
O combate de um problema social através do uso de grupos no *Facebook*: #BaleiaAzul.¹

Philippe Phaustino Albuquerque de ARAÚJO²

Isabela Oliveira REMÍGIO³

Bruno Ribeiro NASCIMENTO⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

RESUMO

O objetivo desse artigo é analisar o fato de as redes sociais tornarem-se um espaço, por excelência, para discussão de problemas sociais graves, como o suicídio. Para isto apresentamos como objeto de análise o jogo “Baleia Azul” e as redes sociais como um agente de combate a esse problema através da página no *Facebook* “Baleia Rosa”. Esta análise foi feita tendo como referenciais teóricos na evolução da Web 2.0, a cultura da convergência e a cultura da participação. A partir de autores como Shirky (2011), Jenkins (2008), Recuero (2009). Buscou-se apresentar conteúdos capazes de aprofundar o debate na web como ferramenta capaz de propagar melhorias para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Depressão, Problemas sociais, Redes sociais

INTRODUÇÃO

A sociedade, por muito tempo, participou dos meios de comunicação enquanto agentes passivos, não interagindo com o sujeito que propagava a informação. As mídias carregavam consigo o poder de divulgar, quase que exclusivamente, todas as informações. Formas alternativas para propagar a informação eram lançadas como charges, fanzines, dentre outros. Mas, esses artifícios não permitiam que o consumidor tivesse o poder de reação imediata ao propagador da informação, nem que tais informações chegassem ao maior número de pessoas possíveis. Com a chegada da *internet*, uma nova forma de interação passou a ser disseminada, através dela nascia a Web 2.0, que permitiu a comunicação, em tempo real, capaz de transformar o consumidor, antes agente não tão ativo, em consumidor ativo, capaz de poder analisar as grandes narrativas que lhe eram apresentadas e também sugerir pautas para que fosse veiculado na grande mídia.

A *internet* permitiu que laços de amizades fossem criados sem fronteiras, fazendo com que a comunicação entre ambas as partes existisse independente da

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 29 de junho a 01 de julho de 2017.

² Autor, mestrando do Programa de Pós-Graduação Profissional em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Email: philipeassessoria@gmail.com

³ Co-autora, Graduanda em Radialismo pela Universidade Federal da Paraíba. Email: isabelaremigio1@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Rádio e TV da UFPB, e-mail: rn.brunno@gmail.com.

distância. Essa quebra de barreiras foi bem além e deu origem a grupos de pessoas com pensamentos semelhantes que se juntavam em torno de um propósito para alcançar um objetivo. Esses indivíduos passavam a utilizar a *internet*, através das redes sociais, para se organizarem e pautarem seus objetivos. Martino (2014) faz o seguinte relato sobre o assunto:

Na medida em que as redes se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns, é possível identificar todo tipo de agrupamento [...], não apenas uma interação entre os participantes [...] mas também o engajamento em questões políticas, sociais e culturais. [...] Assim como o mundo real é levado para as redes sociais digitais, as discussões online têm potencial de gerar atitudes e ações no mundo físico (MARTINO, 2014, p. 58).

Apesar disso as redes sociais também passaram a ser utilizadas para o uso negativo, como é o caso do jogo “Baleia Azul”, que desafia o internauta a realizar uma série de desafios e, ao final, cometer suicídio. O uso do jogo que se utiliza da convocação de novos jogadores através das redes tomou uma grande proporção à medida que crescia uma série de debates em torno de como aquilo ocorria. Ao mesmo tempo, foi observada a organização de grupos para apoio às pessoas que estavam participando do jogo, como também, de identificação das pessoas que praticavam o jogo.

Diante disso, da revolução na *internet* à chegada de jogos violentos, temos como objeto de estudo deste trabalho a *internet* como meio de debater sobre os significativos problemas sociais, em específico: grupos no *Facebook* que se organizam para combater o avanço do jogo “Baleia Azul”. Apontando como esses grupos se auto-organizam, tomando como base teórica Jenkins (2008), Shirky (2011), Recuero (2009) e Martino (2014).

