

## **Redes Sociais: As Vantagens e Desvantagens da Comunicação Virtual<sup>1</sup>**

Ademilson Antonio Lopes de ALMEIDA<sup>2</sup>

Susimar Gomes Machado Lopes de ALMEIDA<sup>3</sup>

Réulliner da Silva RODRIGUES<sup>4</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia-MT

### **RESUMO**

Para muitos especialistas as redes sociais na internet se enquadram no conceito de mídia alternativa que contribuem para a existência de espaços mais democráticos de comunicação. Por outro lado, torna-se um campo sem lei no qual as informações fluem de forma desordenada e, por vezes, irresponsável. *Redes Sociais: as vantagens e desvantagens da comunicação virtual* é uma reportagem radiofônica que retrata os desafios e potencialidades dessa nova tendência, possibilitando conhecer a posição daqueles que usam as redes sociais para se informar, expor suas opiniões ou mesmo mobilizar ações sociais do atual mundo contemporâneo. Dessa forma, o áudio viabiliza ainda a oitiva de cidadãos que percebem falhas no processo de comunicação relacionado a tais redes, e de um especialista em políticas de comunicação e crítico do assunto.

**PALAVRAS-CHAVE:** radiojornalismo; mídia alternativa; redes sociais; comunicação virtual; democracia.

### **INTRODUÇÃO**

Esta reportagem é resultado de uma reflexão debatida no curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, na disciplina de *História da Imprensa*, cursada no primeiro semestre de 2013, sobre os novos parâmetros de comunicação humana e de várias inquietações surgidas da análise do uso das redes sociais na internet nos municípios de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO.

Foi possível compreender, graças à coleta de entrevistas, como os internautas estão envolvidos no universo da comunicação virtual consumindo informações, por vezes não sistematizadas, carentes de credibilidade e não preparadas de acordo com os critérios jornalísticos usuais. Ao somar as entrevistas num conjunto de dados sobre acesso à internet

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na categoria produção laboratorial em audiojornalismo e radiojornalismo (avulso/conjunto ou série).

<sup>2</sup> Aluno líder e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, e-mail: ademilso0@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, e-mail: susimar\_susi@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientador/Professor do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, e-mail: reullinerrodrigues@hotmail.com.

no Brasil e ao número de usuários das redes sociais como, *facebook*, *twitter*, *blog*, é possível afirmar que as pessoas aderem cada vez mais a esse novo universo.

Tendo como plano de fundo a coleta de opiniões e pontos de vista diversos, a reportagem soma os números obtidos com os pensamentos manifestados, culminando em um áudio fiel a cada posicionamento enunciado. Esta preocupação valoriza as técnicas de entrevistas e a edição de áudio, fundamentais no radiojornalismo.

Em um ambiente radiofônico é sabido que a respiração, a entonação e a interpretação são elementares para compreender uma ideia a ser transmitida. Ao contrário, no jornal impresso, por vezes a simples reprodução de uma declaração não tem o condão de deixar vazar essas impressões, que são exteriores a fala transcrita.

Todavia, a reportagem não se pautou exclusivamente pelas declarações feitas. Foi além. Analisou com mais profundidade a questão posta em discussão para debater o tema, ora ressaltando as benesses da comunicação virtual, ora questionando as falhas verificadas, ao instigar uma reflexão crítica do assunto.

## 2 OBJETIVOS

A priori, a ideia é apontar os benefícios alcançados por pessoas que usam redes sociais nas cidades fronteiriças de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO, justamente no momento em que tais redes se tornam uma ferramenta democrática de mídia. Dessa forma, é possível que os cidadãos dessas pequenas localidades opinem sobre os problemas dos seus municípios, exponham a foto de um buraco na rua cobrando providências, mobilizem a população e os órgãos públicos para uma campanha de revitalização de rios, por exemplo. Noutro ponto, busca-se refletir o outro lado da questão, isto é, pontos negativos como o despreparo de muitos internautas no uso das redes, a falta de credibilidade e correta apuração das notícias veiculadas nelas, o desrespeito aos valores éticos do jornalismo e as consequências de todas estas facetas.

