como canal de comunicação importante para os moradores expressarem suas preocupações e reclamações. Além disso, a pesquisa revelou que a plataforma permitiu o fortalecimento dos laços comunitários, possibilitando a mobilização e organização de iniciativas locais, como pedidos por melhorias na segurança pública, educação e infraestrutura da cidade cumprindo o papel de mediação social e informacional.

PALAVRAS-CHAVE: Facebook; Monsenhor Gil; Monsenhorgilense; comunicação comunitária; comunidade.

As redes constituem parte de nossas vidas, como já destacava Manuel Castells (1999) no século passado, afirmando que se não nos relacionarmos com as redes elas se relacionarão conosco, inclusive para a própria vivência em sociedade. É nesse conjunto que o autor (*op. cit.*) traz o conceito de Sociedade em Rede, vivida na Galáxiada Internet. Complementando esse raciocínio, e ampliando a discussão, Edna Silva (2018) diz que a

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – II05 – Comunicação Multimídia do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Recém-bacharela em Jornalismo pela UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus Poeta Torquato Neto (Teresina – PI). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Email: maracavalcante@aluno.uespi.br

³ Professor efetivo (Adjunto III – DE) dos cursos de Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto (em Teresina – PI) e Professor Barros Araújo (em Picos – PI). Pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela UEMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela UEMESP, com estágio doutoral na UMA – Universidad de Málaga, na Espanha. É líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. Desenvolve atualmente pesquisas sobre mediações, questões comunicacionais do Sertão do Piauí, tecnologias atuais e tecnologias sociais. Orientador do trabalho. E-mail: berti@uespi.br

Internet, nesta mesma Sociedade em Rede, é marcada pela convergência e pelo uso maior de uma segunda tela, balizada em redes e dispositivos móveis.

Carlos Pernisa Júnior (2016) exemplifica a segunda tela como uma ideia associada diretamente à TV social, definindo a convergência entre a televisão e as redes sociais, dando ênfase a uma oferta mais personalizada para a audiência. Então, a segunda tela seria um local que se relacionaria a outra tela, além da televisão, que é considerada a tela principal. Atualmente presenciamos a ascensão do jornalismo via redes sociais digitais. Os aplicativos de engajamento e de procura se tornaram as principais ferramentas da produção jornalística, principalmente nos lugares em que as conexões e conectividades tornaram-se um hábito.

Entre a ecologia de saberes, multiplicidade de pensamentos e, principalmente, a necessidade de estudar fenômenos das mediações contemporâneas nos propomos a analisar o fenômeno dos fluxos comunicacionais na página do *Facebook* denominada *Monsenhorgilense*, que trata sobre a cidade piauiense de Monsenhor Gil, localizada a 56 quilômetros ao Sul da capital, Teresina, segundo o perfil municipal do levantamento do Sebrae (2023). O município, segundo o IBGE (2023a) tem uma área territorial de 567,860 quilômetros quadrados, não contando com nenhuma emissora de TV própria, nenhum jornal impresso sediado, nenhuma emissora de rádio, seja ela comercial, comunitária ou educativa.

Durante ao trabalho, iniciado em 2022, encontramos dois portais online, ambos privados, sendo que um deles está inativo e outro tem pouquíssima atualização (inclusive, passando meses sem nenhuma postagem), notadamente em termos de trazer assuntos comunitários da cidade. A presença massiva da população está engajada no grupo no *Facebook*, onde as informações são divulgadas e impulsionadas, facilitando a circulação das informações, com uma interação mais dinâmica. Até o término desta pesquisa, em junho de 2023, essa página da Internet já contava com mais de 12.000 seguidores, muito mais do que toda a população registrada no município pelo último censo do IBGE (2023a), que é de 2010, que traz Monsenhor Gil com 10.333 habitantes.

A problemática que norteia a pesquisa reside no questionamento sobre os fluxos comunicacionais e por que o *Facebook* permanece com tal grandiosidade dentro do município e instigando os preceitos de mediações informacionais?

Nossos objetivos com a pesquisa são entender como esses fluxos comunicacionais funcionam na cidade; bem como compreender os conceitos de comunicação popular e

comunitária entre meio aos fluxos informacionais da comunidade *Monsenhorgilense* no *Facebook*; verificar os principais temas em circulação na comunidade, e quantificá-los; assim como entender a importância da rede social *Facebook* para a divulgação das notícias do município, e como um canal de discussão e reclamação sobre assuntos da comunidade; compreender como essa plataforma é utilizada pelos moradores e qual é o impacto dela na vida social da comunidade é essencial para entender o poder irradiador das mídias sociais na comunicação comunitária.

