ÀS MARGENS DO AGIR

RESPONSABILIDADE COMUNICATIVA E ATIVISMO DIGITAL

LILIANE FEITOZA

PRAZER DE LER®
Acreditando no futuro do Brasil

ÀS MARGENS DO AGIR

RESPONSABILIDADE COMUNICATIVA E ATIVISMO DIGITAL

LILIANE FEITOZA

PRAZER DE LER®
Acreditando no futuro do Brasil

ÀS MARGENS DO AGIR

RESPONSABILIDADE COMUNICATIVA E ATIVISMO DIGITAL

LILIANE FEITOZA

Editor: Lécio Cordeiro.
Projeto gráfico, editoração eletrônica e ilustrações: Box Design Editorial.
Capa: Felipe Moura.
Ilustração da capa: Lourdes Saraiva.
Revisão de Texto: Suélen Franco.

Coordenação editorial:
Editora PRAZER DE LER®
Acreditando no futuro do Brasil

Avenida Doutor Rinaldo de Pinho Alves, 2680
CEP: 53411-000 – Paratibe – Paulista/PE
Tel.: (81) 3447.1178
CNPJ: 14.605.341/0001-03

Fizeram-se todos os esforços para localizar os detentores dos direitos dos textos contidos neste livro. A Editora pede desculpas se houve alguma omissão e, em edições futuras, terá prazer em incluir quaisquer créditos faltantes.

As palavras destacadas de amarelo ao longo do livro sofreram modificações com o novo Acordo Ortográfico.

F311a Feitoza, Liliane
Às margens do agir : responsabilidade comunicativa e ativismo digital : 8º ano : ensino fundamental / Liliane Feitoza ; ilustrações Box Design Editorial. – Recife : Prazer de Ler, 2019.
48p. : il.

Inclui referências.

1. COMUNICAÇÃO DE MASSA – RESPONSABILIDADE SOCIAL – ENSINO FUNDAMENTAL. 2. COMUNICAÇÃO DIGITAL – OBJETIVIDADE – ESTUDO E ENSINO. 3. COMUNICAÇÃO DE MASSA E OPINIÃO PÚBLICA – ESTUDO E ENSINO. 4. INTERNET – COMUNICAÇÃO – ASPECTOS SOCIAIS. 5. REDES SOCIAIS ON-LINE – QUESTÕES SOCIAIS E MORAIS. 6. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO – ASPECTOS EDUCACIONAIS. I. Box Design Editorial. II. Título.

CDU 659.3
PeR – BPE 19-158 CDD 302.2

ISBN: 978-85-8168-699-8

Impresso no Brasil

Reprodução proibida.
Art. 184 do Código Penal e Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Apresentação

Emitir mensagens para muitas pessoas ao mesmo tempo já não é mais uma possibilidade exclusiva dos meios de comunicação de massa. Com um celular na mão, acesso à Internet e um perfil em uma rede social, qualquer pessoa pode ser um emissor de conteúdos que têm a capacidade de atingir multidões. Essa possibilidade tecnológica é influenciadora e influenciada pela sociedade em que vivemos, ela ajuda a desenvolver uma cultura participativa, que, por sua vez, exige cada vez mais espaço para a ação.

As pessoas não aceitam mais ser receptores silenciosos. Ao contrário disso, queremos comentar as informações, dar a opinião sobre assuntos gerais, criar conteúdos paralelos e enviar as produções para o mundo através da Internet. Todo esse cenário amplia as nossas margens de ação. De fato, é possível saber mais, dizer mais, participar mais. Mas, com essa possibilidade, surge também a necessidade de ser responsável pelo que se diz.

Neste livro, refletiremos sobre os processos comunicativos que nos envolvem no nosso cotidiano. Falaremos de memes, de *fake news*, de ativismo digital, de redes sociais e de muitos outros temas e fenômenos que nos cercam. Mais do que um convite para pensar sobre um mundo distante, é um chamado para refletir sobre os poderes e as responsabilidades trazidos pela Internet e pelas tecnologias de comunicação.

Dedico este livro aos que lutam pela democratização das comunicações no Brasil.

Às margens do agir: responsabilidade comunicativa e ativismo digital

Escaneie o QR CODE

Gretchen: de rainha do rebolado a rainha dos memes

Apurando os fatos

Você já pensou no que acontece com as pessoas quando encontram aquele meme perfeito? Quando alguém o envia ou elas veem, na Internet, um meme que faz rir ou lembrar de determinada situação? É muito provável que isso até já tenha ocorrido com você algumas vezes. Pense, então, no que você faz diante disso, como reage em uma situação como essa.

Entre as reações mais comuns, estão o riso, o espanto imediato ou o desejo de emitir uma opinião, de reagir ao meme. Essa reação, por sua vez, pode ser uma curtida, um comentário, um compartilhamento (ou todos juntos). Há pessoas que salvam a imagem para enviar diretamente para outras, que, na opinião delas, precisariam ver o meme. A partir disso, acontece certo envolvimento entre o que é retratado (seja pela imagem, seja pelo texto, seja pela situação) e nós.

Escaneie o QR CODE

É comum que os memes abordem situações corriqueiras com humor, levando muitas pessoas a se identificarem com elas.

Esse envolvimento está na essência do que um meme é. Pode parecer estranho, mas a palavra *meme* foi criada por um biólogo inglês chamado Richard Dawkins. Talvez você esteja se preguntando qual é a relação entre as imagens engraçadas da Internet e a Biologia, mas Dawkins nos ajuda a entender que elas têm muito a ver. Vamos explicar melhor.

Dawkins é um evolucionista, isto é, ele estuda o processo de evolução das espécies seguindo a ideia defendida por Charles Darwin. Mas o que ele diz, no último capítulo de um livro chamado *O Gene Egoísta*, é que a ideia de Darwin — de que as espécies evoluem por precisarem se adaptar ao meio, no processo de seleção natural — não se aplica apenas à Biologia, mas também à cultura.

Se na Biologia existem os genes — unidades que imprimem informação genética (os genes dos nossos pais transmitem para nós as características biológicas que vamos ter, como a cor dos olhos, dos cabelos e da pele) —, na cultura existem os memes, que seriam a unidade de transmissão da cultura. Essas unidades de conteúdo são capazes de gerar identificação em um grande número de indivíduos por expressar em alguma experiência comum a eles, de tal maneira que eles tendem a replicar, ajustando-as aos diversos contextos, ao mesmo tempo que preservam seus elementos básicos. Assim, da mesma forma que os seres vivos possuem genes, as ideias possuem memes, e os dois, os genes e os memes, transmitem informações essenciais e que vão evoluindo para se adaptar à realidade.

Para Dawkins, então, os memes que existem não se atêm apenas às imagens engraçadas da Internet. Por mais que esse tipo tenha se tornado mais comum e seja o primeiro a ser lembrado, na verdade há memes de todo tipo e que já existiam muito antes do advento da Internet.

Indo além da compreensão dos memes e do seu surgimento, o que queremos realmente é pensar sobre a forma como eles se espalham. E aí novamente há uma conexão entre Biologia e cultura. Assim como os genes são transmitidos de pessoa para pessoa, os memes também precisam de nós para se difundir.

Na linguagem que usamos na Internet, já há uma pista para essa transmissão. É bem comum que as pessoas digam que determinado meme, vídeo ou informação **viralizou**. Ao dizer isso, estamos afirmando que o meme se espalhou como se fosse um vírus. Ora, vamos pensar no que sabemos sobre a forma como um vírus se espalha.

Nem todos os vírus se espalham da mesma maneira, mas alguns, como os da gripe ou da catapora, podem ser transmitidos pelo ar, bastando uma tosse ou espirro para se disseminarem. De maneira geral, os vírus passam das células de uma pessoa para as de outra, até atingirem todo um grupo. Para Richard Dawkins, os memes seguem um caminho semelhante, pois eles também nos "contaminam" e se espalham a partir de nós.

É como se fôssemos hospedeiros das unidades informativas que os memes carregam. Aquele envolvimento com os memes, que nos faz querer compartilhar, curtir ou mostrar a alguém, seria, então, um sintoma dessa "contaminação" e a própria ação do meme querendo se espalhar.

Pois bem, agora chegamos exatamente ao ponto que queríamos e ao motivo pelo qual a comunicação via memes de Internet é tão interessante para entendermos os processos comunicativos da atualidade. Os memes se espalham por meio de nós (do nosso referido envolvimento). Se eles não nos impactam, não nos parecem interessantes, não nos fazem querer disseminá-los, então eles morrem, pois não conseguem se difundir.

Os memes não requerem apenas que gostemos deles, mas que, por nossa iniciativa, sejam passados adiante. Deixando a Biologia um pouco de lado e nos voltando para os processos comunicativos, os memes precisam que as pessoas não só sejam receptoras da informação, mas também emissoras, coprodutoras e divulgadoras.

O processo que espalha um meme na Internet é diferente do que espalha a campanha publicitária de um produto ou a informação de um grande jornal. Nesses casos, existem veículos de comunicação massivos, com recursos financeiros, uma estrutura física e profissionais capacitados para atingir muitas pessoas ao mesmo tempo. Esse tipo de comunicação, a comunicação de massa, pode ser chamada de **vertical** ou **unidirecional**, pois é imposta de cima para baixo e porque tem lugares fixos para os que a produzem e para os que só a recebem.

Não há uma estrutura comunicacional desse tipo funcionando para espalhar um meme. Eles realmente precisam do envolvimento das pessoas e que elas tenham condições técnicas de disseminar mensagens. É por esse motivo que o termo é tão associado à Internet. Nas comunicações que se processam na rede mundial de computadores, nós não somos apenas receptores, mas também produtores. A tecnologia dos nossos celulares, *tablets* e computadores, juntamente com as páginas nas redes sociais, *blogs* e outros espaços de compartilhamento, permite não só receber informações, como também enviá-las para todos os que desejarem se conectar conosco.

A comunicação que espalha os memes, e se processa nas redes sociais, não é uma comunicação de massa, pois não é unidirecional nem vertical. Ao invés disso, ela é horizontal e segue em diversas direções, interpretada, modificada e replicada por muitas pessoas.

Para caracterizar esse tipo de comunicação, o sociólogo espanhol Manuel Castells propôs o conceito chamado **autocomunicação de massa**. É autocomunicação porque envolve a autonomia de cada pessoa que participa do processo e que decide se envolver ou não. E continua sendo de massa porque ela pode alcançar uma quantidade muito grande de pessoas, como quando os memes viralizam.

Neste livro, falaremos desse tipo de comunicação, a horizontal, da qual nós participamos todos os dias. Falaremos, especificamente, do surgimento dessa forma de comunicação, das vantagens e desvantagens ligadas à sua existência e da responsabilidade que ela traz para todos nós. Essa não será uma conversa sobre uma realidade distante ou finalizada, mas sim sobre fenômenos do nosso cotidiano que dependem de nós e estão se modificando enquanto você lê este texto.

Escaneie o QR CODE

Como tudo começou: a história da Internet no Brasil

Dos meios de comunicação de massa à Internet

Vamos imaginar a seguinte situação. Você acorda com o despertador do celular. Checa as mensagens pessoais que chegaram enquanto você dormia, depois dá uma olhadinha nas atualizações das redes sociais. Vê que a sua amiga postou um vídeo engraçado e que seu amigo adicionou uma foto. Depois de deixar comentários para os dois (afinal, não se pode ignorar a publicação dos amigos), você finalmente levanta. Ainda no celular, coloca uma música para alegrar o banho e recebe uma notificação: o episódio novo da sua série favorita já está liberado.

No café da manhã, uma pausa na música para pedir à sua mãe que faça uma receita que viu em um tutorial. Embora a comida já estivesse pronta, ela assiste ao vídeo rapidamente com você e promete executar a receita outro dia. Depois da refeição, você termina de arrumar sua mochila e deixa tudo certo para ir à escola, mas, antes, faz uma *selfie* para postar nas redes sociais.

Enquanto os primeiros comentários e as curtidas chegam, você já está a caminho da escola. No celular, troca mensagens com amigos que vão apresentar um trabalho para a classe com você e, depois de saber onde está cada um, dá uma última olhada pelo celular nas informações que serão apresentadas. Para se distrair um pouco, volta para as redes sociais e vê um *post* de um *site* especializado em música criticando um cantor de quem você gosta. A reação não podia

ser outra: na hora, escreve um textão em defesa. Tudo isso antes mesmo de chegar à escola e começar mais um dia de estudo.

Nessas situações, e em muitas outras, o celular funciona não só como um aparelho que nos permite receber informações, mas também como um dispositivo que nos permite produzi-las. Essa possibilidade está tão disseminada nos dias atuais que temos até um pouco de dificuldade em pensar no mundo sem ela. Ainda assim, vamos fazer exatamente isso, vamos nos deslocar para o mundo antes da disseminação da autocomunicação de massa. Vamos começar outra vez.

...

Agora, se isso ocorresse nos anos 1980...

Você acorda com o chamado da sua mãe. Ela disse que já é a terceira vez que te chama. Você não se lembra das anteriores, mas, pelo relógio de parede, vê que é mesmo hora de levantar. Toma um banho rápido e segue para o café da manhã. Depois de comer, aproveita para ver um pouco de desenho animado na televisão. Esse desenho é transmitido sempre no mesmo horário, e você já conhece a maior parte dos episódios. Reclama dizendo que gostaria de ver algo diferente, algo novo. Então, você vai mudando de canal à procura de algo, mas não encontra nada que desperte o seu interesse. O jeito é se contentar com o desenho repetido.

Iakov Filimonov/Shutterstock.com

Aproveitando sua pouca atenção à TV, sua mãe pergunta sobre o dia anterior na escola. Você conta a respeito de um trabalho feito na aula de Português: ler textos de opinião e perceber como os autores defendiam ideias a partir de alguns jornais e revistas de grande circulação que a professora levou para a sala. O seu grupo brigou para conseguir o texto que todos na sala queriam: uma crítica sobre a nova fita cassete de um grupo musical. Você, por acaso, tem essa fita, lançada há algumas semanas, e, desde que a ganhou, escuta quase todos os dias no seu ***Walkman***.

Nada mais comum que carregar suas *playlists* favoritas e reproduzi-las na hora e no local desejados. Mas o som portátil tornou-se real há menos de meio século, mais precisamente em 1979, quando a Sony lançou o seu ***Walkman***, um aparelho de som que o usuário poderia carregar consigo, permitindo ouvir rádio ou reproduzir fitas *cassette* (dispositivos de armazenamento compostos de uma estrutura plástica que protegia um rolo de fita magnética — onde o som era gravado). As playlists, porém, eram bem mais modestas: as fitas comportavam em média dez ou doze músicas, e o dispositivo funcionava a pilha (e haja pilha!). O Walkman passou a ser sinônimo de "som portátil", e era comum referir-se a esses "pequenos" toca-fitas como "*walkman*", mesmo que fossem de outra marca.