Outrossim, não se busca afirmar com veemência que as redes sociais são positivas ou negativas para o cenário da comunicação, mas sim estimular um debate saudável sobre o tema. Isso permite que o ouvinte possa se situar dentro da discussão e, ao final, principalmente por meio da análise de um especialista, adquirir uma visão mais clara sobre o assunto.

Certamente, a meta é identificar potencialidades de uma comunicação mais democrática permitida pelo uso das redes sociais na internet, ao observar que tal objetivo passa necessariamente pela correção de algumas distorções, sob pena do ideal ser frustrado. Quer isto, a reportagem tenta desvendar se a internet é de fato um meio democrático que dá voz para aqueles que não a possuem em outros meios de comunicação de massa tradicionais, como o rádio e a televisão, ou mesmo o que ainda falta para que esse alvo seja conquistado.

### 3 JUSTIFICATIVAS

A internet vem se expandindo gradativamente no Brasil e a cada dia mais e mais pessoas estão conectadas nesse novo universo virtual e grande parte delas possui uma conta em alguma rede social (*facebook*, *twitter*, *blogs*, entre outros) mudando gradualmente o paradigma da comunicação. Neste sentido, Kucinski (2005, p. 72) afirma que não há nem mesmo que se falar em exclusão digital, quando aponta [...] “Dizer que a internet e o computador criaram uma nova forma de exclusão, a ‘exclusão digital’, é como dizer que, ao inventar a impressão com tipos móveis, Gutenberg criou o analfabeto”.

Para se ter ideia dessa expansão, segundo o Ministério das Comunicações, espera-se que 40 milhões de domicílios sejam atendidos até 2014, com o Plano Nacional de Banda Larga, com internet rápida e a baixo custo.

Se há anos era difícil expor uma opinião para um número considerável de pessoas, seria difícil conquistar espaço nos concentrados meios de comunicação de massa, por sua vez, a internet possibilitou o surgimento de novos campos para que qualquer pessoa conectada a grande rede opine, critique, exponha sua visão de mundo, transmita informações, participe do cenário mundial da comunicação, não só como consumidor de notícias, mas agora também como produtor.

Isso tudo possibilita que muitos passem a considerar a internet e o espaço oportunizado nas redes sociais como um avanço na democratização da mídia, dando voz a aqueles que não a tinham, razão pela qual a grande rede é considerada uma mídia alternativa.

Kucinski (2005, p. 72-74) corrobora com este pensamento, em relação à internet, no seguinte:

Nesse novo universo tecnológico, concebido [...] para ser imune a qualquer forma de censura, controle ou limitação, foram também rompidas as barreiras mecânicas e quantitativas à composição e à transmissão da escrita ou da imagem. [...] é também um novo tipo de agência de notícias. Como tal, rompe a verticalidade e a concentração das agências tradicionais e alimenta não apenas jornais a partir de escritórios centrais, mas liga também ONGs, produtores intelectuais independentes e movimentos políticos e sociais. [...] O acesso ao sistema também é irrestrito, tanto pelo emissor como pelo receptor. [...] E graças ao baixo custo operacional, a mensagem seja qual for o seu tamanho, pode ser enviada a um número quase infinito de receptores.

Seguindo essa linha de raciocínio, fica claro tanto do ponto de vista econômico, como político, que as facilidades para a exposição de opiniões e informações se alargaram graças à internet.

Mesmo assim, até onde vão as vantagens desse novo instrumento de comunicação, fatalmente das redes sociais, quando qualquer um publica o que bem entende. Percebe-se que a informação não é sistematizada e a notícia surge de tantas fontes - muitas delas não confiáveis - e são produzidas por pessoas que não respeitam os valores éticos do jornalismo, extrapolando o direito à liberdade de expressão e ferindo a privacidade de muitos.

Kucinski (2005, p. 77) explora algumas debilidades daquilo que ele chama de jornalismo online, que em sua concepção “funciona como uma agência de notícias provisória” onde a informação é produzida continuamente.

A primeira problemática apontada por Kucinski (2005, p. 80) é a concentração da produção informativa, a chamada comunicação cruzada. Essa comunicação, que também atingiu a nova mídia, envolve grandes portais da internet, redes via satélite e grandes provedores, onde nós acrescentamos como exemplo as emissoras de rádio e televisão que fazem parte desses megablocos que fomentam ainda mais a concentração da mídia, como no caso da Rede Globo, que opera jornais impressos, portais online, rádios, canais de televisão abertos e fechados, entre outros.