Com essa pesquisa buscamos contribuir e ajudar a identificar lacunas na comunicação e na produção de informação, bem como oportunidades de melhoria para a disseminação de informações importantes para a comunidade e ainda aprimorar o uso dessas plataformas como ferramenta de comunicação, fortalecendo a comunicação comunitária de forma mais ampla.

Maria das Graças Targino (2009) afirma que a difusão da Internet, e das próprias mediações por meio dela, favoreceu a emergência do jornalismo cidadão (entre suas outras diversas nomenclaturas). Esse tipo de jornalismo aberto instiga que os indivíduos ou grupos possam externar suas opiniões sobre quaisquer assuntos, principalmente saindo da hegemonia dos meios de comunicação clássicos. A autora (*op. cit.*) também atenta que haja visto que essa utilização das ferramentas online por qualquer pessoa não a converte em jornalista, nem seus textos em matérias jornalísticas, mas são, naturalmente fluxos informacionais que podem mediar fatos e atos ocorridos na comunidade e para a comunidade. Nota-se essas interfaces entre o nosso objeto de pesquisa.

Aqui buscamos mostrar esse fenômeno dentro do *Facebook* na comunidade de Monsenhor Gil em sua utilização no *Facebook*. Tal maior participação de grupos populares em aspectos comunicacionais dentro do ciberespaço é o que Maria das Graças Targino (2009) nomeia como a Web 2.0, o que a demarca como diferente da web tradicional (ou Web 1.0), sendo que esta é que a mesma se expande como rede social, privilegiando a participação e colaboração do cidadão e dos grupos sociais em frente a produção de notícias.

A pesquisa se justifica pelo engajamento da página *Monsenhorgilense*, tal que é tão marcante que a mesma já possui um número de seguidores superior a quantidade de moradores da cidade, isso segundo o censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística – IBGE (2023a). A página *Monsenhorgilense* no *Facebook* (2023b) conta com a quantidade crescente já superando os 12.000 seguidores, segundo checagem

realizada no início de junho de 2023. Esses dados (*op. cit.*) mostram como o *Facebook* está bem ativo e bem usual na comunidade de Monsenhor Gil, e tamanha força que exerce entre os moradores.

Essas novas facetas da comunicação comunitária e cidadã, voltada e engajada para dentro das redes sociais digitais, nos leva a conceitos de web 2.0, jornalismo cidadão, e a refletir a importância de estudar esses fenômenos em centros menores, mostrar como a plataforma do *Facebook* tem força na cidade, como o engajamento é forte e presente, e como a comunicação comunitária está presente até nos centros mais distantes.

Para os procedimentos metodológicos incluímos, além dos conceitos sobre jornalismo popular, comunicação comunitária, comunidade, *Facebook*, e jornalismo na web, uma pesquisa sobre a história do município estudado, e seus aspectos comunicacionais. Para tanto, durante os três primeiros meses de 2023 realizamos o mapeamento do grupo *Monsenhorgilense* no *Facebook*, fazendo uma análise documental, ou seja, qualitativa e quantitativa do que foi publicado. Todos os dias, na última hora da noite, por meio de celular ou computador, registrei, por meio de *prints*, todas as publicações feitas no grupo durante o dia em questão, assim como a aba ‘sobre o grupo’, onde mostra a quantidade de publicações no dia, e a quantidade de pessoas que entraram para o mesmo. Durante os três meses, em seus precisos 90 dias (31, de janeiro; 28, de fevereiro; e 31, de março), foram registrados um total de 1.492 publicações. Todas elas foram lidas, catalogadas e sistematizadas em sete categorias: denúncias e reclamações; perguntas e informações; anúncios e divulgações; publicações aleatórias; registros de eventos regionais; política; e publicações ocultas e indisponíveis.

O período é justificado por se tratar do espaço de tempo mais próximo da qualificação e da defesa desta pesquisa, sendo assim o material está mais fresco para parâmetros de pesquisa e, principalmente, ajudam a deixar o material mais atual frente a uma conjuntura contemporânea.