Escaneie o QR CODE

Walkman 36 anos: relembre a evolução dos players portáteis de música

Mas, durante o trabalho, uma grande decepção. O autor do texto avaliava muito mal a fita. Argumentava que as músicas eram de baixa qualidade e que ainda repetiam temas e sonoridades muito semelhantes ao trabalho anterior da banda, ou seja, para o autor, faltava inovação e aperfeiçoamento às canções. Você e os outros participantes do grupo discordam do texto, acham que a crítica está sendo injusta.

Aproveitando a situação, a professora propôs ao grupo que escrevesse um texto, também opinativo, discordando da crítica publicada na revista. De acordo com ela, se vocês se esforçassem e o texto ficasse bom, ela mesma enviaria uma carta para a revista. A partir daí, teriam uma chance de aparecer na seção *Carta dos Leitores*, que, conforme a explicação da professora, é um espaço reservado em jornais e revistas para receber opiniões, críticas e elogios das pessoas que os leem.

Zurijeta/Shutterstock.com

Quando termina de contar essa história, você e sua mãe já estão a caminho da escola. No carro, você diz a ela que está preocupado(a) com um amigo que não foi para a escola no dia anterior. Ninguém sabe o motivo da ausência, mas, como ele não costuma faltar, todos suspeitam de que ele pode estar doente. Essa possibilidade o preocupa não só pela saúde do seu amigo, mas também porque ele forma dupla com você em um trabalho de História, a ser apresentado na primeira aula para toda a turma. Sem ele, você teria de apresentar tudo sozinho. Ainda com medo, você chega à escola, despede-se da sua mãe e entra, desejando, com todas as forças, que o seu amigo já esteja na sala esperando por você.

As duas histórias narradas não estão separadas por um período de tempo tão longo. A segunda história não seria o equivalente à juventude dos seus avós ou bisavós, possivelmente está muito mais próxima à infância e adolescência dos seus pais. Se você perguntar a eles, verá que, quando tinham a sua idade, os processos comunicativos e o acesso à tecnologia eram muito diferentes.

Ninguém, ou quase ninguém, tinha celular, muito menos computadores e, menos ainda, acesso à Internet. E essas diferenças não implicam apenas a ausência de um objeto ou tecnologia, mas modificam a forma como as pessoas viviam e se comunicavam. Vamos voltar às histórias, comparando-as para deixar essa afirmação mais clara.

A presença do celular e da Internet, como ocorre na atualidade, faz com que diversos recursos sejam adicionados à rotina e que passem a desempenhar funções que, nos anos 1980, 1990 e até na primeira década dos anos 2000, nem mesmo existiam. Na primeira história, o celular não foi usado nenhuma vez para fazer ligações (e lembre-se de que este foi o objetivo fundamental da sua criação), mas, sim, como despertador; reprodutor de músicas, de vídeos e de material de texto (você checou a apresentação pelo celular); câmera fotográfica; canal de acesso às redes sociais, de respostas a empresas de comunicação e de interação com os amigos.

Essa ampla lista de funções não resume tudo o que o celular pode fazer e também não apresenta novidade alguma. Nada surpreende, pois todos esses usos já foram somados à maneira como as pessoas vivem na atualidade. Por sua vez, se essa mesma lista de funções fosse apresentada para uma pessoa durante os anos 1980, ela, provavelmente, seria recebida não só com surpresa, mas também com desconfiança. Na época, os celulares já exis-

tiam, no entanto não atendiam sequer ao requisito de caber no bolso, muito menos ao da popularidade ou da praticidade.

Uma primeira diferença que gostaríamos de destacar entre as histórias diz respeito à quantidade de informação acessada. A praticidade do celular, um aparelho pequeno, de bateria durável, de fácil manuseio e com várias funções, permite-nos estar rodeados por uma quantidade maior de informação. Se desejamos ouvir uma música, é fácil buscá-la e reproduzi-la. Se desejamos informações sobre a programação do cinema ou se temos uma curiosidade qualquer, o celular se apresenta como solução.

O mesmo vale para informações das pessoas mais próximas. Não é preciso chegar até a escola para saber das novidades dos seus amigos, nem ir até a casa deles. Se alguém tem algo a dizer ou algo que gostaria de reproduzir, não é preciso esperar, é só usar o celular ou alguma outra tecnologia da informação.

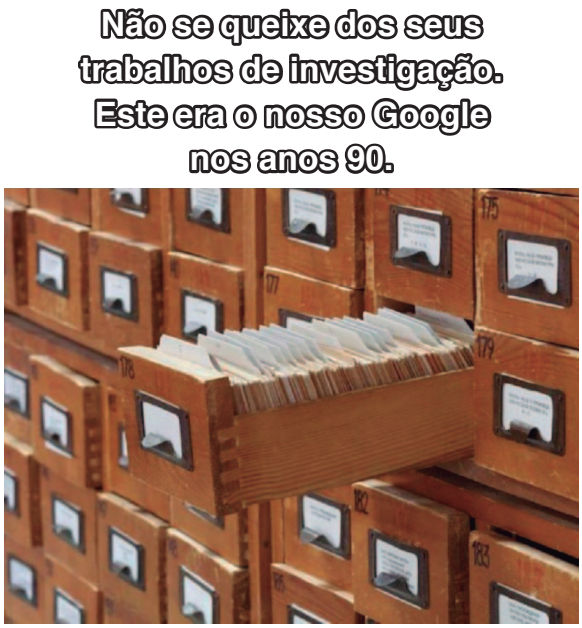
Outra mudança, relacionada à facilidade do acesso à informação, é a exigência de comunicações mais ágeis. Em resumo, podemos dizer que a agilidade desses fluxos comunicativos nos permite um comportamento constantemente apressado. Enquanto na segunda história é comum passar um dia inteiro sem notícias do amigo, pois nem os celulares nem os telefones residenciais eram populares, na atualidade ficamos preocupados se alguém demora dez minutos para responder a uma mensagem.

A exigência por rapidez também pode ser observada em outras relações comunicativas. Diante de uma curiosidade, as pessoas não esperam mais até o dia seguinte para ler um jornal impresso ou até a noite para assistir a um telejornal. O mais comum é buscar as informações desejadas de imediato, por meio de um *site* de busca ou do *site* de um veículo jornalístico.

Assim, até agora já marcamos duas diferenças importantes: a primeira é que nos acostumamos com o acesso fácil a uma grande quantidade de informações, e a segunda é que também desejamos esperar menos tempo. Atendendo a essas duas demandas, o fluxo comunicativo da atualidade realmente oferece quantidades absurdas de informação, que são atualizadas o tempo inteiro. São tantas informações que não é possível acessar a tudo, é necessário selecionar ou personalizar o que se deseja receber.

mikeledray/Shutterstock.com

Em 1983, a Motorola lançou no mercado um celular que media 30 cm, pesava quase 1 kg e ficou conhecido como **celular de tijolo**.



Esta imagem, retirada de uma postagem dedicada a quem cresceu nos anos 1990, remete à facilidade de pesquisa que os buscadores eletrônicos oferecem em trabalhos escolares, retratando o mecanismo de busca física utilizados em bibliotecas da época: esta era a tecnologia disponível para os estudantes antes do advento da Internet.

A **personalização** é, portanto, outra característica fundamental da comunicação nos nossos tempos. Além de ser uma necessidade, já que o excesso de conteúdos não nos permite acessar a tudo, a personalização é uma possibilidade de adaptar a recepção ao gosto de cada um.

Na primeira história, existe a escolha da música a ser reproduzida durante o banho, dos seriados que prefere acompanhar e se quer ou não receber notificações sobre eles. Por sua vez, na realidade da segunda história, não é possível escolher a programação da televisão. É verdade que é possível escolher entre os canais disponíveis ou optar por desligar o aparelho, mas há poucas possibilidades além dessas.

Na realidade da primeira história, isto é, a contemporânea, não é preciso se submeter à seleção dos grandes veículos de comunicação. Se desejamos ouvir uma música, não precisamos ouvir a que o rádio transmite (possuímos nossas próprias listas ou temos acesso a bancos de dados com diversos arquivos); se desejamos ver um filme, também não precisamos esperar que ele seja transmitido na televisão. O mesmo vale para seriados, desenhos animados, informações jornalísticas. Existem diversas produções, e podemos selecionar a que mais nos agrada.

Além da personalização, a presença do celular e da Internet, na primeira história, assim como nos dias atuais, também potencializa a interação. Em outras palavras, existe uma maior possibilidade de influência mútua. Você não só recebe informações, mas também pode respondê-las, produzindo outras. É possível enviar e receber mensagens de pessoas que estão distantes, mantendo uma sincronia próxima à de uma conversa face a face. Além disso, pode-se interagir com canais especializados em comunicação, como o *site* de música do exemplo.

Essa interação existe porque os fluxos comunicacionais da atualidade nos permitem alterar nossa posição e sermos tanto receptores quanto emissores. Na primeira história, quando é observado o vídeo postado por uma amiga ou quando é lido o texto de um *site* especializado em música, estamos na posição de receptor, mas, quando é formulada uma resposta ou comentário a uma dessas informações ou quando a foto que tiramos é divulgada, passamos a atuar como produtores de informação.

De maneira resumida, na primeira história, o celular e a Internet permitem, a quem os possui, ser receptor de uma quantidade diversa de informações em um curto espaço de tempo. A tecnologia da informação também torna possível selecionar aquelas mais adequadas ao gosto pessoal, ser produtor de informações e interagir com uma considerável sincronia.

Todas essas possibilidades se tornaram tão comuns que estranhamos a sua ausência. Parece absurdo que alguém não tenha um perfil nas redes sociais ou que uma empresa não possua um *site*, bem como parece absurdo morar em uma casa onde não há acesso à Internet. Ainda assim, todos esses absurdos não eram a exceção, mas a regra cerca de quinze ou vinte anos atrás.

No contexto da segunda história, algumas das necessidades da primeira não fariam muito sentido. Ninguém voltaria para casa por ter esquecido o celular, pois ele não possuía a importância de hoje; ninguém sentiria falta de estar nas redes sociais, já que elas também não existiam. Ninguém sonhava com a personalização da programação da TV nem achava que esperar alguns dias por uma mensagem enviada pelos correios era esperar tempo demais. Com isso estamos dizendo que, ao mesmo tempo que cria possibilidades, as tecnologias de comunicação e informação também criam demandas que não existiam antes.

Pensando nos processos comunicativos, vivemos um período de mudança, no qual convivem duas lógicas produtivas distintas. Por um lado, as diversas funções dos celulares e da Internet são uma realidade, por outro os meios de comunicação de massa continuam existindo e sendo importantes. A partir de agora, vamos falar com mais detalhes

sobre as diferenças dessas formas de se comunicar e das mudanças que a Internet tem provocado nos meios de comunicação de massa.

Rumo à cultura participativa

Os meios de comunicação de massa, entre os quais podemos incluir revistas e jornais impressos, cinema, rádio e televisão, foram durante muito tempo os principais canais de informação das populações. Por esse motivo, é comum falar que eles eram hegemônicos durante a maior parte do século XX, ou seja, dominavam com relativa exclusividade os processos comunicativos tecnicamente mediados.

Diante dessa hegemonia, muitos estudos foram feitos na tentativa de compreender o poder dos meios de comunicação de massa. De início, alguns pesquisadores defendiam que a capacidade de influência era ilimitada. Em outras palavras, acreditavam que essa comunicação era capaz de controlar totalmente o comportamento do seu público.

Posteriormente, esse pensamento foi abandonado, pois, aos poucos, outros pesquisadores foram provando que, mesmo sendo bastante influenciado pelos meios de comunicação de massa, o público era formado por pessoas diferentes entre si e que, portanto, reagiam de forma diferente a um mesmo estímulo. Assim, enquanto alguns poderiam aceitar determinada informação, outros poderiam ignorar grande parte do que era transmitido.

A crença na capacidade de manipulação dos meios de comunicação enfraqueceu, e no seu lugar se fortaleceu a percepção de que o público é ativo e capaz de formular suas opiniões, a partir de muitas outras instituições sociais além da mídia. Essa mudança, entretanto, não significa que os meios de comunicação de massa passaram a ser vistos como pouco importantes.

Um dos motivos para que eles continuassem sendo percebidos como fundamentais era a exclusividade da fala. No período de hegemonia mencionado, apenas os meios de comunicação de massa eram capazes de levar, ao mesmo tempo, informações a locais distantes e interligar grandes grupos populacionais. Pensando no tamanho de um país como o Brasil, o quinto mais extenso do mundo, e na sua grande população, estamos falando na capacidade de levar uma mesma mensagem para milhões de pessoas, espalhadas em milhares de cidades.

Oferecer um filme, uma telenovela, um desenho animado, uma revista ou um jornal para o País inteiro impõe uma grande quantidade de desafios, dos quais destacaremos dois: o desafio estrutural e o temático. Sobre a estrutura, queremos destacar que os meios de comunicação de massa demandam uma estrutura complexa e cara, não só para sua produção, mas também para a sua distribuição (imagine o trabalho necessário para fazer com que uma mesma mensagem chegue aos estados de Goiás e do Ceará ao mesmo tempo). E a implicação disso é que só poucas e grandes empresas poderiam desempenhar essa função.

O desafio temático, por sua vez, refere-se à oferta de um mesmo produto a pessoas muito diferentes. Para isso, os produtos dos meios de comunicação de massa privilegiam temas pouco específicos e mais genéricos, pois eles trazem uma chance maior de agradar a maioria do público. Nesse caso, o desafio é escolher assuntos capazes de interessar pessoas muito diferentes. Além do assunto, é necessário adequar outros elementos, como a linguagem utilizada. Tudo precisa garantir que a informação seja acessível para uma grande quantidade de receptores.

Certamente, nem todas as pessoas do público reagem da mesma forma, mas a resposta recebida pelos meios de comunicação de massa é limitada, pois outra característica da produção desses meios é o fluxo unidirecional da informação. Isso significa que a informação segue em uma única direção: os meios de comunicação de massa são os emissores (aqueles que falam, escrevem ou filmam), e os públicos são os receptores (aqueles que escutam, leem ou assistem ao que foi produzido).

Há poucos momentos em que o fluxo se inverte, ou seja, em que o público emite mensagens a serem recebidas pelos meios. Antes, isso ocorria porque faltavam instrumentos de resposta e espaço para disseminá-la e, ainda mais importante, porque não havia uma cultura participativa tão intensa. Para muitas pessoas, era o suficiente comentar o conteúdo dos programas com amigos e familiares, não era habitual o desejo de responder diretamente ao veículo de comunicação ou de tornar a sua opinião pública e acessível a desconhecidos.

Hoje, no Brasil, há mais de 800 canais com 1 milhão de inscritos no YouTube. Nos últimos anos, tem crescido a carreira de *youtuber*, principalmente por jovens que criam conteúdos voltados para opinião e entretenimento.