Na visão de Kucinski (2005, p. 81) a comunicação na internet também traz alguns problemas éticos, “porque derrubou a demarcação [...] entre os conceitos de público e privado”. Ele cita que o pessoal e o social se misturam na internet, transformando comunicação pessoal em comunicação social, sem existir “um código de ética que indique

se e quando isso pode ser feito” (*Idem*, p. 83). É a exposição desenfreada e sem controle da vida pessoal dos usuários, em outras palavras.

Na visão do mesmo autor, a informação e a venda se misturam na medida em que “num site você se informa sobre uma mercadoria e, ao mesmo tempo, efetiva a transação comercial” (*Idem*, p.81), enaltecendo ainda mais a ideia de mercantilização da informação veiculada na grande rede.

O direito autoral acaba se esvaziando, como aponta Kucinski (2005, p. 84), pois a cópia de documentos, inclusive de sons e imagens, é muito facilitada na internet, inclusive nas redes sociais, com o chamado compartilhamento, inaugurando uma nova era, que atinge, porque não, até mesmo a produção da informação. Neste sentido, Marcondes Filho (2002, p. 30) prefere chamar os jornalistas atuais de robôs, adaptados apenas a difundir notícias, onde o papel de contador de histórias, analista e comentarista se perde, bem como o conteúdo que em alguns casos decai em qualidade.

Por fim, Kucinski (2005, p. 85-86) traz à tona uma nova realidade da internet, que ele chama de “falseamento dos fatos”, oportunizado pela irresponsabilidade de muitos, pois fofocas, boatos, mentiras, circulam com grande facilidade como verdade na grande rede. Parte desse falseamento começa, infelizmente, nas redes sociais.

Com todo este diagnóstico, fica fácil entender que o novo cenário da comunicação virtual trouxe, além de um espaço mais nítido e palpável de exposição de informações, diversos problemas éticos e até mesmo sociais que precisam urgentemente ser encarados sob pena de atingirmos um nível de total falência da comunicação social, como pensa Ciro Marcondes Filho, em sua obra “A Saga dos Cães Perdidos” (2000).

Recentemente, no dia 25 de março de 2014, a Câmara dos Deputados aprovou o projeto de Lei nº 2.126/11, mais conhecido como “Marco Civil da Internet”. A proposta estabelece princípios e garantias do uso da internet no Brasil funcionando como uma espécie de “Constituição” da rede, definindo direitos e deveres de usuários e provedores da web no Brasil. É uma das primeiras tentativas de regular os espaços de comunicação virtual.

Entre os principais aspectos do projeto, destaque para quatro pontos essenciais.

O primeiro deles é o objetivo de criar a neutralidade na rede impedindo que provedores de internet possam ofertar serviços de conexões diferenciados, como a venda de um pacote que permite apenas o acesso a e-mails ou a redes sociais. A neutralidade prevê que as empresas que fornecem o serviço de internet, sejam neutras em relação ao tráfego de

dados, não podendo criar qualquer impedimento para que o usuário acesse qualquer conteúdo ou utilize qualquer serviço.

O texto do projeto de lei também proíbe o uso da propaganda específica. Atualmente as empresas se apropriam de informações dos usuários quando ele faz pesquisas, marca que está frequentando determinado lugar, curte ou compartilha alguma informação, basicamente tudo que ele faz na internet.

Já a principal medida adotada pelo Governo Brasileiro no Marco Civil, era a de prevenir a espionagem internacional, por isso o projeto determinava que empresas de internet deveriam criar data centers no Brasil para que pudessem operar, obrigando as empresas a manter os dados dos brasileiros em servidores nacionais, dificultando uma possível espionagem.

O projeto passou por alterações e na presente aprovação pela Câmara dos Deputados, deixou de existir esta exigência, permitindo que as empresas de internet continuem a armazenar os dados de brasileiros em servidores estrangeiros.