Para o marco referencial utilizamos conceitos de comunicação comunitária representado por teóricos como Cicilia Peruzzo (1998; 2006; 2009; 2022); Cicilia Peruzzo, Orlando Berti e Rodrigo Gabrioti (2022); Maria das Graças Targino (2009); Jusciane Matos de Lima (2014). Para a compreensão teórica sobre internet e jornalismo online, balizamos o trabalho em autores como: Raquel Recuero (2011); Amanda Chevtchouk Jurno e Carlos Frederico de Brito D’Andréa (2020); Pedro Miguel Correia e Maria Faia Moreira (2014), além de autores para a compreensão de comunidade como Ferdinand

Tönnies (1973); Cleide Rodrigues (2022); Marcelo de Oliveira Volpato (2022); Max Weber (1973), dentre outros.

Analisando os dados e trazendo uma ampliação geral é visto que as primeiras semanas de cada mês possuem uma certa constância de publicações, sendo que o pico de publicações dos primeiros sete dias é identificado já entre os dois primeiros dias do mês. Em janeiro de 2023, levando-se em conta o que foi veiculado pelo *Monsenhorgilense*, o pico foi no dia 2, quando registrou 22 publicações. No mês de fevereiro também foi no dia 2, com 19 publicações, e em março o pico foi no dia 1º, com 36 publicações. Observa-se também que na primeira semana de cada mês já mostra se aquele mês apresentará uma grande quantidade de publicações ou não. O mês com mais publicações, que foi março, registrou o maior número de publicações desde a sua primeira semana em comparação com as primeiras semanas de janeiro e fevereiro, o segundo mês do levantamento, que foi o que registrou a menor quantidade de publicações também mostrou essa marca desde a sua primeira semana.

Aponta-se também que os menores números de publicações foi registrado no dia 19 de fevereiro, com apenas sete; mas também no mês de fevereiro houve o recorde de 41 publicações em um dia, no 17. A maior quantidade de publicações do mês de janeiro foi registrada no dia 26, com 33 publicações, e o menor foi no dia 4 de janeiro, com oito publicações. Já no mês de março a maior quantidade de publicações foi registrada no dia 1º, com 36 posts, e a menor no dia 21, com oito publicações.

Levando em conta o tópico de perguntas e informações, o levantamento geral de todos os meses juntos deu um total de 48 publicações no trimestre. Em janeiro foram 15 publicações, fevereiro 14, e no mês de março foram 19.

Neste tópico o mês de março saiu a frente, com 40% das publicações. Aqui geralmente, na maioria das publicações busca pessoas que trabalhem com alguma coisa em específico ou pedem informações sobre onde vende alguma coisa em específico, bem como também aparecem publicações de informações para conhecimento público como informações de onde estão dando vacinas e publicações em busca de donos de objetos perdidos.

Já com relação ao tópico de anúncios e divulgações, no trimestre foram um total de 316 publicações, sendo que em janeiro foram registradas 120, fevereiro 109, e março 87. Aqui o mês de janeiro já saiu na frente, com 38% das publicações. Neste tópico vê-se que os moradores costumam anunciar seus produtos, e quando colocam algum objeto ou

serviço à venda, assim como divulgações de festas, tanto na cidade quanto nas comunidades próximas.

Passando para o tópico de publicações aleatórias, que foi onde registramos uma maior quantidade de publicações se comparada com os outros tópicos. No primeiro trimestre do ano foram 560 publicações no total, 191 delas em janeiro, 186 em fevereiro e 183 em março, promovendo o empreendedorismo local e uma maior divulgação entre empreendedores comunitários, muitas vezes, em outros ambientes, necessitando-se pagar. No caso do *Monsenhorgilense* não há cobrança e nem discriminação sobre quaisquer tipos de produtos. Vê-se a veiculação desde produtos de vestuário, passando por serviços do dia a dia até chegar a serviços religiosos e místicos.

Aqui o mês de janeiro novamente saiu a frente, com 34% das publicações, mas com vantagem de apenas 1% com relação aos demais meses.

Nessa categoria de publicações identifica-se desde declarações de amor de moradores para moradores (como se fosse uma espécie de correio sentimental), de moradores para a cidade (reforçando seus laços comunitários e monsenhorgilenses), mensagens de saudades da cidade de pessoas que já não moram mais em Monsenhor Gil (reforçando seus laços de pertencimento), bem como é muito encontrado uma grande quantidade de vídeos, tanto de caráter cômico (muito comuns e populares em grupos de *Whatsapp*), quanto vídeos relacionados a religião (dado a interligação comunitária também nessa interface, principalmente para o cristianismo católico), vídeos de autoajuda (também muito comuns e inspirados na utilização do *Whatsapp*), mensagens de bom dia (como uma maneira de edificar o bem e não retransmitir mensagens negativas), conversas de moradores, publicações da igreja da cidade, tanto sobre santos cristão católicos, versículos do dia (para cristãos em geral), entre outros tipos de postagens. Como esse é um tópico bem amplo, nele encontra-se essa grande quantidade de publicações.