Essa maneira de produzir informações continua sendo influente na atualidade, mas está exposta a um cenário de mudança ao qual precisa se adaptar. O que acontece é que os meios de comunicação de massa já não possuem a exclusividade da fala. E eles agora concorrem com outras formas de produzir informações, que são mais baratas e simples.

Com um celular conectado à Internet e uma conta nas redes sociais, é possível, na atualidade, produzir um vídeo e disponibilizá-lo para qualquer usuário que esteja conectado e deseje acessá-lo. Isso rompe não só a exclusividade da fala, mas também permite produções voltadas para públicos muito específicos, que não são focalizados pelos meios de comunicação de massa. Como produzir ficou mais barato, passamos a ter mais produtores e mais vozes, falando de mais pontos de vista sobre mais temas.

Além de oferecer possibilidades para os novos produtores, a tecnologia à disposição também atinge o público. Agora existem canais simples para responder aos meios de comunicação, o que rompe com a unilateralidade. As pessoas não só aprenderam a usar as ferramentas tecnológicas que permitem reagir às produções, mas também passaram a querer fazer isso. Tornou-se habitual deixar uma resposta.

Esse hábito é esclarecido pelo conceito de **cultura participativa**, formulado pelo norte-americano Henry Jenkins, um dos pesquisadores de mídia mais influentes da atualidade. Para ele, existe uma grande diferença entre o comportamento das pessoas hoje e no passado. Antes era comum estar apenas na condição de receptor passivo, agora o receptor deseja participar, deixar sua opinião, reclamar, elogiar ou, de maneira mais precisa, deseja interagir.

Para sobreviver, os meios de comunicação de massa precisam se adaptar a essa realidade e permitir alguma dimensão participativa nos seus programas. Para isso, têm sido comuns espaços para transmitir comentários de receptores, trazer perguntas de internautas e até acolher sugestões de conteúdo. No entanto, a Internet é, por excelência, o ambiente em que a cultura participativa é mais intensa, pois nela a comunicação não segue um fluxo de um para todos (como na comunicação de massa), e sim de todos para todos, como na já citada autocomunicação de massa.

Ser fã na cultura participativa

Na plataforma YouTube, você aprende uma coreografia assistindo a um vídeo de K-pop, um gênero sul-coreano que envolve não só música, mas toda uma estética, englobando dança, moda e comportamento. Enquanto isso, seu colega recebe um convite via rede social para um evento organizado pelo Conselho Jedi de uma cidade vizinha, dedicado a fãs da franquia Star Wars — e confirma presença, claro. Juntos, vocês acompanham uma *fanfic* do Harry Potter em um blog criado por *potterheads*, uma comunidade de fãs desse universo. O que tudo isso tem em comum?

Além da Internet, que aproxima fãs e medeia o relacionamento entre eles via diversas plataformas, vemos fãs cada vez mais ativos e participativos. Não só isso: as barreiras geográficas não são propriamente um problema para que fãs se unam em torno do seu universo narrativo (ou banda, artista, atleta...) favorito. Você pode acompanhar, em tempo real, um evento que acontece em outro continente, apenas utilizando um dispositivo móvel pouco maior que suas mãos.

No caso do K-pop, os dispositivos conectados à Internet foram fundamentais para que o gênero se espalhasse para além do seu país de origem e dos países vizinhos: pelo mundo, afinal! Os fãs reproduzem vestimentas, aprendem coreografias e até competem em torneios de dança dedicados a esse gênero. A franquia Star Wars é outro exemplo: os Conselhos Jedi (espécie de fã clube, mas com uma organização bem mais complexa) organizam eventos e criam até almanaques e outros produtos baseados na franquia. Com os fãs do Harry Potter, não poderia ser diferente. Qual deles nunca se submeteu a um teste para saber a qual casa pertence (e eventualmente discordou do resultado)? Eventos dedicados a fãs evocam práticas das personagens desse universo narrativo, como jogar quadribol — um esporte fictício praticado pelas personagens da série.

Além disso, existem as *fanfics*, abreviatura de ***fan fiction***, narrativas produzidas por fãs de determinado universo narrativo que incluem personagens e enredos oriundos dos produtos originais, podendo representar continuação das histórias, finais alternativos, relacionamentos afetivos entre personagens que, na obra original, não se relacionam ("*shipar*"), entre outras expansões do universo narrativo. Vivendo em rede, o poder de cocriação dos fãs tem se ampliado cada vez mais, expandindo universos narrativos em direções que seus próprios autores sequer imaginariam três décadas atrás.

Escaneie o QR CODE

Deste capítulo, precisamos fixar que a autocomunicação de massa impõe mudanças à lógica comunicativa dos meios de comunicação massivos, e que essas mudanças só foram possíveis graças à junção de disponibilidade tecnológica e uso social. Também precisamos ter em mente que, na cultura participativa, o público se porta de maneira diferente: os receptores desejam, cada vez mais, conteúdos personalizados e específicos aos seus gostos, assim como desejam agilidade e fazer parte da produção.

Graças à Internet, uma mensagem formulada sem muita pretensão pode atingir milhares de pessoas, um vídeo ou uma foto pode se espalhar de maneira descontrolada, e seus autores podem se tornar pessoas famosas da noite para o dia. Devido às novas tecnologias de comunicação e ao seu baixo custo, é possível criar e manter canais especializados em temas que antes eram ignorados.

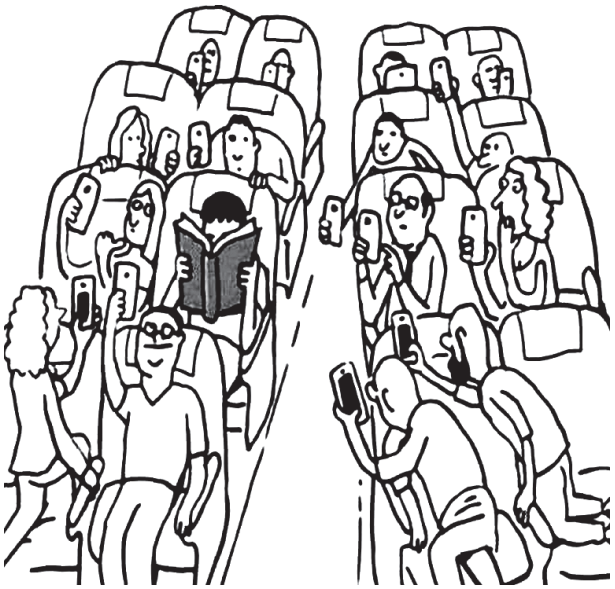
Assim, podemos dizer, sem medo de errar, que a Internet e a tecnologia de comunicação disponibilizam ferramentas para uma comunicação mais ampla e diversa. O que não podemos é garantir que a comunicação processada na Internet se caracterize, de forma geral, pela amplitude e pela diversidade, mas disso trataremos adiante.

Reflexão em pauta

1. (UEL – Adaptada) Analise a charge e leia o texto a seguir.

O avanço do uso de novas tecnologias de informação e comunicação altera as relações sociais, os hábitos cotidianos e os costumes das pessoas, especialmente nas grandes cidades. Um exemplo é a crescente utilização da Internet, das redes sem fio, dos celulares e *smartphones* tanto em pesquisas escolares como nos espaços privados e públicos. Nos trens, nos ônibus e nas ruas, o uso dessas tecnologias se multiplica e se transforma quase em uma regra, relegando àqueles que não os usam o *status* de "fora dos padrões".

Adaptado de: OLIVEIRA, L. F.; COSTA, R. C. R. *Sociologia para jovens do século XXI*. Rio de Janeiro: Imperial Novo Milênio, 2013, p. 250-254.



Com base na *charge*, no texto e nos seus conhecimentos sobre os efeitos da expansão das novas tecnologias de informação e comunicação nas relações sociais, assinale a alternativa **correta**.

a. A multiplicação das relações em rede cria vínculos sociais duradouros e fixos, com identificação permanente.

b. Os efeitos principais do avanço dos novos meios de comunicação são a padronização dos comportamentos e o completo desaparecimento das diversidades culturais.

c. O uso de tecnologias móveis e pessoais de comunicação, como os *smartphones*, ao mesmo tempo que estimula relações sociais virtuais, seja através de voz, de SMS, de fotos ou vídeos, dificulta a disseminação de conteúdos e de ideias divergentes.

d. Na contemporaneidade, o acesso universal e ilimitado às redes digitais rompe com o controle das grandes empresas sobre a produção e a circulação de notícias e com a sua atuação em rede nacional e internacional.

e. A utilização cada vez mais frequente de celulares confere maior mobilidade nas comunicações, modifica as formas de controle sobre as informações e faz com que o público que, no passado, apenas recebia mensagens possa também disseminá-la.

A forma de comunicação típica dos meios de comunicação de massa é a de fluxo unidirecional, na qual a comunicação segue em uma direção fixa, dos que emitem para os que recebem. Destes últimos, espera-se muito pouco além da atenção. Na comunicação que se processa nas redes sociais, entretanto, a proposta é diferente. Para o sucesso dessas comunicações, é essencial que o receptor se sinta envolvido e que deseje interagir com a informação.

2. Com base nos seus conhecimentos e na imagem a seguir, observe e responda aos itens que seguirão.

https://exame.abril.com.br/marketing/8-marcas-acertaram-usar-memes-propagandas/

a. Mostre a imagem para amigos e familiares e colete três respostas e justificativas.

b. Esse tipo de comunicação é mais adequado a uma rede de televisão ou a uma postagem nas redes sociais? Justifique.

_____

_____

_____

c. O que a imagem faz para tentar envolver os receptores?

_____

_____

_____

_____

d. A imagem se destina a um público amplo ou restrito? Sendo este último, identifique qual.

_____

_____

e. Além de produzir novas linguagens, a Internet também pode utilizar produções que já existiam e lhes atribuir novos sentidos. Comente a relação entre essa possibilidade e a imagem.

_____

_____

_____

_____

_____

3. Leia o texto a seguir.

Sentir-se muito angustiado com a ideia de perder seu celular ou de ser incapaz de ficar sem ele por mais de um dia são sintomas da **nomofobia**, contração de *no mobile phobia*, doença que afeta principalmente os viciados em redes sociais. Uma parte da população acha que, se não estiver conectada, perde alguma coisa. E, se perdemos alguma coisa, ou se não podemos responder imediatamente, desenvolvemos formas de ansiedade ou nervosismo.

(Adaptado de: O medo de não ter o celular à disposição cria nova fobia. Em: <exame.abril.com.br/estilo-de-vida/comportamento/noticias/o-medo-de-nao-ter-o-celular-a-disposicao-cria-nova-fobia>. Acesso em: 18/12/2018)

Com base no texto e nos seus conhecimentos, assinale a alternativa **incorreta**.

a. A constante utilização dos aparelhos celulares facilita a interação comunicativa e o acesso à informação, mas pode gerar fobias e transtornos.

b. As interações sociais via tecnologias digitais elevam a demanda por agilidade, pois sempre desejamos respostas rápidas ou imediatas. Se no passado esperar algumas semanas por uma resposta era algo comum, na atualidade chega a parecer inaceitável.

c. A nomofobia é uma prova de que as tecnologias digitais passam a fazer parte da vida das pessoas. Essa fobia não poderia existir há 30 anos.

d. O medo de perder o celular ou esquecê-lo reflete a importância desse dispositivo, por isso é possível afirmar que pessoas que sofrem dessa fobia só se informam via aparelho celular.

e. Quanto mais funções um aparelho, como o celular, desempenhar, mais provável será a dependência dos seus usuários ao recurso.

4. O pintor holandês Vincent Van Gogh é considerado um dos mais brilhantes pintores de todos os tempos. Ele criou mais de 2 mil trabalhos, entre os quais costumam ser destacadas as suas perspectivas sobre a noite e sobre flores diversas, como os girassóis. Outro tipo de pintura comum ao holandês são os autorretratos.

Fonte: https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/07/van-gogh-6-curiosidades-sobre-sua-vida-e-obra.html

Na pintura, os retratos, que são representações de figuras individuais ou coletivas, com destaque ou não para o ambiente no entorno, firmaram-se como gênero no século XIV, sendo utilizados para diversas finalidades, entre as quais o registro de personalidades e a comemoração de momentos de glória. Em famílias nobres europeias, os retratos também podiam cumprir a função de conservar a memória dos antepassados, objetivo que fazia com que pessoas passassem horas e até dias posando para a finalização de uma obra.

Com a invenção da máquina fotográfica, o gênero também passou a ser relacionado à fotografia, o que fez com que a reprodução de uma imagem de si passasse a ser mais acessível e mais rápida do que no período em que a única alternativa era a encomenda de um quadro. Ainda assim, por muito tempo, tanto os retratos quanto as câmeras fotográficas continuaram estando à disposição de poucos. Sobre a popularização das tecnologias e técnicas de fotografia, comente e explique por que são verdadeiras ou falsas as afirmações a seguir:

a) Na atualidade, uma forma popular de produzir autorretratos são as *selfies*. Elas eliminaram os retratos fotográficos feitos por profissionais e as pinturas de retratos.

b) Uma vantagem da disseminação de tecnologias de fotografia é a acessibilidade. É bastante comum registrar imagens de si e do cotidiano, até mesmo sem a intervenção de um profissional (pintor ou fotógrafo).

c) Pode ser considerada uma desvantagem da disseminação da tecnologia de reprodução de imagens a diminuição da qualidade técnica das produções. Enquanto a maioria das pinturas e as fotografias profissionais costumavam ser elaboradas e planejadas, muitas *selfies* são feitas sem conhecimento de enquadramento e iluminação, por exemplo.

d) O desejo de ver a própria imagem não é algo novo, mas ter facilidades para fazer esse registro é bastante atual. Uma facilidade recente é a existência de câmeras frontais no celular, que permitem à pessoa, diferentemente do que ocorria no passado, visualizar-se na tela enquanto a imagem está sendo registrada. Esse é mais um exemplo de adaptação da tecnologia a desejos e gostos atuais.

e) A pintura é uma forma de arte, assim como a fotografia, desde que bem elaborada. Mas o mesmo não pode ser dito da *selfie*, que não possui qualquer função artística.

_____

_____

_____

_____

_____

5. Um jovem, interessado em programas de culinária, descreveu dois dos seus produtos favoritos do gênero.

Programa 1 – Um dos melhores programas desse tipo é transmitido uma vez por semana. Costuma receber *chefs* de cozinha famosos e envolve muitas pessoas na produção. Há uma grande qualidade de imagem e de som, além de que os cenários, utensílios e ingredientes utilizados aparentam ser bonitos e caros.