No último caso, de acordo com o artigo 17 e incisos, o projeto prevê que os dados referentes aos registros de conexões e acesso de informações, somente poderão ser requisitados e exibidos mediante ordem judicial fundamentada.

Estas informações poderão ser requeridas para a formação de provas em ações civis ou penais, desde que se prove os indícios da ocorrência do ilícito, justificativa motivada da utilidade dos registros e o período do qual se referem.

O projeto agora segue para o Senado e, em seguida, para a sanção presidencial. Havendo aprovação no senado e aprovação presidencial, a Lei entrará em vigor sessenta dias após a data de sua publicação.

O Marco Civil da Internet foi muito discutido no início desse ano, mas na própria reportagem radiofônica realizada em março de 2013, um dos nossos entrevistados fez questão de comentar a necessidade de divulgá-lo e debatê-lo com a sociedade, antes mesmo da discussão mais acalorada começar. Igualmente, muitos pontos controvertidos na legislação guardam repercussão dentro do material jornalístico.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a construção desta produção radiofônica foram adotadas diferentes técnicas de entrevistas, apuração e observação apresentadas nos livros “Radiojornalismo” (Chantler e

Harris, 1998), “A Arte de Entrevistar Bem” (OYAMA, 2008), dentre outras obras. A apuração se baseou em duas semanas de entrevistas com os diferentes grupos selecionados na análise.

Três técnicas de entrevistas para o radiojornalismo citadas em Chantler e Harris (1998, 100-101) foram utilizadas.

A entrevista informal, destacada pelo autor como aquela capaz de revelar fatos ou informações, foi útil na medida em que perguntas curtas acabaram dirigidas para a maioria dos entrevistados, com intuito de ilustrar revelações novas, questões abertas do gênero: “se eles usavam ou não as redes sociais, como usavam, como se informam por meio dessas redes e qual a visão deles sobre tais espaços de comunicação”.

A entrevista emocional foi também útil quando o trabalho se pautou pela declaração de um professor da rede pública de ensino de Alto Araguaia-MT sobre a exposição de cenas de sexo de uma ex-aluna na internet. Nesse momento, foi necessário explorar o sentimento de indignação do entrevistado, de maneira respeitosa, sem querer extrapolar a sua manifestação e avançar para o sensacionalismo, mas sim com intuito de enaltecer o grau de reprovação da exposição das imagens, na visão desse professor.

Na entrevista com o especialista no assunto, professor mestre Antônio Sardinha<sup>5</sup>, utilizou-se a entrevista interpretativa, pois o objetivo dos questionamentos foram de evidenciar os fatos trazidos à tona pela opinião e a visão dos demais entrevistados, ou seja, o docente analisou o resultado obtido na coleta das entrevistas informais e emocionais, fazendo uma análise interpretativa dos relatos colhidos.

Depois que todas as entrevistas foram coletadas, passou-se necessariamente pelo processo de edição do áudio (das entrevistas). Neste sentido, Oyama (2008, p. 43) caracteriza que: “entrevista feita, hora de colocar as palavras na tela. Escolher o que destacar e o que jogar fora, organizar o texto e penteá-lo”, pautando-se pelos objetivos narrados por Barbeiro e Lima (2003, p. 56), citando o jornalista José Hamilton Ribeiro, na produção de uma reportagem para o radiojornalismo:

[...] originalidade do tema de tratamento, objetividade, trabalho do repórter, propriedade de edição, clareza, autenticidade, significância, personagens, emoção, empatia, audiência, correção do texto, gancho e conjunto.

---

<sup>5</sup> Mestre em Comunicação Pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2011). Atualmente é professor permanente da Universidade Federal do Amapá (Unifap).

Seguindo as orientações de Chantler e Harris (1998, p. 118-119), todas as gravações foram ouvidas, criando no repórter a expectativa daquilo que ele queria aproveitar, de acordo com os objetivos da entrevista, quando foram anotados esses trechos. Depois, o texto foi redigido e gravado pelo mesmo repórter, para posteriormente serem acopladas as duas faixas de áudio (repórteres e entrevistados) em uma sequência lógica que primou pelo uso máximo das gravações de voz dos entrevistados e uma abertura segundo os padrões exigidos pelo radiojornalismo atual.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A reportagem radiofônica *Redes Sociais: As Vantagens e Desvantagens da Comunicação Virtual* retrata os pontos positivos e negativos da comunicação vislumbrada nas redes sociais. O produto jornalístico faz parte de um trabalho de campo desenvolvido em março de 2013, na disciplina de *História da Imprensa*, do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso.