Já as publicações do tópico de Registros e eventos regionais, ao contrário do tópico citado anteriormente, este apresentou a menor quantidade de publicações, sendo um total de 37 *posts* durante o trimestre inteiro. 13 delas em janeiro, 17 em fevereiro, e 7 em março. Aqui o mês de fevereiro saiu bem a frente, com 46% das publicações.

Nesses registros de eventos regionais encontra-se publicações de imagens de eventos da região e principalmente da zona rural da cidade, vídeos e fotos que moradores faziam de Monsenhor Gil, e compartilhamento de vídeos de eventos. Destaca-se que, mesmo com o alto poder de veiculação de serviços, os eventos culturais, e suas

respectivas divulgações, ainda não são tão feitos, quanto as outras demandas no *Monsenhorgilense*. Outro ponto a ser notado nesse tipo de categorização é também sobre a própria quantidade de festas e eventos ocorridos na cidade e, quando ocorrem são em períodos específicos, notadamente nas festividades cristãs católicas, que são anuais e ainda durante o período carnavalesco, natalino e de virada de ano, momentos que recebem uma grande quantidade de visitantes e movimentam a comunidade física e virtual, dado sua tradicionalidade e poder interativo.

Com relação ao tópico de política, o levantamento trimestral apresenta um total de 88 publicações, sendo 42 delas em janeiro, 23 em fevereiro e a mesma quantidade em março. O mês de janeiro saiu em disparado com 48% das publicações, quase metade das publicações do trimestre. Acredita-se que a posse do atual presidente, Luís Inácio Lula da Silva (PT), tenha sido o motivo desse número de publicações, já que a maior quantidade de publicações registradas em um só dia desta categoria foi no dia 2 de janeiro, com meia dúzia de *posts*, e todas elas foram referentes a cerimônia de posse da presidência da república. Nota-se duas interfaces sobre as questões políticas, não só nacionais ou estaduais (praticamente não presentes durante o período levantado), mas também municipais: as questões do respeito coletivo de não haver polêmicas sobre essa temática, tão comuns e que promovem muitas confusões em quaisquer tipos de outros grupos ou até o desinteresse de um debate, apesar de necessário, sobre os rumos do país, do Piauí, da região de Monsenhor Gil e do próprio município, em suas questões urbanas ou rurais.

Ao analisar as publicações ao longo do trimestre, nota-se que um número significativo de publicações estavam oculta ou indisponível, totalizando 356 postagens. Desse total, 91 publicações foram registradas no mês de janeiro, 121 no mês de fevereiro e 144 em março, o que representa um aumento gradual de mês para mês.

Vale ressaltar que março foi o mês com maior número de publicações ocultas ou indisponíveis, representando 40% do total, quase o dobro da porcentagem apresentada nos meses anteriores. Ressalta-se que essas publicações podem estar ocultas por conta do autor, ou autores, dela ter restringido para um grupo específico de pessoas, pelo link compartilhado estar quebrado ou até mesmo pelo conteúdo ter sido apagado. Ou seja, termina sendo muito mais um problema da plataforma *Facebook* do que propriamente dito uma atitude de retirar ou censurar quaisquer tipos de postagem no *Monsenhorgilense*. Nota-se que durante todo o levantamento e acompanhamento não houve nenhum tipo de censura ou retirada pública de postagem por parte do administrador do grupo.

Com relação somente as publicações do tópico de denúncias e reclamações, o levantamento geral traz um total de 88 publicações, sendo 28 delas em janeiro, 18 em fevereiro e 42 só no mês de março.

O mês de março liderou com quase metade das publicações de todo o trimestre, foram 48% das publicações.