Programa 2 – Possui periodicidade semanal. É gravado no apartamento do produtor, a partir do seu celular, e editado por um amigo dele. Algumas vezes, a qualidade do som não é muito boa, mas os programas são sempre criativos. Alguns pontos positivos são a utilização de ingredientes baratos, a possibilidade de contato com o produtor e a transmissão de situações cotidianas, a exemplo de quando a receita dá errado.

A partir da descrição e dos seus conhecimentos, julgue os itens a seguir.

I. O programa 1 é mais compatível com a lógica de produção dos meios de comunicação de massa, pois receber *chefs* famosos e ter uma equipe de produção, bem como cenários caros, não costuma estar à disposição de programas da Internet.

II. O programa 2 é mais compatível com a lógica de produção da Internet. Exige menos recursos para a sua produção e é caracterizado pela baixa qualidade estética e de conteúdo.

III. O fato de o programa 2 transmitir os erros não é um defeito, mas uma qualidade. A partir dos erros, programas desse tipo transmitem uma impressão maior de realidade e sinceridade.

IV. Uma característica marcante do programa 2 que o aproxima do ambiente de Internet é a maior possibilidade de interação entre os autores e o público.

V. Programas semelhantes ao programa 1 devem ser substituídos por programas do tipo 2.

Estão **corretas** as alternativas:

a. I, II e IV, apenas

b. I e II, apenas.

c. I, III e IV, apenas.

d. III, IV e V, apenas.

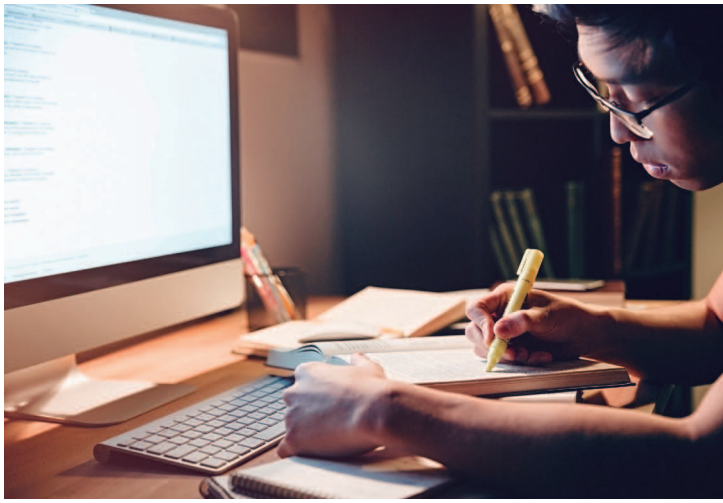
e. Todas as alternativas estão corretas.

Participação e isolamento

Escaneie o QR CODE

O "ativismo de sofá" também pode dar resultado

Dean Drobot/Shutterstock.com



A Internet parece ter resposta para tudo. As mais inusitadas questões e as mais simples encontram, da mesma forma, propostas de resolução. Se não tem ninguém em casa, e você, completamente inexperiente na cozinha, deseja fazer um bolo de chocolate, a Internet pode lhe dizer como executar essa alquimia. Ela também pode lhe dizer como virar um copo de cabeça para baixo sem derramar a água contida (sim, é possível), como fazer gelo instantâneo ou, ainda, como construir a sua própria máquina de algodão-doce.

Se todos na escola estão comentando sobre algo e você não tem ideia do que seja (mas tem muita vergonha de mostrar que não sabe), a Internet também pode ajudá-lo nisso. Se ao assistir a um filme você tem a impressão de já ter visto determinado ator e fica inquieto sem lembrar onde o viu, a Internet pode lhe dizer o nome da pessoa e ainda mostrar imagens de trabalhos anteriores, só para ajudá-lo a recordar.

E tem muito mais. Essa rede possui informações complementares sobre o que você estuda na escola e cursos diversos e independentes, como de desenho *on-line* ou de algum idioma. Tudo disponível e de fácil acesso. Diante disso, realmente parece que a Internet sabe muito — isso para não dizer que ela sabe tudo. Mas a verdade não é bem essa.

Não é ela que sabe das coisas, mas, sim, as pessoas. Você, certamente, sabe fazer algo que é desconhecido por outros, e o contrário também

é verdadeiro. O que a Internet possibilita é a reunião e o acesso aos saberes de milhões de pessoas. A palavra *Internet* já dá uma dica sobre qual o verdadeiro saber contido: o saber da conexão. *Inter* faz referência à internacionalidade, e *net* diz respeito à palavra *rede*, em inglês. A **Internet** é, portanto, uma rede internacional que recebe e repassa conhecimentos de pessoas espalhadas pelo mundo inteiro.

Perguntar algo na Internet é como fazer um trabalho em grupo com o mundo inteiro. E é, exatamente, por isso que há tantas respostas e tantas perguntas nela, pois nós descobrimos e aprendemos a usar o que autores como Michael Hardt e Antonio Negri chamam de um certo **poder constituinte da multidão**. Isto é, o poder de, mesmo sozinho, poder acessar os saberes de muitos outros.

Outra forma de se referir a essa rede é como uma **plataforma colaborativa**. Um espaço em que pessoas contribuem umas com as outras, informando o que sabem e aprendendo o que não sabem, ajudando também a espalhar o conhecimento. Como a Internet só transmite o conhecimento adquirido pela humanidade, não é possível encontrar nela respostas para perguntas que ainda não foram solucionadas. Por outro lado, é possível aproximar mais pessoas de diversos lugares, apresentar o que já se sabe e pedir ajuda. Se em algum lugar uma pessoa conseguir resolver o problema e estiver disposta a compartilhar a resolução, a Internet garantirá que essa resolução alcance os outros, é também por isso que ela deve ser compreendida como uma plataforma colaborativa.

Essa colaboração pode ocorrer sem que as pessoas jamais se aproximem fisicamente ou pode ser a responsável por estimular reuniões. Já é possível apontar exemplos de alterações políticas e sociais relevantes que tiveram relação com a Internet. De acordo com um relatório divulgado pela Dubai School of Government, por exemplo, a Primavera Árabe — uma onda de protestos e manifestações populares contra governos e a situação social e política de alguns países do Norte da África e do Oriente Médio — não teria sido possível sem os recursos e dispositivos possibilitados pelas redes sociais, principalmente o Twitter e o Facebook.

Na Tunísia, onde as manifestações começaram, o número de usuários da rede social Facebook aumentou em mais de 200 mil novos cadastros em dois meses: de novembro de 2010 a janeiro de 2011, não por acaso, período de ocorrência dos protestos. As pessoas estavam tão atentas às redes sociais que o perfil do analista político Sultan al Qassemi, que divulgava informações e narrava protestos, passou de 7 mil para 88 mil seguidores no período.

A mesma rede social foi usada não só para buscar informações e para aproximar as pessoas em torno da sensação de revolta que já as unia, mas também para combinar e organizar novos protestos. A situação precária da Tunísia não era muito diferente da de países vizinhos, que também sofriam com desemprego, corrupção, precárias condições de vida e governos autoritários. Como resultado, a onda de manifestações foi se espalhando e contribuindo para derrubar regimes consolidados há muitos anos. A informação sobre os protestos e a organização dos novos contaram com a agilidade e a comunicabilidade das redes sociais.

ymphotos / Shutterstock.com

Manifestação da Primavera Árabe no Norte da África em outubro de 2011.

No Brasil, há também exemplos de manifestações organizadas utilizando as redes sociais, como os protestos que levaram milhões de pessoas às ruas em 2013. Entre os manifestantes das chamadas **Jornadas de Junho**, era comum ver cartazes se referindo às redes sociais como origem das manifestações.

Fisicamente reunidos na rua, os manifestantes reforçam que uma rede social, antes de tudo, é feita de pessoas.

Muitas manifestações de descontentamento tiveram início com postagens em redes sociais, fenômeno que recebe a denominação pejorativa de "ativismo de sofá", sugerindo que os descontentes não seriam capazes de ir às ruas. Na foto, manifestante segura cartaz informando que as ações articuladas no plano virtual foram capazes de tomar as ruas.

Alf Ribeiro / Shutterstock.com

Cartazes utilizados nas manifestações. À esquerda, uma citação da música Geração Coca-Cola, da Legião Urbana. À direita, um clamor para que o Estado invista em questões urgentes, como saúde, educação, segurança e transportes, com o mesmo empenho com que investe em um megaevento como a Copa do Mundo Fifa 2014, que estava para ser sediada no Brasil e cuja realização demandou caras obras de infraestrutura.

Também nesse caso, não é a Internet ou as redes sociais que são as responsáveis por realizar qualquer mudança ou organizar as pessoas. Em ambas, as próprias pessoas são as executoras, a tecnologia serve, na verdade, como instrumento para auxiliar no processo. Uma ferramenta muito valiosa, mas, ainda assim, apenas uma ferramenta.

Se a Internet não pode ter o crédito pelo que "sabe" ou pelas transformações que contaram com seu uso, ela também não pode ser responsabilizada pelo que de ruim ocorre com o seu auxílio. A mesma Internet que sedia vaquinhas ou petições *on-line*, reúne amigos que não podem estar juntos e permite acessar conhecimentos diversos também é utilizada para inúmeros atos de violência.

Neste capítulo, falaremos dessa ambiguidade, mas de pronto queremos nos comprometer a passar longe de uma visão dicotômica ou simplista. Não queremos discutir se a Internet é boa ou ruim, certa ou errada, pois já sabemos que ela não é uma coisa nem outra, mas, sim, que pode ser usada de ambas as formas. A Internet que é lar dos memes também é ambiente do *cyberbullying*; a internet, que permite comunidades de debate também permite os discursos de ódio; por onde se espalha o conhecimento coletivo, também passa o desconhecimento perigoso das *fake news*. Não queremos a Internet romantizada nem a causadora de todos os males, queremos apenas compreender a do nosso dia a dia, com suas potencialidades e limitações.

Internet, democracia e participação

O regime democrático é considerado, na atualidade, como a melhor forma de governo da qual se tem notícia. Suas vantagens incluem a alternância de governantes, a igualdade de direitos entre os cidadãos e, principalmente, a abertura para a participação popular. Por definição, a democracia é o sistema político em que o poder pertence ao povo, que o utiliza para eleger representantes periódicos cuja função é fazer valer esse poder tanto na administração quanto na formulação de leis e na vigia do cumprimento das leis existentes.

Além da indicação dos representantes pelo povo, a democracia requer que os cidadãos se mantenham alerta, que não esqueçam ser a coletividade a dona do poder, e não os representantes. Em outras palavras, para que a democracia funcione corretamente, é preciso que o cidadão fiscalize, reivindique e, quando for o caso, reclame das decisões tomadas.

Sem a participação popular, a democracia poderia existir apenas em aparência. Os representantes eleitos, por exemplo, poderiam conduzir o poder com o intuito de garantir os próprios interesses, no lugar dos do povo. Sendo assim, a receita não é tão complicada: a população precisa conhecer seus direitos e deveres e zelar para que ambos sejam cumpridos adequadamente.

Alf Ribeiro / Shutterstock.com

Em 2015, o governo do Estado de São Paulo divulgou que fecharia 94 escolas de 35 municípios, o que levou professores e alunos a protestarem nas ruas contra a decisão. O Estado tem o dever de fornecer educação de qualidade a todos, e o cidadão de exigir esse direito.

O que há de simples na ideia há de complexo na execução, por uma série de motivos. Os dois primeiros se voltam para as limitações práticas: como cada cidadão poderia conciliar suas atribuições diárias (trabalhar, estudar, cuidar da família e se divertir, por exemplo) com o zelo pela democracia? A verdade é que a rotina diária impõe limites. Costuma faltar ao cidadão tempo para se dedicar às questões públicas, bem como a possiblidade de estar nos lugares onde as decisões são tomadas.

Outro aspecto importante é anterior às questões de tempo e espaço, diz respeito à organização da coletividade. Quando falamos que o poder, na democracia, pertence ao povo, não estamos nos referindo a uma pessoa nem mesmo a um grupo, mas à totalidade dos cidadãos. As pessoas e os grupos fazem parte do povo, mas não são, isoladamente, o povo.

O povo é um ente coletivo, diverso e repleto de opiniões que se contradizem. Por esse motivo, diante da reclamação ou da opinião de uma pessoa, não é correto dizer que esta é a reivindicação ou a opinião do povo, mas, sim, de uma parte dele. Outras partes, igualmente legítimas, podem ter opiniões opostas e até queixas das queixas.

Diante da diversidade de interesses e opiniões, como falar em opinião do povo? Para o filósofo alemão Jürgen Habermas, só é possível falar em **opinião pública** se esta passar por um processo de **discussão coletiva**. Assim, para Habermas, o que faz com que uma decisão tenha sido tomada democraticamente ou com que uma opinião possa ser chamada de opinião pública não é a adesão da maioria, mas o peso da argumentação. Não é a opinião da maioria, pensada do ponto de vista quantitativo, que deve ser considerada a opinião pública, mas aquela opinião que foi aberta à discussão com todos os cidadãos e considerada a melhor ao fim do processo.

O mesmo vale para a concepção de decisão democrática: ela só pode ser considerada como tal se submetida à discussão entre todos os cidadãos. Assim, sob essa perspectiva, podemos considerar a opinião pública como o fruto de uma discussão ampla e que permita a todos os envolvidos a livre manifestação de ideias. Isso significa que a discussão é uma condição imprescindível para que haja a formação de opinião pública.

Esse acordo não quer dizer que todos vão pensar da mesma forma nem que se atingiu a resposta certa e final, mas, sim, que aquela foi a ideia vencedora. A ideia vencedora de uma disputa argumentativa pode ser substituída por outra, a qualquer momento, e isso é necessário, já que as pessoas e a sociedade estão em constante mudança.

Por essa perspectiva, a democracia precisa que os cidadãos estejam em constante contato com as ideias de outros cidadãos, que eles digam o que pensam, escutem o que pensam os outros e, assim, se influenciem mutuamente para, ao fim, chegarem a algum tipo de acordo. Mas como colocar os cidadãos em contato, como garantir para todos eles a possibilidade de participar de discussões?

Ainda segundo Habermas, uma instituição social essencial para alcançar essa aproximação é a mídia. Ela é responsável por identificar os assuntos mais relevantes para a vida social (o que é feito quando se seleciona o que é notícia) e, ao falar de cada um deles, garantir a exposição dos pontos de vista divergentes. Assim, ao receber as notícias, os cidadãos estariam se aproximando das discussões públicas e sendo preparados para uma intervenção direta, como um protesto, caso julgassem necessário.

O problema, nesse contexto, ocorre se a mídia deixar de cumprir de maneira correta o seu papel, principalmente se ela for a mídia de massa. Sabemos que esta se caracteriza pelo fluxo em um único sentido, no qual os grandes veículos são emissores, e as pessoas, receptoras. Nesse tipo de comunicação, há pouco espaço para participar e, assim, pouco espaço para intervir na discussão pública.