Todos os entrevistados ouvidos disseram ter uma conta em alguma rede social na internet e a maioria deles confessou acompanhar com frequência notícias e informações veiculadas nesses mesmos espaços.

O produto jornalístico refletiu o avanço dessas redes como fontes de informação e mobilização social. Somando-se a isto, está a opinião de todos os ouvidos de que a internet democratizou o sistema de comunicação no Brasil, na medida em que (para ilustrar) segundo uma jovem ouvida, é possível comentar os problemas sociais de sua cidade (Santa Rita do Araguaia-GO) no perfil do seu *facebook*. No outro polo (mobilização social), a reportagem trouxe também uma campanha iniciada no *facebook* pedindo a recuperação de um rio em Alto Araguaia-MT, solicitação esta que foi atendida pela Prefeitura Municipal.

Entretanto, praticamente todos os entrevistados também concordaram que as informações veiculadas nas redes sociais não são totalmente confiáveis e que muito conteúdo postado não merece nenhuma credibilidade. Outrossim, grande parte deles confirma que a maioria dos usuários de redes sociais não sabe utilizá-las de forma adequada, ou melhor, para um fim mais aproveitável.

Concluiu-se com todo o trabalho, que a matéria radiofônica foi capaz de reproduzir fielmente o pensamento de muitos a respeito do tema tratado, enfocando, sobretudo, com a



oitiva do professor Antonio Sardinha, a necessidade de se repensar e de se debater a dita comunicação virtual nas redes sociais da internet.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O rádio é um instrumento de comunicação que já dura um século e que não deverá ser anulado pela internet, mas sim somar-se a ela, conforme Barbeiro e Lima (2003, p. 45-47) e é por isso mesmo que uma reportagem radiofônica é capaz de estimular no ouvinte, que se identifica com uma rádio local, o espírito crítico e o debate elementar sobre fatos ou acontecimentos que mereçam tal trato.

Os meios de comunicação cobram cada vez mais a criatividade dos seus repórteres sem faltar com a objetividade. Chantler e Harris (1998, p. 185) chamam a atenção para algo importante no rádio, afirmando que :

[...] há um perigo do qual devemos nos proteger, especialmente com o crescimento do uso das novas tecnologias nas redações: a tendência de pensar que as notícias simplesmente aparecem na tela ou na impressora. Há uma verdade que jamais poderá ser esquecida: as notícias que você descobre e transmite só surgem por intermédio dos seus próprios esforços.

Não se pode conceber um radiojornalismo que se contente apenas em informar fatos ou acontecimentos sem explorar pautas que estimulem a reflexão dos seus ouvintes, afinal de contas o mito da objetividade do jornalismo - pautado apenas pelo simples ato de informar - está desde muito ultrapassado. São qualidades essenciais de um repórter de rádio a criatividade e o entusiasmo, segundo Chantler e Harris (1998, p. 185) que devem sempre ser valorizadas e estimuladas nas pequenas, médias e grandes emissoras.

A internet, e, sobretudo, o espaço proporcionado pelas suas ferramentas de comunicação permanecerão por um bom tempo dentro de diversos debates, que vão desde a credibilidade das informações veiculadas até a invasão da privacidade das pessoas. Por seu turno, se o rádio quiser continuar comprometido com a produção jornalística de qualidade, não poderá se esquecer dessa pauta.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevir, 2003.

BARBOSA, Bia; EKMAN, Pedro. **Marco Civil Aprovado: dia histórico para a liberdade de expressão**. Disponível em: <<http://marcocivil.org.br/3-questoes-chave-do-marco-civil/marco-civil-aprovado-dia-historico-para-a-liberdade-de-expressao/>>. Acesso em 30 mar. 2014.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Editora Unesp, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A Saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

OYAMA, Thaís. **A Arte de Entrevistar Bem**. São Paulo: Contexto, 2008.