Dentre essas 88 publicações de denúncias e reclamações, catalogou-se tudo que foi publicado no trimestre para saber quais temas são mais discutidos nessa categoria. Onde encontra-se 34% (28 publicações) sobre infraestrutura, 18% (15 publicações) sobre segurança, 4% (oito publicações) sobre cultura, 2% (duas publicações) sobre animais nas ruas, 8% (sete publicações) relacionadas a falta de água, 7% (seis publicações) sobre Iluminação pública, 7% (seis publicações) sobre educação, 4% (três publicações) sobre meio ambiente, 6% (cinco publicações) sobre política, 2% (duas publicações) de poluição sonora, 4% (três publicações) de saúde, e limpeza com 2% (duas publicações). Ou seja, mostrando-se a pluralidade e o destaque das demandas comunitárias sobre uma série de serviços públicos nas mais diversas regiões da comunidade.

Então, de acordo com os dados citados, é notado que nas denúncias o tema de infraestrutura é o mais presente nas reclamações dos moradores, seguido pela questão da segurança pública e da água. No geral o mês de janeiro, primeiro mês de levantamento, registrou-se um total de 500 publicações, dentre elas 28 foram denúncias e reclamações de moradores, 15 foram perguntas e informações, 120 foram posts de anúncios e divulgações, 191 foram publicações aleatórias, 13 foram registros de eventos regionais, 42 foram de política nacional, e 91 foram publicações ocultas ou indisponíveis.

Em fevereiro, período com o menor número de publicações, registrou-se um total de 487 publicações, dentre elas 18 foram denúncias e reclamações, 14 perguntas e informações, 109 anúncios e divulgações, 186 publicações aleatórias, 17 registros de eventos regionais, 23 publicações sobre política nacional e 121 publicações indisponíveis.

Em março, último mês de levantamento das amostras, registrou-se um número crescente de publicações, o maior número. Um total de 505 publicações foram registradas no *Monsenhorgilense*, dentre elas 42 denúncias e reclamações, 19 perguntas e informações, 87 anúncios e divulgações, 183 publicações aleatórias, sete registros de eventos regionais, 23 publicações voltadas para política nacional e 144 publicações ocultas ou indisponíveis.

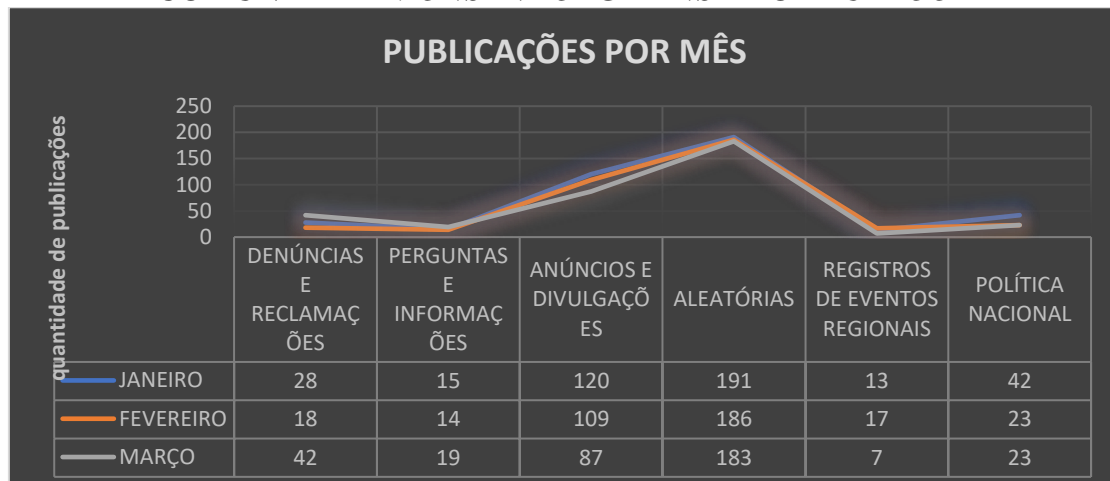
No trimestre houve um total de 1.492 publicações.

TABELA 1 – PUBLICAÇÕES NO *FACEBOOK MONSENHORGILENSE* EM TODA A AMOSTRA

	DENÚNCIAS E RECLAMAÇÕES	PERGUNTAS E INFORMAÇÕES	ANÚNCIOS E DIVULGAÇÕES	ALEATÓRIAS	REGISTROS/ EVENTOS REGIONAIS	POLÍTICA	OCULTAS OU INDISPONÍVEIS	TOTAL
JAN	28	15	120	191	13	42	91	500
FEV	18	14	109	186	17	23	121	487
MAR	42	19	87	183	7	23	144	505
TOTAL	88	48	316	560	37	88	356	1.492

FONTE: CONSTRUÇÃO VIA SISTEMATIZAÇÕES DA AUTORA DESTA PESQUISA (2023).