Se os veículos de comunicação cometem erros ou se são guiados por outros interesses que não sejam os da população, a desinformação gera um problema para a democracia. Isso porque, como vimos, os cidadãos precisam saber do que acontece, para participar da vida pública. Além disso, no período de hegemonia dos meios de comunicação de massa, havia poucas formas de reconhecer ou divulgar erros e defeitos na cobertura, já que a mídia de massa era o principal modo de informação do cidadão.

Pois bem, até agora entendemos que a democracia precisa da participação popular e que essa participação encontra uma série de desafios, entre os quais estão as limitações de tempo e espaço dos cidadãos e a necessidade de organizar discussões abertas a todos, a fim de construir opiniões realmente públicas. Mas e a Internet? O que ela tem a ver com tudo isso? Pense um pouco na relação entre **Internet**, **tempo**, **espaço** e **discussões**.

Hadrian / Shutterstock.com

As comunicações de massa não apenas informam, mas também são capazes de influenciar a opinião pública a respeito de algum posicionamento que a imprensa defenda.

Se você pensou que a Internet dá condições para que pessoas de lugares diferentes participem, ao mesmo tempo, de discussões sobre diversos assuntos, então pensou em algo semelhante ao que foi dito pelo sociólogo espanhol Manuel Castells. Esse e outros autores perceberam na Internet uma chance de maior participação nos processos de deliberação e decisão. Tudo isso de maneira direta.

Cada cidadão, por meio de um computador ou de outro dispositivo de acesso à Internet, poderia dar opinião em espaços organizados pelo poder público ou pela iniciativa privada (sendo emissor de respostas), bem como organizar, por livre iniciativa, espaços de discussão (sendo não só emissor de respostas, mas também definidor de temas). De maneira resumida, a Internet tem um grande potencial democrático por dar condições para que as pessoas participem da vida pública.

E-democracia, portal de interação da Câmara dos Deputados.

Da mesma forma que é possível compartilhar memes, é possível compartilhar notícias sobre problemas na cobertura de um veículo jornalístico. E, assim como é possível alimentar um perfil em uma rede social com informações da nossa vida, pode-se utilizar a ferramenta como recurso político.

É possível mudar as fotos de perfil em apoio a uma causa, divulgar conteúdos que apoiem uma ou outra ideia, iniciar discussões com pessoas próximas (ou nem tão próximas). Além disso, pode-se assinar documentos apoiando projetos ou, como ocorreu na Primavera Árabe e nas Jornadas de Junho, usar a rede como espaço de organização de manifestações que foram às ruas.

Longe de ser apenas um espaço em prol do entretenimento, em qualquer uma dessas situações há um claro uso da Internet para fins políticos. Em alguns momentos, há inclusive a mistura entre política, entretenimento e humor. Os memes sobre representantes e acontecimentos políticos, por exemplo, costumam ser muito recorrentes.

A participação na vida pública auxiliada pela Internet fez com que surgisse a classificação **ativismo digital** para se referir ao uso específico da Internet e de tecnologias de comunicação para fins políticos e sociais. Enquanto o **ativismo** pode ser pensado como qualquer ato ou discurso voltado para a transformação da realidade (de ação contínua ou fragmentada, isolada ou em grupo) e privilegiando a ação direta, o ativismo digital faz o mesmo, mas utilizando a Internet e as tecnologias de comunicação.

Slackativism ou ativismo de sofá

Nos últimos anos, você deve ter assistido a várias manifestações em prol de causas diversas nas redes sociais: desde mudanças de fotos de perfil incluindo avatares ligados a alguma questão (como o outubro rosa ou o novembro azul) até relatos de assédio para a hashtag #meuprimeiroassédio. As pessoas utilizam sua presença digital para se mostrar signatárias de alguma luta.

Há quem diga que a grande maioria dessas pessoas não travaria uma luta fora do plano digital, como ir a uma ocupação ou passeata. É isso que está por trás do termo "ativismo de sofá", ou mesmo "ativismo preguiçoso", numa tradução do termo *slackativism*. Essa denominação pejorativa parte da premissa de que haveria pouca efetividade em mostrar-se signatário de uma causa unicamente no plano digital.

Mas será coerente menosprezar o ativismo nas redes? Para instigar nosso debate, há dois aspectos que chamam atenção: muitas manifestações que tomaram as ruas foram articuladas nas redes, possibilitando reunir fisicamente pessoas que no dia a dia sequer teriam a oportunidade de dialogar se não fosse por esses dispositivos. Outro aspecto é que, ao manifestar nosso apoio a determinada causa, damos visibilidade e fazemos ecoar diversas vozes que antes não teriam oportunidade de ser ouvidas. E, assim, dar visibilidade é dar potência.

É fato que muitas demandas sociais podem exigir de nós a presença física e ações fora do plano virtual, como levantar recursos e ocupar as ruas. Porém, não podemos subestimar o poder das redes e a velocidade que seus dispositivos podem imprimir à ação dos indivíduos mesmo fora do plano virtual.

Fonte: https://edemocracia.camara.leg.br/

Por mais que o ativismo digital carregue muitas semelhanças em relação ao não digital, para um conjunto de pesquisadores, como o comunicador Dênis de Moraes, não há apenas uma mudança de cenário. Sobre a forma como é feito, o ativismo digital apresenta inovações, pois a Internet tem transformado a luta de grupos políticos e entidades civis em uma realidade mais dinâmica.

mikeledray / Shutterstock.com

Protesto na Califórnia em 2016. Após a Primavera Árabe, o Fenômeno Trump tem chamado atenção do mundo todo pela forte atuação do atual presidente nas redes sociais e pela resposta nas ruas de parte da população contra suas opiniões.

A questão fundamental é que esse ativismo tem compreendido o comportamento das pessoas na rede. Assim, muito mais do que ser um grupo ou uma pessoa que começou a atuar na rede, repetindo a maneira de agir anterior, passou-se a vivenciar a lógica desse espaço. Isso influencia uma comunicação mais ágil, mais participativa, mais impactante na escolha de frases, imagens e vídeos e também mais preparada para misturar-se com o entretenimento.

Esse novo ativismo, seja conduzido por pessoas isoladas ou por organizações, faz uso das conexões e dos hábitos que já estão disseminados. Em resumo, os ativistas digitais usam a favor da democracia o fato de a Internet ser, na atualidade, um espaço simples, barato, mais livre do que qualquer outro meio e capaz de atingir multidões. Usam como trunfo o fato de qualquer pessoa ser capaz de produzir e disseminar informações na rede.

Esse conjunto de possibilidades é realmente muito bem-vindo para o desenvolvimento da democracia. É uma chance de informar, de discutir e de decidir publicamente, como nunca existiu antes. Mas, como dissemos no início do capítulo, não queremos adotar uma visão romântica da Internet, por isso é preciso falar também dos males potencializados por ela.

Internet, bolhas e discurso de ódio

Para falar dos problemas relacionados com os nossos novos modos de nos comunicar, podemos retomar os mesmos pontos positivos listados. Dissemos que os ativistas digitais contribuem com a democracia utilizando o que a Internet tem a oferecer: a simplicidade, o baixo custo, a liberdade e a capacidade de atingir multidões. Sobre o uso não democrático, é possível dizer o mesmo.

Assim como algumas pessoas utilizam a liberdade e o baixo custo da Internet para espalhar mensagens que são do interesse dos cidadãos, mas que antes não encontravam espaço, elas também o utilizam para disseminar mensagens irresponsáveis. Em outras palavras, a abertura para que todos sejam emissores permite não só ampliar a quantidade de pessoas que falam, mas também para reduzir o controle sobre a correção do que é dito.

A Internet proporciona mais liberdade para que se espalhem boatos, informações sem com-

provação e as famosas *fake news*. Da mesma forma, proporciona maior abertura para que se disseminem comentários, opiniões e mensagens diversas com conteúdo que desrespeita pessoas e grupos, carregando insultos e até ferindo os direitos humanos.

É bem verdade que boatos, informações sem comprovação, ofensas e falas desrespeitosas existiam muito antes do advento da Internet, no entanto o que torna a questão mais grave é outra característica dessa lógica comunicativa a que já nos referimos: a capacidade de atingir multidões. Se no passado uma fala maliciosa ou um boato poderiam gerar alguma preocupação, na atualidade multiplicam-se casos de pessoas que tiveram a rotina totalmente comprometida ou mesmo que chegaram a ser mortas pela junção negativa de Internet e informações irresponsáveis.

Para tratar dessas possibilidades destrutivas, um primeiro fenômeno importante é o das *fake news*. Numa tradução simples, poderíamos substituir a expressão em inglês por *notícias falsas*, mas há um problema conceitual nessa tradução. Antes de tudo, precisamos conceituar notícia; para isso, trazemos a definição dada pelo escritor Luiz Amaral, em sua obra *Jornalismo: matéria de primeira página.* De acordo com ele, **notícias** são informações verdadeiras, atuais e interessantes para uma grande quantidade de pessoas. Assim, se uma informação for falsa, ela já não pode ser considerada notícia, daí o problema de falarmos em "notícias falsas". Por esse motivo, continuaremos chamando-as de *fake news* e, no caso de ser necessário traduzir o termo, preferiremos chamá-lo de *pseudonotícias*, já que não são realmente notícias jornalísticas.

Passada a questão do nome que usaremos, é preciso esclarecer o que são *fake news*. Uma maneira de conceituar é afirmar que são informações falsas que adotam o formato de informação jornalística para parecerem mais convincentes. As pseudonotícias também se caracterizam pelo fato de que os autores têm conhecimento da sua falsidade, e ainda assim as disseminam, com objetivo financeiro ou de manipulação de grupos populacionais.

Em outras palavras, as *fake news* não são notícias, mas seus autores as escrevem com uma

Michael Tubi / Shutterstock.com

Em visita ao Reino Unido em 2018, Trump foi alvo de protestos em Londres devido às acusações de que sua vitória nas urnas ocorreu em razão do uso de *fake news* nas redes sociais.

linguagem e uma estrutura que façam parecer que são. Fazem isso porque as notícias jornalísticas, mais do que informações de outras fontes, transmitem uma impressão de verdade. Acreditamos que algo é verdadeiro quando lemos em um jornal, ouvimos em um programa de rádio ou assistimos em um telejornal. Assim, o que as *fake news* fazem é se aproveitar dessa crença para difundir informações que não são verdadeiras nem jornalísticas.

Elas também não devem ser confundidas com simples erros. Não é por desconhecimento que os seus autores as produzem, mas pela intenção de obter alguma vantagem. Ao trazerem informações bombásticas, as *fake news* atraem os cliques dos internautas, e as páginas muito acessadas, por sua vez, atraem publicidade e geram dinheiro para os seus autores.

Informadas por essas *pseudonotícias*, as pessoas podem decidir de maneira errada em vários aspectos. De acordo com articulistas políticos, em 2016, muitos cidadãos americanos decidiram votar no então candidato à presidência dos Estados Unidos, Donald Trump, orientados por mentiras sobre a adversária, Hillary Clinton. Nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, os dois candidatos mais populares, inclusive o presidente eleito, também foram acusados de fazer uso da estratégia para prejudicar o adversário.

Para além de eleições presidenciais e personalidades políticas, *fake news* já foram responsáveis por tragédias envolvendo pessoas simples e que não foram capazes de escapar às informações falsas. No ano de 2014, por exemplo, a página do Facebook Guarujá Alerta, que se propõe a informar (tal qual o fazem as organizações jornalísticas), divulgou um retrato falado de uma pessoa suspeita de sequestrar crianças e utilizá-las em rituais de magia. Os crimes não eram reais (nenhuma criança tinha sido realmente sequestrada), mas a divulgação foi suficiente para que uma moradora da região fosse confundida com a imagem retratada e espancada por dezenas de pessoas na rua, morrenda em consequência das agressões.

Quando procurados por jornalistas, os administradores da página disseram que o Guarujá Alerta sempre deixou claro aos seguidores que a situação era apenas um boato e também se defenderam afirmando que a imagem foi removida poucas horas depois. Como fica claro nesse caso, a remoção de um conteúdo não garante que os efeitos do que foi dito sejam interrompidos, até porque as informações disseminadas na Internet podem ser copiadas e reproduzidas livremente.

A facilidade com que um conteúdo pode ser postado e compartilhado e a dificuldade de excluir uma informação inserida exigem uma responsabilidade ainda maior dos emissores. No caso do Guarujá Alerta, sendo a informação um boato, o correto seria que não fosse publicada, para evitar situações como a que ocorreu.

Além das informações que tentam simular a informação jornalística, a rede pode ser o espaço de disseminação de outros tipos de mensagem problemática que igualmente podem se espalhar com facilidade. Entre os exemplos, estão opiniões, discurso de ódio e outras informações falsas.

A liberdade presente na Internet pode ser confundida ou aproveitada como uma permissão para desrespeitar pessoas e grupos. É bastante comum, por exemplo, que, ao serem acusadas de uma fala desrespeitosa ou preconceituosa, muitas pessoas afirmem que estão apenas utilizando a liberdade de expressão a que têm direito.

Sobre ter direito à liberdade de se expressar, essas pessoas estão corretas. Todos têm direito de manifestar livremente suas ideias e opiniões, sem preocupar-se com uma possível retaliação do governo ou de outros membros da sociedade. Mas é um erro grandioso acreditar que essa liberdade é ilimitada e que dá o direito de ofender ou desrespeitar, seja na Internet ou fora dela.

cynoclub e Csanad Kiss/Shutterstock.com

Meme satiriza a facilidade com que, protegidas pelo anonimato ou pela distância física, algumas pessoas podem se tornar agressivas e desrespeitosas.

A liberdade de expressão a que todos temos direito convive com outros direitos, liberdades e obrigações. Por esse motivo, a nossa liberdade de expressão não é uma autorização para falas racistas, sexistas, xenófobas ou que desrespeitem a lei e a democracia de qualquer forma. Assim, utilizar a Internet para ofender alguém por alguma característica, como a aparência física, o tom da pele, o local de nascimento ou a orientação sexual, não é um exercício da liberdade de expressão, mas um abuso punível por lei.

Também punível por lei é utilizar a Internet ou qualquer outro veículo de comunicação para divulgar mentiras sobre a vida de outras pessoas. Nessa categoria, enquadram-se informações semelhantes às *fake news*, com a diferença de que não tentam se fazer passar por informações jornalísticas.

No início de 2018, após o assassinato da deputada estadual do Rio de Janeiro Marielle Franco e da onda de protestos motivados pelo fato, começaram a circular informações falsas que relacionavam a parlamentar a crimes e traficantes do Rio de Janeiro. Entre os elementos que se destinavam a provar o envolvimento estava uma foto na qual aparecia um casal. Em redes sociais diversas, a foto foi compartilhada como sendo um retrato da deputada e do suposto ex-marido, um criminoso. O texto que complementava a foto ainda afirmava que a deputada tinha engravidado aos 16 anos, fazia uso de drogas e havia sido eleita com apoio de uma facção criminosa do Rio de Janeiro.