GRÁFICO 1 – ESTATÍSTICAS GERAIS DE PUBLICAÇÕES NA COMUNIDADE *MONSENHORGILENSE* DO *FACEBOOK*



FONTE: INFORMAÇÕES SISTEMATIZADAS PELA AUTORA DESTA PESQUISA (2023).

Pode-se observar que a quantidade de publicações no grupo segue uma constância, com relação as categorias de teor das publicações. Com diferenças de poucas publicações de um mês para outro como é visto nas linhas que representam cada mês. O que difere se houver a análise em relação a diferença por semanas, já como foi comentado nos tópicos anteriores, nas análise por semana são vistas as diferenças na quantidade de publicações de cada mês de levantamento. No que diz respeito ao número de seguidores, o grupo apresentou crescimento constante durante o período avaliado, destacando-se seu poder agregador de mais membros, justamente pela multiplicidade de informações e conteúdos.

No início da terceira semana de 2023, a contagem pré-qualificação indicou um total de 11.660 seguidores. Já no último registro, em 31 de março de 2023, o número de

membros do grupo havia aumentado para 11.825. É importante destacar que, mesmo após a conclusão deste estudo, em 15 de maio de 2023, o grupo continuou a crescer e atingiu a marca de 12.000 membros e permanecia aumentando. O crescimento constante do número de seguidores do grupo *Monsenhorgilense* é um indicativo de sua relevância e importância para a comunidade local.

Esse número mostra o quanto o grupo *Monsenhorgilense* tem sido relevante para a comunidade e como o *Facebook* é uma ferramenta poderosa para conectar pessoas de Monsenhor Gil e promover a troca de informações importantes.

Esta pesquisa trouxe estudos de comunicação comunitária dentro da plataforma do *Facebook*, mostrando, em específico o grupo *Monsenhorgilense*, e provou que a rede social está muito ativa e usual na atualidade, ao contrário do que muitos dizem, até mesmo dentro da Academia, que a rede social está ultrapassada e esquecida.

Aqui, através de pesquisas e uma série de levantamentos, apresentamos os números crescentes de usuários que o *Facebook* tem, também trouxemos discussões sobre comunicação comunitária, dentro e fora das redes sociais, e relacionadas ao conceito de comunidade, que veio embasado em vários nomes que se destacam em meio a esse conceito, desde um dos primeiros teóricos do assunto, que foi Ferdinand Tönnies (1973), até os mais atuais. Leituras que foram enriquecedoras e de muita contribuição para este estudo e, mais que isso, para nossa vida como um todo, seja acadêmica e pessoal.

Portanto, esse trabalho também se torna uma fonte de conhecimento sobre a história da cidade, contendo uma linha do tempo que acompanha o desenvolvimento do município em seus aspectos comunicacionais, informações que podem incentivar e ajudar os próximos pesquisadores da cidade. Que a falta de informações não seja mais um empecilho para a produção científica voltada para os monsenhorgilenses, muitos dos quais já em grande presença em várias universidades.

A sede do município que é eminentemente urbano, tem uma das suas principais localidades, a Baixa Grande, povoado que fica localizado às margens da BR-316. Então Monsenhor Gil está localizada em um dos pontos mais importantes do estado, tem tanto a BR-316 quanto a BR-343 passando em suas margens, por onde transitam diariamente milhares de pessoas vindo dos outros estados em direção a Teresina, e vice-versa. E além de fazer essa ponte entre o Sul e o Norte do estado, a cidade é bem conectada, e já conta com a nova geração de internet móvel, a conexão 5G.

Por mais que seja, em tese, uma cidade pequena, Monsenhor Gil é um município tecnologicamente desenvolvido e em constante comunicação. Mas porque aqui não temos um portal de notícias, uma rádio comunitária ativa, ou qualquer outro meio que possa estar mediando a comunicação popular?

Portanto, ficou claro que, mesmo com as experiências de rádios comunitárias que passaram pela cidade ao longo dos anos, o *Facebook* é o meio virtual que vem desempenhando um papel central, envolvendo e agendando pessoas.

Através dessa plataforma virtual, os moradores têm encontrado espaço de interação, contribuindo para a construção de uma comunidade virtual ativa e participativa, reverberando, mais e mais, na própria comunidade territorial que, como explicamos durante o trabalho, não são indissociadas.

A página no *Facebook* se destaca por ser aberta, opiniões se divergem e continuam em consonância, o debate é aberto e livre, não há necessidade de uma mediação.

A pesquisa apresentou uma análise detalhada do grupo *Monsenhorgilense* no *Facebook*, com foco no período de janeiro a março de 2023. Período em que foi possível observar que o grupo teve um crescimento constante em relação ao número de seguidores, e principalmente, um número considerável de uma média de publicações nas categorias de denúncias e reclamações e perguntas e informações, anúncios e divulgações, publicações aleatórias, relacionadas a política nacional, registros de eventos regionais.

Ao longo do estudo, também foi constatado uma grande quantidade de publicações ocultas ou indisponíveis, essas que não conseguimos identificar o motivo certo de estarem ocultas, mas como citamos durante as análises, há vários motivos que possam justificar isso, como o autor da publicação ter selecionado apenas um grupo de pessoas para acessá-la, ela ter sido apagada, como informa o próprio *Facebook* quando aparecem publicações assim, ou o link estar quebrado ou errado.

Aqui também provamos que a utilização das redes sociais pode ser uma ferramenta útil para a conexão entre pessoas e para a solução de pequenos problemas do dia a dia, como a busca pelo proprietário de um objeto perdido, um mal-entendido entre a prefeitura e uma comunidade. E também em problemas maiores, como a necessidade de reformas em uma unidade básica de saúde, a qualidade da água encanada, a falta de iluminação pública, a falta de segurança nas ruas da cidade, a falta de cuidado com os pontos turísticos, dentre outros assuntos amplamente discutidos no *Monsenhorgilense*.

No último mês de levantamento, observamos que a prefeitura do município tem estado mais atenta ao que é publicado na página, já que duas das publicações desse mês, que geraram certa repercussão, acabaram tendo uma resposta imediata da municipalidade, o que não vimos acontecer nos meses anteriores.

E isso mostra como o *Facebook* vem sendo útil para a comunidade de Monsenhor Gil, que pode conseguir solucionar problemas e solicitar demandas, além de ser importante para os gestores, já que podem ter insights sobre a qualidade dos serviços e receber feedbacks de reclamações, podendo assim identificar as áreas que precisam de mais melhorias, e corrigir os problemas recorrentes.

O *Monsenhorgilense* se mostra então um sistema eficiente de solução de problemas, permitindo que as questões sejam tratadas de forma ágil e eficaz e mantendo um canal aberto de comunicação.

E esse modelo da plataforma *Facebook* proporcionar a publicação de textos, com várias fotos e vídeos é o que o torna um diferencial, a rede social se destaca por sua facilidade de uso, ampla cobertura de recursos interativos que permite o compartilhamento de informações, discursões de assuntos, e a opção de criação de grupos e páginas voltadas para interesses em comum, nesse caso, a comunidade local, contribui ainda mais para a conexão entre os moradores. Se esses moradores de Monsenhor Gil fossem publicar suas reclamações no *Instagram*, ou qualquer outra rede social, por exemplo, teriam espaço limitado, quantidade de imagens limitada, além de não ter um espaço específico de conexão com o nicho de moradores monsenhorgilenses.

Aqui, no *Facebook*, esse morador tem o poder de postar uma reclamação sobre a cidade, em um grupo exclusivamente direcionado para a cidade em questão, além de ter a liberdade de postar uma foto ou não, postar um texto ou não, postar uma enquete, e até mesmo uma publicação de forma anônima.

Esta pesquisa foi iniciada ainda no ano de 2022, em agosto, com o projeto de pesquisa, que foi defendido e aprovado e posteriormente, em fevereiro de 2023, com a pesquisa em andamento. Foi realizada a qualificação, onde contamos com uma banca que foi muito forte e positivamente crítica, e cujo as contribuições foram fundamentais para o aprimoramento e direcionamento do estudo. Suas críticas construtivas nos ajudaram a moldar o *corpus* dessa pesquisa, com bases mais sólidas e mostrando a relevância e impacto da plataforma do *Facebook* como um meio virtual que envolve e agenda pessoas em Monsenhor Gil. Após esses direcionamentos que foram dados, foi debruçado sobre o

Monsenhorgilense, já tinha metade das amostras, comecei a destrinchar os *prints* em dados, e distribuir em uma supertabela no Excel, em primeiro contato com tal plataforma.

O estudo colocado nessas páginas, contribuiu para a compreensão do papel do *Facebook* em comunidades locais e esperamos que sirva para mostrar que essa plataforma é uma ferramenta útil para a resolução de problemas e a conexão entre pessoas.