A falsa informação foi disseminada por pessoas com cargos importantes, como um superintendente da Polícia Militar, um deputado federal e uma desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Depois do esclarecimento do fato (a foto não retratava a deputada nem o criminoso, eles nunca foram casados, ela nunca teve envolvimento com a facção, não fazia uso de drogas e não teve um filho aos 16 anos), as três pessoas disseram que não eram responsáveis pela informação, uma vez que só estavam reproduzindo o que receberam. Adiante, discutiremos essa responsabilidade, mas, por ora, é importante deixar claro que a credibilidade das pessoas que falam empresta segurança para informações falsas.

O que estamos dizendo é que, quando alguém que parece confiável diz algo, costumamos atribuir mais veracidade ao que foi dito. Certamente, pessoas como o superintendente, o deputado federal e a desembargadora podem, como qualquer pessoa, cometer erros, mas os cargos que ocupam e a confiança que inspiram exigem um cuidado redobrado em relação ao que é compartilhado, principalmente porque na Internet não é simples reduzir nem reverter o impacto gerado.

Como eram acompanhados por muitas pessoas, os comen-

tários foram curtidos, compartilhados ou retuitados e saíram do controle dessas três autoridades. Mesmo depois de se retratarem, de irem a público indicando que cometeram um erro, eles ajudaram a disseminar mentiras que continuam em andamento. Muitas pessoas ainda acreditam que o assassinato da deputada foi devido a um envolvimento com organizações criminosas.

Para alguns especialistas, as mentiras, os discursos de ódio e as opiniões violentas são comuns na Internet, pois a realidade virtual transmite a sensação de um mundo fantasioso. Alguns afirmam que as instituições sociais que regulamentam o comportamento das pessoas no mundo físico funcionam de maneira menos intensa no mundo virtual, seja porque algumas pessoas percebem esse mundo como um espaço menos sério, seja porque algumas acreditam que a identidade pode ser completamente omitida.

Sobre a primeira percepção, que considera a Internet como um mundo menos real, é preciso lembrar que eventos como a Primavera Árabe, as Jornadas de Junho e também a morte de pessoas em decorrência de informações falsas são exemplos de que o que se passa na rede pode ter consequências muito reais. O que existe é uma nova forma de interação, que não precisa envolver contato direto, mas é real, uma vez que traz consequências reais no mundo físico.

Especialistas ainda acreditam que a sensação de estar escondido por um perfil falso também faz com que muitas pessoas adotem comportamentos criminosos, na ilusão de que não poderão ser identificados e sairão impunes. Por esse motivo, autoridades têm desenvolvido possibilidades de investigação e de punição para esses crimes, inclusive levando à formulação de leis específicas contra crimes que se passam na rede.

Sobre a divulgação de informações falsas, sendo ou não *fake news*, é preciso ter em mente que a capacidade de disseminação da Internet permite atingir muitas pessoas em pouco tempo e faz com que seja difícil haver retratação. Da mesma forma, é preciso fixar que a sensação de a Internet ser um ambiente sem regras e anônimo é uma impressão falha.

Esse conjunto de questões pode trazer sérias implicações para a vida de indivíduos, fazendo com que seu cotidiano sofra a interferência de informações falsas e opiniões desrespeitosas. Saindo da perspectiva individual e indo para a social, outra repercussão negativa da Internet diz respeito à formação das **bolhas ideológicas**. Dessa vez, entretanto, o problema atinge a democracia como um todo.

Essas "bolhas" são espaços que isolam os indivíduos dentro de grupos em que apenas alguns tipos de informação circulam, enquanto outras são ignoradas. Elas promovem o oposto do potencial democrático que alguns autores atribuíam à Internet, pois, no lugar de aproximar os diferentes, permite que eles se isolem. A formação das bolhas está relacionada, em grande medida, com as decisões tomadas pelas pessoas quando estão acessando à Internet e com o modo de funcionamento das redes sociais.

Quanto à ação individual, é comum preferir estar em contato com pessoas que têm as mesmas opiniões. Se refletirmos um pouco, veremos que já dissemos que alguém é chato, pouco inteligente ou desagradável só por não pensar como nós ou porque

Mladen Zivkovic/Shutterstock.com

Estudo realizado por cientistas do Instituto de Tecnologia de Masachussetts (MIT) aponta que as *fake news* têm 70% mais chances de viralizar que as notícias verdadeiras e alcançam muito mais gente. De acordo com o estudo, enquanto conteúdos verdadeiros chegam a 1.000 pessoas, em média, as mensagens falsas são lidas por mais de 100 mil pessoas.

tem gostos diferentes. Também é comum escolhermos nossos amigos e colegas pela afinidade. Em resumo, preferimos estar perto de pessoas com as quais nos identificamos.

Fora da Internet, é impossível fazer com que essa vontade se realize, precisamos continuar convivendo com colegas, vizinhos e até alguns familiares de quem não gostamos muito. Mas, nas redes sociais, é muito mais simples, com um clique é possível bloquear uma pessoa, deixar de ser amigo ou avisar aos gerenciadores da rede que não quer mais receber o tipo de conteúdo que ela produz. Além de que, na rede, também é possível fazer parte de grupos por compartilharmos identidades.

Por sua vez, as redes utilizam algoritmos, que são procedimentos lógicos, cuja função é adaptar os conteúdos aos gostos específicos do usuário e dos grupos sociais de que faz parte. Por vezes, esses algoritmos oferecem o conteúdo que tem sido mais popular, por outras registram os hábitos dos usuários e os utilizam para adaptar o conteúdo. Assim, todas as vezes que alguém opta por não ver um tipo de publicação ou quando procura repetidas vezes por um mesmo tipo de conteúdo, essa pessoa está fornecendo informações para que o algoritmo adapte a oferta de conteúdo ao seu gosto. Ou seja, para que o algoritmo escolha por ela.

Se para as pessoas isso pode gerar algum bem-estar, afinal elas não são colocadas em contato com opiniões que irritam por serem diferentes, para a democracia isso traz um grande prejuízo. As bolhas afastam as pessoas dos debates e das discussões de ideias e fazem com que quem está fora da bolha pareça cada vez mais estranho, incapaz e desagradável.

Por estarem na Internet, os ambientes dentro das bolhas transmitem a impressão de serem espaços de livre discussão e ampla circulação de ideias, mas na verdade são apenas espaços de reforço de um ponto de vista e de eliminação da divergência. Essa possibilidade de fugir do diferente nas redes sociais é ainda mais perigosa porque muitas pessoas têm utilizado as redes também para se informar. Uma pesquisa publicada pelo Instituto Reuters em 2016 indica que 72% dos brasileiros costumam ler notícias através das mídias sociais.

Dessa forma, o prejuízo das bolhas ideológicas para a democracia envolve a falta de comunicação, a falta de contato com o contraditório e o isolamento em um único ponto de vista. Por mais que, nas redes sociais e no nosso cotidiano, possa parecer agradável não entrar em contato com ideias das quais discordamos, esse afastamento impede a sociedade de evoluir, impede a constituição da opinião pública e ainda pode ser um incentivo a discursos extremistas.

A existência de pessoas que pensam de maneira diferente não forma inimigos, mas, antes de tudo, são oportunidades para entendermos a sociedade, aos outros e a nós mesmos. Por isolar as diferenças, como se elas fossem inconciliáveis, as bolhas podem incentivar o extremismo e a percepção do diferente como um inimigo ou como alguém que não deveria existir.

Sabemos que nem todas as nossas ideias são as melhores e que passamos a vida inteira aprendendo, mas algumas vezes decidimos ignorar que os outros têm algo a ensinar e que abandonar certezas antigas pode ser necessário, embora doloroso. É no contato com o diferente que amadurecemos os nossos gostos, reforçamos as nossas opiniões e temos a oportunidade de compreender uma nova forma de pensar e até de mudar de ideia. Sem a presença do diferente, podemos não ter incômodos, mas também deixamos de ter oportunidades de aprender e de melhorar.

Reflexão em pauta

1. Desenvolvida no final da década de 1960, especificamente no ano de 1969, a Internet primeiro foi chamada pelo nome de Arpanet, abreviatura para *Advanced Research Projects Agency Network.* De início, a função almejada era a de um sistema de compartilhamento de informações e estratégias militares, sendo, por isso, restrita ao uso de poucos.
Da invenção até hoje, muito foi desenvolvido e aperfeiçoado, o que não implicou apenas a tecnologia, mas também a organização social. Sobre os processos comunicativos e a Internet, marque o que **não** estiver correto.

a) A Internet possibilita o compartilhamento de saberes e experiências, facilita o acesso à informação e agiliza as interações comunicativas. Por esses motivos, na atualidade, as pessoas estão acostumadas a conviver com muitos estímulos comunicativos.

b) A Internet tem funcionado como uma plataforma colaborativa, pois possibilita a conexão de pessoas para a resolução de problemas ou para a produção de conhecimentos de maneira conjunta.

c) O poder constituinte da multidão, que se encontra na Internet, não existiria se ela ainda funcionasse aos moldes e com as restrições da Arpanet.

d) A Internet é responsável por acrescentar muitos saberes à sociedade. Graças a ela, as comunicações passaram a ser mais abundantes já na década de 1970.

e) O bom funcionamento da Internet, sua manutenção e renovação dependem do interesse das pessoas. Se, por algum motivo, as pessoas deixassem de acrescentar conteúdos na rede, ela se tornaria ultrapassada.

2. Ao mesmo tempo que é um direito essencial, a participação sempre foi um desafio particular para a democracia. Relatos vindos da Grécia Antiga, onde a democracia surgiu, mostram que, mesmo lá, na situação de participação direta, uma vez que grande parte das decisões não eram tomadas por voto popular, era comum cidadãos deixarem de participar das decisões coletivas para cuidar dos seus interesses individuais. Sobre a relação entre Internet e participação democrática, responda aos itens a seguir.

a) Como a Internet e os dispositivos tecnológicos de comunicação podem reduzir o impacto do tempo e do espaço na participação popular?

_____

_____

_____

_____

_____

b) Como a Internet e os dispositivos tecnológicos de comunicação podem contribuir também para a formação da opinião pública?

_____

_____

_____

c) Você acredita que as bolhas ideológicas contribuem para a formação da opinião pública ou prejudicam-na?

_____

_____

_____

_____

d) Por que as mídias digitais, acessadas pela Internet, transmitem a impressão de serem mais democráticas do que as mídias de massa?

_____

e) Espaços de entretenimento, como as redes sociais, também podem ser utilizados com finalidade democrática? Justifique com exemplos.

_____

_____

f) Com o auxílio da Internet, identifique a figura política e a história por trás do meme a seguir.

Fonte: https://catracalivre.com.br/criatividade/zoeira-sem-limites-5-aplicativos-para-voce-criar-seus-proprios-memes/

3. "Adam Smith popularizou o termo *mão invisível* em sua obra-prima *A riqueza das nações* (1776). A teoria clássica recorre desde então a essa expressão para falar da suposta capacidade do mercado de se autorregular. Dois séculos depois, em *A mão visível* (1977), de Alfred D. Chandler, afirmava-se que a complexidade das organizações exigia uma hierarquia profissional e bem estruturada.

O empreendedor e consultor Oscar Howell-Fernández (San José da Costa Rica, 1964) acaba de publicar um livro cujo título dá continuidade ao jogo de Smith e Chandler. Em *A mão emergente* (*La mano emergente*, no original em espanhol), o autor desenvolve o conceito homônimo. O termo faz alusão a esse tipo de ativismo digital cotidiano gerado pelo uso da Internet, que às vezes faz eclodir grandes mobilizações públicas (como a Primavera Árabe) e em outras se limita ao linchamento público de uma empresa ou pessoa cuja atuação não agradou determinado grupo.

A mão emergente, que bebe na efervescência das redes sociais, vem e vai. 'Eu as comparo com os vagalumes, que têm um comportamento coordenado', explica o autor. 'O baile de luzes é disparado por certos sinais que alguns deles fazem, há um momento em que chegam a um ponto máximo e então se apagam.'

O ativismo digital, afirma o autor, é uma forma poderosa de expressão e de ação social. 'É uma representação mais ou menos exata de nossas preferências e de nossa atividade social que se desenvolve de maneira constante e diária *online*, diante de instituições públicas ou privadas, governamentais ou comerciais', afirma em seu livro. Cada clique, cada comentário, cada *like* é um tipo de voto. Às vezes, esse magma de opiniões eclode em forma de protesto; no resto do tempo, é uma fonte incrível de informação para os cientistas de dados."

A silenciosa tomada de poder do ativismo digital. *El País*, 08 de dezembro de 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/08/tecnologia/1512753235_185478.html. Adaptado. Acesso em: 07/01/2019.

Antonio Scorza / Shutterstock.com

Manifestação em 20 de junho de 2013, no Rio de Janeiro. As redes sociais tiveram um papel importantíssimo nos protestos que ficaram conhecidos como Jornadas de Junho.

A partir da leitura do texto e dos seus conhecimentos sobre o ativismo digital, responda aos itens que aparecerão na sequência.

a) O que pode ser compreendido como ativismo digital?

b) Explore e explique a comparação feita pelo autor entre vagalumes e os ativistas digitais.

c) De acordo com o texto, a ação dos ativistas digitais costuma ser duradoura ou passageira? Retire do texto palavras e expressões que confirmem sua resposta.

d) Em muitos momentos do texto, é possível observar que o autor se refere ao ativismo digital como um conjunto de ações de indivíduos que se tornam coletivas e coordenadas graças à convivência em rede. Além do conjunto de pessoas anônimas, o ativismo digital também pode ser conduzido por pessoas e grupos notáveis. Busque, na rede, exemplos que confirmem essa afirmação.

e) Explique como as ações nas redes sociais podem ser fontes de informação para cientistas de dados.

4. Em uma campanha voltada para reduzir a utilização individual de materiais plásticos, especialmente descartáveis, a Organização das Nações Unidas produziu um vídeo curto e humorístico denominado "ONU quer fim dos relacionamentos... com o plástico!".
O vídeo foi divulgado em várias redes sociais em que a organização tem contas ativas, a exemplo do Instagram, do Facebook e do YouTube.