Pessoalmente, tiramos uma lição sobre o gosto de pesquisar e a vontade de não mais parar, tentando levar essas ideias para um futuro mestrado, sonho que antes não era cogitado, mas que a pesquisa, o entender as sistematizações e análises, nos fazem ser um objetivo para o agora.

Referências

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; GABRIOTI, Rodrigo; PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (orgs.). **Trilhas e impactos da comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil**. Teresina: EdUespi, 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. **Novas formas de comunicação: história do Facebook – uma história necessariamente breve**. Rio de Janeiro: Revista Alceu, v. 14, n. 28, 2014, pp. 168-187.

FACEBOOK. **Grupo Monsenhorgilense**. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/monsenhorgilense>. Acessos: entre jun.2022 e jan.2023(b).

FACEBOOK. **Perfil da Prefeitura de Monsenhor Gil no Facebook**. Disponível em: <https://www.facebook.com/prefeiturademonsenhorgil>. Acesso em: 23.mar.2023(c).

FACEBOOK. **Pesquisa sobre grupos de Facebook que tratam sobre a cidade de Monsenhor Gil, Piauí**. Disponível em: <https://www.facebook.com>. Acesso em: 30.out.2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados sobre a cidade de Monsenhor Gil**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/monsenhorgil/panorama>. Acesso em 15.jan.2023(a).

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **História do município de Monsenhor Gil**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/monsenhorgil/historico>. Acesso em 10 de abril de 2023(b).

JURNO, Amanda Chevtchouk. **Facebook e a plataforma do jornalismo: uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019**. Belo Horizonte: Tese apresentada ao programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, 2020.

LIMA, Jusciane Matos de. **A nova cara da Comunicação Comunitária – uma análise sobre o uso do Facebook no jornal Voz da Comunidade**. Taguatinga: Monografia de Conclusão de Curso apresentada ao Bacharelado em Jornalismo da Universidade Católica de Brasília, 2014.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **Narrativas transmidiáticas e circulação**: participação e controle em rede. São Paulo: Abciber, 2016.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Análise de uma experiência de pós-graduação em Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa no Brasil**. Conceitos e prática. *IN*: BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; GABRIOTI, Rodrigo; PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (orgs.). Trilhas e impactos da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa no Brasil. Teresina: EdUESPI, 2022.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor**. Rio de Janeiro: Revista ECO-Pós, v. 12, n. 2, 2009, pp. 46-61.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Mídia comunitária**. São Bernardo do Campo: Revista Metodista, n. 30, 1998, pp. 141-156.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. Brasília: Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

RECUERO, Raquel. **Desafios para o Jornalismo na Era da Hiperconexão**. 2011. Disponível em:
http://www.raquelrecuero.com/arquivos/desafios_para_o_jornalismo_na_era_da_hiperconexao.html. Acesso em: 02.jan.2023.

RODRIGUES, Cleide. **As manifestações públicas pelos grupos pró e contra o impeachment de Dilma Rousseff nas redes sociais on-line**. *IN*: BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; GABRIOTI, Rodrigo; PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (orgs.). Trilhas e impactos da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa no Brasil. Teresina: EdUESPI, 2022.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Perfil municipal de Monsenhor Gil**: unidade de políticas públicas e desenvolvimento territorial. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/municipios/pi/Monsenhor%20Gil.pdf>. Acesso em: 10.abr.2023.

SILVA, Edna de Mello. **Fases do telejornalismo**: uma proposta epistemológica. *IN*: COUTINHO, Iluska; EMERIN, Carlida; FINGER, Cristiane (orgs.). Florianópolis: Insular, 2018.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão**: informa ou deforma? Brasília: Ibict; UNESCO, 2009.

TÖNNIES, Ferdinand. **Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais**. *IN*: FERNANDES, Florestan (org.). Comunidade e sociedade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Ciberjornalismo no interior paulista**: três tendências a partir das concepções de desenvolvimento. *IN*: BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; GABRIOTI, Rodrigo; PERUZZO, Cicilia Maria Krohling (orgs.). Trilhas e impactos da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa no Brasil. Teresina: EdUESPI, 2022.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Comunicação Comunitária**: trajetórias e inovações. Curitiba: Revista Uninter de Comunicação, v. 2, 2014, pp. 217–232.

WEBER, Max. **Comunidade e sociedade como estrutura de socialização**. *IN*: FERNANDES, Florestan (org.). Comunidade e sociedade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1973.