Sobre esse tipo de produção, marque a alternativa **incorreta**.

a) A produção de um vídeo humorístico, no lugar de um texto com a fala de especialistas, é um indício da adaptação dessa produção ao comportamento típico das pessoas nas redes sociais.

b) A soma do custo de divulgação nessas três redes ainda é menor do que o custo necessário para divulgar numa mídia de massa.

c) No vídeo, é retratada uma moça que termina o relacionamento com o plástico (que é apresentado como um tipo de ex-namorado) e inicia novos relacionamentos com materiais reutilizáveis ou de origem natural. Metáforas que aproximem do cotidiano são formas de usar o humor para atrair a atenção e promover o engajamento das pessoas.

d) Geralmente, ao priorizar o humor, produções desse tipo deixam de gerar impacto, pois transmitem poucos conhecimentos e são compreendidas apenas parcialmente. Em outros termos, as pessoas retêm o humor, mas não o conteúdo informativo.

e) Uma vantagem das campanhas disseminadas em redes sociais é a abertura para a interação e a possibilidade de analisar a efetiva receptibilidade do público. É possível acessar, por exemplo, a quantidade de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos.

5. A facilidade de acesso à Internet pode servir tanto para potencializar práticas cidadãs e dar voz para grupos antes invisibilizados quanto para disseminar crimes e violências. Sobre a utilização da Internet, marque o que for **correto**.

a) *Fake news*, discursos de ódio e outros tipos de informações falsas, ainda que muito discutidos, não são problemas comuns na vida cotidiana.

b) Esses fenômenos não encontram, na história, expressões semelhantes.

c) A violência exercida na rede é diferente da exercida fora dela porque se dissemina com mais facilidade, pode atingir mais pessoas e não possui efeitos reais.

d) *Fake news* representam a vontade de mudar a sociedade, contrariando a ordem vigente.

e) Para especialistas, a Internet pode potencializar ações desrespeitosas, por transmitir a sensação de um ambiente não real e de proteção da identidade.

Escaneie o QR CODE

Campanha contra 'sextorsão' expõe as consequências trágicas de crimes online

Uma responsabilidade comum

O Código de Ética dos jornalistas brasileiros afirma, no terceiro parágrafo do segundo artigo, que "**III – a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão**".

Simplificando as palavras do código, é possível dizer que a liberdade de imprensa é um direito particular concedido às empresas de comunicação e que é necessária para a boa execução da função. Sem liberdade de imprensa, não existe jornalismo. Ao mesmo tempo, essa liberdade, que é um direito, implica uma obrigação específica.

Nas palavras dos quadrinhos de super-heróis e retomando os conselhos do tio de Peter Parker, o Homem-Aranha, estamos dizendo que "com grandes poderes, vêm grandes responsabilidades". A liberdade de imprensa é, então, o poder do jornalismo, um poder que envolve, entre outros, (1) o acesso privilegiado a espaços e fontes de informação importantes; (2) a proteção a fontes e a jornalistas; (3) as garantias de não censura e não retaliação; (4) uma relação de confiança com o público; e (5) o usufruto privilegiado do papel de informar.

Esses poderes garantem, por exemplo, que representantes da imprensa, como jornalistas, fotógrafos e cinegrafistas, entrem em locais a que muitas pessoas gostariam de ir, como bastidores de *shows*, camarins, gabinetes de autoridades e

outros espaços de acesso restrito. Esses poderes também garantem que o jornalista proteja o anonimato de uma fonte e até que o profissional seja respeitado de maneira diferenciada durante uma guerra. Você já deve ter visto, em filmes ou em imagens de conflitos reais, jornalistas trabalhando bem perto do confronto sem serem atacados.

Essa proteção e essa garantia de acesso acontecem porque, naquele momento, o jornalista não é apenas uma pessoa, mas o representante da necessidade de informar toda a população. Os jornalistas podem passar e permanecer em lugares proibidos, pois as pessoas confiam a essa instituição social, o jornalismo, a tarefa de informar. É ao jornalismo que as pessoas recorrem quando querem saber do que aconteceu, e é no jornalismo que as pessoas confiam para separar os assuntos importantes dos não importantes. A liberdade de imprensa também é, indiretamente, o poder de dizer o que importa.

Por sua vez, a responsabilidade atrelada a esse poder não poderia ser pequena. Tudo isso é garantido a empresas públicas e privadas de imprensa para que elas devolvam para a sociedade informações de qualidade que atendam ao interesse público. As informações precisam ser corretas, diversas, interessantes e atentas à pluralidade de opiniões, pois é a partir dessas informações que acontecerão os debates públicos e que se formarão as opiniões públicas, conforme falamos anteriormente.

Natursports / Shutterstock.com

Jornalistas de todo o mundo em local reservado para o registro da apresentação oficial de Neymar como jogador do Barcelona, em 2013.

Para garantir que tudo isso aconteça, os profissionais da imprensa devem estudar todo o processo comunicativo. Em uma faculdade de jornalismo, os estudantes aprendem, entre outros conteúdos, técnicas de seleção (aprendem como identificar as informações importantes para os públicos); técnicas de apuração (aprendem como checar as informações, como entrevistar as fontes, como buscar provas, como dar espaço para versões diversas); e técnicas de redação (como transmitir as informações de maneira clara, simples e direta e também como transformar falas de especialistas em mensagens compreensíveis para os não especialistas).

Ao lado dessas técnicas, os jornalistas também devem aprender a pensar sobre a importância da informação na sociedade. Para isso, estudam teorias da comunicação e do jornalismo, além da história e de uma ética específica voltada para a prática profissional. Também é importante que o jornalista entenda a sociedade, o que pode ser feito se especializando em uma área ou tratando de temas gerais.

A intenção de tudo isso é formar um profissional capacitado para informar da melhor forma possível. Retomando nossa analogia com os poderes e as responsabilidades, a formação do jornalista deve servir para entender os poderes, aprender a usá-los e compreender as responsabilidades que eles implicam, inclusive por conhecer casos que exemplificam o mau uso. No processo de formação, os jornalistas estudam casos em que a má conduta profissional gerou problemas, com o objetivo de aprender com erros dos

outros e não os repetir.

Toda essa fala sobre poderes e responsabilidades dos jornalistas tem a função de nos fazer pensar sobre os nossos poderes e as nossas responsabilidades comunicativas na atualidade. Sabemos que a passagem da lógica da comunicação de massa para a autocomunicação de massa permitiu que os jornalistas deixassem de ser os únicos emissores. Qualquer pessoa com uma tecnologia de comunicação e uma conexão com a Internet pode transmitir mensagens capazes de atingir grandes grupos.

O desenvolvimento tecnológico permitiu, dessa forma, que parte do poder dos jornalistas fosse usufruído pela população em geral. Vimos que isso pode ser muito positivo, afinal pode permitir que mais vozes sejam ouvidas e que os espaços de discussão produzam uma democracia mais ativa e participativa. O problema é que, em muitos momentos, os poderes têm sido tratados como se não implicassem responsabilidades.

Com isso, não queremos dizer que o acesso às tecnologias de informação e à Internet transforma qualquer cidadão em um jornalista, afinal vimos que a prática envolve não só a possibilidade de emitir mensagens. Falta a esses cidadãos o entendimento da importância da informação para a sociedade e o treinamento prático para executar a função de informar.

Ainda assim, a possibilidade de emitir mensagens para grandes grupos pode ser aprimorada se conhecermos alguns aspectos da formação dos jornalistas. Por isso, vamos a alguns aprendizados básicos:

I – O jornalista é responsável por toda a informação que divulga.

Por esse motivo, o jornalista não pode se desculpar por uma informação falsa culpando a fonte, ou seja, não pode resolver o erro simplesmente dizendo que publicou porque a fonte disse que era verdade. Entre as tarefas do jornalista, está a apuração de toda informação que recebe. Também cabe a ele saber que as fontes têm interesses e que algumas podem mentir para se favorecer. Assim, as afirmações das fontes devem ser checadas, comparadas e ainda analisadas de diversas formas.

Adaptando essa responsabilidade à rotina na Internet e nas redes sociais, podemos afirmar que cada pessoa é responsável por toda a informação que divulga nos seus perfis. Isso quer dizer que as pessoas são responsáveis não só pelo conteúdo que criam, mas também pelos que reproduzem. Se voltarmos ao exemplo descrito no capítulo anterior, da foto de um casal que se dizia representar a ex-deputada Marielle Franco e um traficante, a responsabilidade não é apenas da pessoa ou das pessoas que primeiro fizeram a associação, mas também de todas as que deram suporte, seja curtindo, comentando e, principalmente, compartilhando, passando a informação adiante.

Pode parecer muito duro, mas compartilhar uma *fake news*, mesmo após ser enganado, é responsabilidade de quem compartilha. Assim, antes de repassar qualquer mensagem, é preciso investigar a sua origem, para descobrir se não se trata de uma informação falsa. No caso de dúvida, o aconselhável é não replicar o conteúdo.

Na atualidade, existem também as agências de checagem de fatos (também chamadas pelo nome em inglês: *fact-checking*), que são um tipo de organização jornalística dedicada a checar informações já divulgadas ou falas de autoridades. Algumas agências recebem dúvidas de usuários e realizam checagens a partir desses pedidos, mas, de maneira geral, tanto elas quanto empresas jornalísticas têm divulgado estratégias para que o cidadão comum não seja enganado por *fake news* e para que não passe esses erros adiante.

Entre as dicas mais eficientes, estão:

- Suspeite de títulos muito polêmicos ou bombásticos.
- Leia a notícia ou suposta notícia na íntegra. Não forme a sua opinião apenas pelo que diz o título.
- Desconfie de matérias publicadas por um único veículo

e por veículos dos quais você nunca ouviu falar.

- Também desconfie de matérias que não apresentam as suas fontes.
- Procure pela informação em veículos jornalísticos conhecidos. Na atualidade, é muito difícil uma notícia impactante ser transmitida exclusivamente por um único veículo.
- E, mais uma vez, se persistirem dúvidas, prefira não passar a informação à frente.

Além de adotar esse procedimento sempre que estiver em dúvida, não deixe de avisar a amigos e familiares sobre informações falsas disseminadas por eles e sobre formas de não ser enganado por elas. A lista de dicas foi longa com o objetivo de ser detalhada, mas geralmente as três primeiras já são suficientes para garantir a nossa segurança e a responsabilidade atrelada ao poder de usar as redes sociais.

Além da responsabilidade pelas informações, outro dever dos jornalistas é:

II – Presumir que todos são inocentes até que a justiça prove o contrário.

Mesmo diante de uma situação em que tudo indica que alguma pessoa fez algo de errado, seja um crime ou um mau comportamento, o jornalista não deve se apressar em culpar a pessoa. Na verdade, não faz parte das atribuições do jornalismo culpar ou inocentar quem quer que seja, isso é uma atribuição dos profissionais da justiça.

No caso de um mau comportamento, é possível investigar, mas, em situações de crime, a tarefa é avisar a instituição responsável (os órgãos de justiça) e cobrar deles que a investigação e o julgamento sejam feitos da maneira adequada. O que cabe ao jornalista é, ao fim do processo, divulgar o resultado. No exemplo da mulher linchada e morta no Guarujá em 2014, temos uma demonstração de como uma informação precipitada pode comprometer a atuação da justiça.

Mesmo que os crimes houvessem ocorrido e que o retrato falado fosse resultado do trabalho da polícia, os jornalistas (sabendo ser responsáveis por tudo que divulgam) não devem transmitir informações que incentivem as pessoas a ignorarem a justiça e a punirem suspeitos. Um retrato falado é parte de um processo de investigação, não a garantia da culpa.

Além disso, mesmo em situações de culpa comprovada (que só pode ser afirmada depois de um julgamento justo), existem instituições sociais que devem atuar na punição e na ressocialização. A violência pública não é uma forma de justiça, mas uma forma de vingança que só gera mais violência.

G1 DISTRITO FEDERAL

Jovem que morreu linchado em festa no DF não roubou celular, diz Polícia Civil

Crime ocorreu no Parque da Cidade, no último fim de semana. Amigos da vítima foram ao local para roubar, segundo investigação; ele não estava envolvido.

Por Luísa Doyle, TV Globo

01/06/2018 20h24 · Atualizado 2018-06-02T20:54:18.836Z

Em junho de 2018, um jovem de 17 anos foi morto numa festa após seu amigo roubar o celular de uma mulher. Confundido com o ladrão, a vítima foi linchada pelas pessoas que estavam no local até morrer.

Adaptando essa máxima para a atuação nas redes sociais, chegamos à responsabilidade de não utilizar os canais de comunicação para acusar pessoas ou grupos. Além da injustiça que essa ação pode representar, é possível acrescentar que difamar ou caluniar pessoas, tanto nas redes quanto fora delas, é crime.

Ampliando esse raciocínio para atingir outros crimes que se passam na rede, podemos acrescentar que também não devemos utilizar as nossas redes para divulgar informações sem a autorização das pessoas que aparecem. Um conflito comum vivenciado pelos jornalistas é a oposição entre direito à informação e direito à privacidade. O primeiro indica que as pessoas têm direito a receber informações de interesse público, e a segunda, que todas as pessoas têm direito à preservação da sua privacidade.

Assim, todas as vezes que a divulgação de uma informação privada é obstáculo para atender ao direito à informação, um jornalista ético deve analisar o caso, contando, inclusive, com aconselhamento jurídico. Adaptando o exemplo às nossas redes e ao fato de que não somos profissionais, não devemos utilizar o espaço dos nossos perfis para expor imagens ou informações de outras pessoas sem a autorização prévia.

Além do direito à privacidade, a legislação brasileira passou a considerar, no ano de 2018, que é um crime em particular publicar, divulgar, compartilhar e vender imagens e vídeos com cenas de sexo ou nudez sem consentimento daqueles que têm sua imagem registrada. Pessoas que desrespeitem a lei, seja na Internet ou em outros meios de comunicação, podem cumprir pena de um a cinco anos. Diante disso, se em qualquer momento chegar ao seu conhecimento imagens ou vídeos desse tipo, envolvendo conhecidos ou desconhecidos, a atitude correta é denunciar as mensagens para responsáveis e nunca passar o conteúdo adiante.

Por último, outra regra valiosa é:

III – A opinião declarada nos meios de comunicação deve ser exercida com responsabilidade.

Essa responsabilidade da atuação jornalística não difere em nada do bom uso da liberdade de expressão. Ela quer dizer que o público em geral e também os jornalistas têm direito a se posicionar, a avaliar negativamente uma produção artística, a discordar de uma medida governamental ou ter um lado em uma discussão política, mas tudo isso sempre deve ser feito sem ferir a liberdade ou a dignidade de outras pessoas.

O que faz com que essa obrigação seja especialmente importante entre os jornalistas é o conhecimento do potencial das informações divulgadas pelos meios de comunicação. Se numa conversa entre amigos uma opinião exagerada pode ser facilmente percebida e corrigida, em um espaço público expressões descuidadas podem gerar diversas consequências negativas.

Por opiniões exageradas, estamos nos referindo a posturas taxativas, limitadas ou descuidadas em relação às pessoas que pensam diferente. Elas fazem parte da comunicação cotidiana, e é expondo essas opiniões e sendo informado das suas limitações que podemos abandoná-las em favor de opiniões melhores. Já as que envolvem posturas criminosas ou historicamente reprováveis, como o racismo, o sexismo, a xenofobia ou qualquer desrespeito aos direitos humanos, não devem ser toleradas em ambiente algum.

Adaptando à nossa realidade, podemos dizer que as comunicações via redes digitais são um meio-termo entre o teor público da comunicação jornalística e o teor privado de uma conversa entre amigos. Certamente, a sociedade não está tão atenta às suas postagens quanto está à informação jornalística, mas também é verdade que uma publicação numa rede social não é o mesmo que um segredo.

Assim, os perfis em redes sociais, mesmo pertencendo a indivíduos, não são espaços de comunicação privada quando

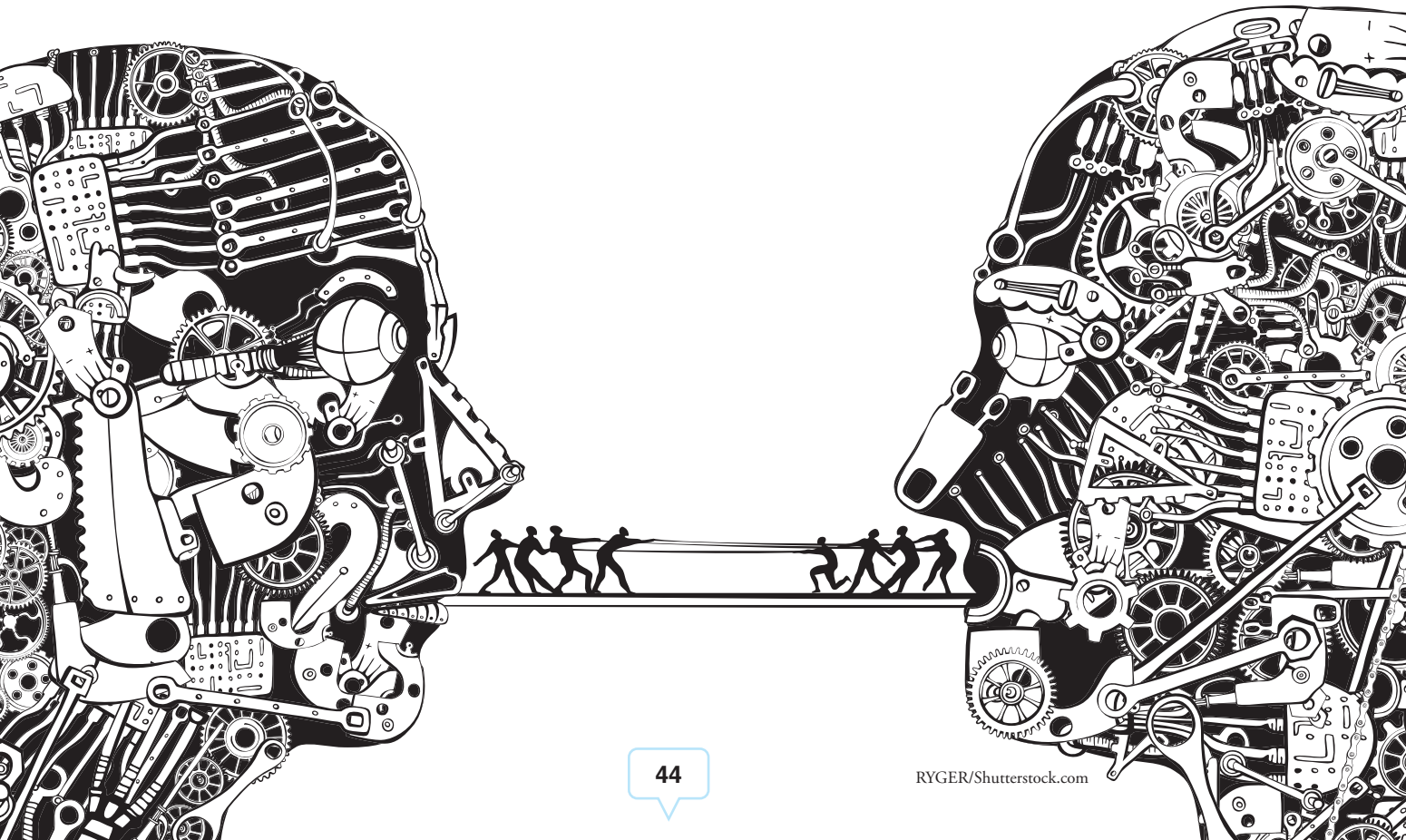
o conteúdo é exposto e divulgado publicamente. As páginas que são realmente privadas, vale acrescentar, também não são justificativas para violências e desrespeitos, que continuam sendo puníveis nessas situações. Em resumo, devemos agir sempre conscientes de que a liberdade de expressão não é um direito absoluto, e sim um direito limitado pelos direitos e pelas liberdades dos outros.

Diante de uma pessoa que nos questiona, que se desentende conosco ou mesmo diante de uma opinião irritante, lembre-se de que isolar a pessoa e se negar a ouvir o que ela diz pode parecer uma saída, mas, na verdade, é apenas uma forma de impedir o seu próprio aprendizado.

A expressão *todo mundo erra* não poderia ser mais adequada para se referir às comunicações via redes sociais. Com ela em mente, podemos ficar mais perto de perceber que, algumas vezes, somos nós que estamos errados e que, em outras, provavelmente na maioria, não é uma questão de certo ou errado. Opiniões também podem ser complementares ou simplesmente divergentes. Não há mal na diferença, mas, sim, na incapacidade de aceitá-la.

A partir desse conjunto de poderes e responsabilidades, queremos despertar uma certa imaginação sociológica, ou seja, uma observação por uma perspectiva mais vasta, que nos permita perceber que poderes e responsabilidades, assim como direitos e deveres, não são opostos, mas complementares. A responsabilidade garante o bom uso dos poderes, e os deveres garantem que os direitos atinjam a todos e não se transformem em privilégios, acessíveis a poucos.

Com o nosso direito à informação e a usar os dispositivos tecnológicos existentes, vem também o direito das outras pessoas. São os deveres que garantem que nós, da mesma forma, não sejamos desrespeitados e que possamos nos informar e nos divertir livremente. Proteger o direito dos outros e cumprir fielmente as próprias obrigações não são apenas ações de pessoas preocupadas em ser corretas, mas também posturas de quem sabe que só é possível ser livre em conjunto. Se o direito de uma pessoa implicar o desrespeito de outra, necessariamente esse desequilíbrio gerará conflitos e problemas para todos.



RYGER/Shutterstock.com

Reflexão em pauta

1. A velocidade com que se popularizaram as técnicas e tecnologias de comunicação não foi acompanhada pela compreensão responsável do poder de informar. Por esse motivo, muitas pessoas podem abusar da liberdade de expressar-se e atingir direitos e liberdade de outras pessoas. Sobre esses conflitos, analise as alternativas a seguir.

I. Nenhuma autoridade pode demandar a exclusão de uma publicação, independentemente do assunto, pois isso representaria uma interferência na liberdade de expressão.

II. Sem as liberdades individuais, não existiria democracia, por isso garantir que todas as pessoas tenham o direito de dizer o que pensam e proteção contra censuras e retaliações é uma constante prioridade dos Estados democráticos.

III. A liberdade de expressar um pensamento ou uma opinião não pode comprometer o direito das pessoas à dignidade.

Estão **corretas** as alternativas:

a) I e II.
b) I apenas.
c) I e III.
d) III apenas.
e) II e III.

2. Os jornalistas já não são os únicos a emitir mensagens capazes de alcançar grandes grupos. Graças à rede, diversas pessoas podem produzir conteúdo com variadas temáticas. Sobre a relação entre a responsabilidade jornalística e a responsabilidade individual pelo que é dito nas redes sociais, marque a alternativa **correta**.

a) Qualquer pessoa com acesso a dispositivos de comunicação e à rede pode ser considerada uma jornalista, já que pode divulgar informações sobre o que acontece.
b) A responsabilidade exigida dos jornalistas não possui qualquer semelhança com a responsabilidade demandada dos usuários da rede.
c) Um comportamento responsável, tanto por parte dos jornalistas quanto dos usuários, tem a função de garantir a todos o usufruto justo do direito à informação.
d) Os jornalistas brasileiros possuem um código de ética, um documento que deve orientar as ações. Como não há um código de ética específico para os utilizadores da rede, isso significa que não existem normas nesse ambiente.
e) Responsabilidade comunicativa equivale a evitar qualquer assunto polêmico ou que possa incomodar às pessoas.

3. Liste e explique três procedimentos úteis para evitar a disseminação de *fake news*.

_____

_____

4. **Texto 1:**

"A única maneira de combater as informações falsas é com a educação. Ela ajuda o aluno a compreender como as notícias são escritas e publicadas. Entender esse processo os tornará conscientes do que são as *fake news*. Além disso, a educação conscientiza de que as pessoas precisam estar corretamente informadas para tomar decisões importantes sobre a sua vida. Como na escolha do voto, nas eleições." Adaptado da entrevista de Esther Wojcicki ao Instituto NET, publicado em 18 de junho de 2018.

Fonte: https://www.institutonetclaroembratel.org.br/educacao/nossas-novidades/reportagens/atividades-em-que-professor-e-aluno-identificam-fake-news-juntos-sao-eficientes-diz-pesquisadora/. Acesso em 28/12/2018"

Texto 2:

Fonte: http://mentirasanonimasx.blogspot.com/2018/04/fake-news-entenda-seus-perigos-e-como.html

A partir da leitura do texto 1 e da análise do texto 2, explique os perigos das informações falsas e os meios adequados para evitá-las.

_____

_____

_____

_____

5. As redes sociais ajudaram a complicar a percepção sobre o que são espaços públicos e privados. Para muitas pessoas, os seus perfis em redes transmitem uma sensação privativa, uma vez que tornam possível selecionar com quem desejam interagir. Para outras, as redes são percebidas e utilizadas como canais de comunicação livre com conhecidos e desconhecidos. Sobre a exposição de opiniões em redes sociais, assinale a alternativa **correta**.

a) Se uma pessoa ativa filtros para impedir que seus perfis em redes sociais sejam observados por desconhecidos, isso faz com que o canal seja privado e permite a livre emissão de opiniões, mesmo que elas contenham algum tipo de desrespeito.

b) Ao vivenciar um desentendimento numa rede social, o ideal é excluir a pessoa, a fim de evitar constrangimentos maiores.

c) As opiniões divulgadas nas redes sociais são de responsabilidade de quem as emite, e não de quem as compartilha.

d) Se uma postagem de uma rede social incentiva um comportamento violento e leva pessoas a agirem de forma violenta, a responsabilidade é exclusivamente de quem age.

e) É possível emitir opinião e levantar questões divergentes sem desrespeitar liberdades ou ferir direitos.

O fim e o recomeço

Ao longo dessa jornada, falamos sobre a realidade comunicativa própria dos nossos dias. Começamos tratando da passagem da comunicação de massa para a autocomunicação de massa. E aprendemos que essa transição é possível graças ao desenvolvimento de tecnologias da comunicação que permitem às pessoas obter e divulgar informações independentemente dos grandes veículos jornalísticos.

Mas não cometemos o erro de acreditar que a tecnologia é a responsável. Na verdade, as tecnologias e técnicas funcionam como instrumentos; são as pessoas e o uso constante, já acolhido e adaptado à realidade social, que permitem que esteja se desenvolvendo uma cultura participativa. Nessa cultura, as pessoas não só podem, como também querem, participar de ambientes públicos de discussão. Querem dizer o que pensam e querem ser ouvidas.

Tudo isso fez com que estudiosos vissem as mídias digitais como potenciais promotoras do exercício da democracia. Afinal, elas possuem a capacidade de facilitar a participação, por diminuirem a importância da distância física e temporal e por permitirem mais espaços para a exposição de mais vozes e de mais discussões.

Ainda que o diagnóstico desses estudiosos não esteja errado e que muitas pessoas realmente utilizem esses espaços para expandir ou iniciar a participação política, na atualidade também percebemos a utilização das redes sociais e da Internet para propósitos pouco democráticos. Entre eles, estão não somente a promoção de discursos de ódio e de intolerância e a disseminação de informações falsas e *fake news*, mas também a formação de bolhas, em que as pessoas utilizam o mais coletivo dos espaços para se aproximar dos iguais e se afastar dos diferentes.

Por fim, também refletimos sobre a responsabilidade que compete a todos os que utilizam as redes. Vimos que essa utilização não faz de nós jornalistas ou especialistas em comunicar, no entanto traz poderes capazes de nos fazer interferir na vida uns dos outros.

Para uma realidade mais equilibrada, capaz de organizar tantas pessoas potencialmente poderosas e de minimizar o mau uso da Internet e das tecnologias de comunicação, apontamos para a necessidade de educar para um uso responsável. Precisamos, todos nós, estar conscientes de que uma fala despretensiosa pode ser violenta, de que uma brincadeira pode ter consequências sérias e de que a retransmissão de uma ideia é um consentimento para a continuação do que ela transmite.

Assim, mesmo diante de um meme irresistível, de um vídeo incrível ou de uma notícia bombástica, é preciso frear os impulsos e agir com responsabilidade. As margens do agir coletivamente se ampliaram e, junto com elas, como um corpo inseparável, ampliaram-se também as necessidades de atenção, cuidado e respeito às outras pessoas. Para manter fresco na memória, vale repetir: “com grandes poderes, vêm grandes responsabilidades”.

Referências

AMARAL, Luiz. *Jornalismo*: matéria de primeira página. Allan Alvaro Jr. Santos, 1978.

CARVALHO, N; KRAMER, R. A linguagem do Facebook. In: SHEPHERD, T. G; SALIÈS, T. *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, 2013.

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

CASTELLS, Manuel. La comunicación en la era digital. In: CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CÓDIGO DE ÉTICA do jornalista Brasileiro. Brasília: Fenaj, 1985.

DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

HABERMAS, Jürgen. *Três modelos normativos de democracia*. Lua nova, v. 36, p. 39-53, 1995.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Multidão*: guerra e democracia na era do Império. Rio de Janeiro: Record, 2004.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2015.

MEYER, Philip. *A Ética no Jornalismo*: um guia para estudantes, profissionais e leitores. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

MORAES, D. *O ativismo digital*. Biblioteca *online* de ciências da comunicação. 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>. Acesso em 22/12/2018.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. *Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter*. In Compós 2017. Anais, São Paulo, 2017. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_XH5ITTDY1PYGE7PDUQJM_26_5374_18_02_2017_12_53_33.pdf Acesso em 02/12/2018.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu; JOSGRILBERG, Fábio Botelho (Orgs.). *Tensões em rede:* os limites e possibilidades da cidadania na Internet. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2012.

SCHERER-WARREN, I. *Redes sociais na sociedade da informação*. In: MAIA, R.; CASTRO, M.C.P.S. (Org.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p.216-227.