O ADVENTO DA WEB 2.0 E O INÍCIO DA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Com a evolução das tecnologias, o mundo presenciou uma revolução digital através da *internet*, que passou a ser um dos meios de comunicação mais usados pela população. A *internet*, que teve na sua fase inicial da Web 1.0, com páginas estáticas e sem interatividade, não era atraente nem estava disponível para a grande massa da população. Com os avanços tecnológicos, ela se reinventou, corrigindo erros e apostando em novas ferramentas, passando a ser chamada de Web 2.0, apresentando

uma forma criativa de fazer com que o público pudesse interagir com a mídia. No meio dessa reinvenção, os outros tipos de mídia também precisaram se adaptar a esse novo formato, e a revista foi um deles. O site TecMundo (2008) explica o seguinte:

O “2.0” indica uma nova versão da internet, um novo capítulo, novos rumos para a grande rede. O objetivo é fornecer aos navegantes mais criatividade, compartilhamento de informação e, mais que tudo, colaboração entre eles, fazendo com que esses navegantes tomem parte nesta revolução (TECMUNDO, 2008).

A partir da Web 2.0 foi iniciada uma cultura chamada por Jenkins (2008) de cultura da convergência que, para o autor, a partir desse processo o papel do produtor e consumidor se convergiam, isto é, ficava cada vez mais próximos. O público passava a construir o produto. Esse processo, de acordo com Jenkins (2008), foi dividido em cinco formas diferentes:

Transmídia: Esse conceito foi estabelecido para aqueles consumidores que buscam saber algo mais sobre determinado conteúdo, a comunicação é feita em diversos meios, mas todas vão completando-se e aumentando as referências da história. Um exemplo desse tipo de situação são os filmes que disponibilizam livros para que o consumidor possa se aprofundar ainda mais na história.

Inteligência coletiva: esse conceito caracterizava o sujeito que se aliava a outro sujeito para aumentar a potencialidade de uma concepção. Um exemplo dessa situação ocorre quando um leitor de determinado livro uni-se a outro indivíduo/leitor, também do mesmo livro para juntos decifrar os segredos do livro.

Crossmídia: esse conceito é a repetição da mesma mensagem em diferentes meios da comunicação, aumentando o potencial de alcance.

Economia efetiva: foi o conceito para denominar quando a mídia passa a comercializar seus produtos. Fazendo uma relação com o consumidor e, ao mesmo tempo, divulgando o seu conteúdo através do seu público.

Cultura participativa: esse conceito, que também será base teórica deste artigo, explicado por Jenkins como grupos que se auto-organizavam e iniciavam mobilizações em torno de algum tema que os uniam.

A mudança que a Web 2.0 trazia permitiu o surgimento de diversos tipos de redes sociais, no ambiente virtual, fazendo com que fosse possível toda essa interação até então desconhecida. Isso ocasionou um avanço na forma de comunicação: a

interlocução não poderia mais ser feita apenas pelo formato tradicional, era preciso reinventar-se e ter um diálogo com o leitor. O conteúdo em pauta pode mudar seu público e seu status social subir ou cair uma vez que se estabelece ao satisfazer alguma demanda essencial, ele continua a funcionar dentro do sistema maior de opções de comunicação (JENKINS, 2008).

Diante disso, a Web 2.0 permitiu não só a quebra de barreiras, como também se tornou ferramenta de propagação de voz do indivíduo, unindo diversos tipos de pensamentos em prol de amplificação de suas causas.

A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO

O início do processo da comunicação interativa não foi um processo rápido. Afinal de contas, ainda estamos adaptando-nos com esse novo método de comunicação. Durante muitos anos a televisão reinou no processo comunicacional, tendo grande parte da população voltada a todo instante para os seus canais. A TV foi por longas datas uma atividade social da população, transformando-se numa grande atração e cativando cada vez mais o público. Com isso, a grande mídia encarregava-se de divulgar poucos pontos de vista alternativos, uma vez que a população dificilmente poderia ter acesso a outras fontes de informação, o que a impedia de ter acesso a outros modos de pensar. Esse processo gerou uma grande acritica em parte significativa da população que, por não ter acesso a outras narrativas ou a um conjunto maior de informações, apresentava baixo conteúdo crítico.

Com o surgimento da *internet*, outra alternativa começava a ser criada para aqueles que sentiam a necessidade de propagar suas ideias perante os grandes discursos midiáticos. O tempo de ócio, antes gasto na frente da TV, passou a ser utilizado para reivindicar demandas. Grupos passaram a planificarem-se para discutir temas e lutar em prol de suas contestações. Shirky (2011) destaca o momento em que foi anunciado que Plutão não seria mais considerado um planeta do sistema solar. A partir do surgimento dessa notícia, diversos internautas passaram a editar na Wikipédia as informações sobre Plutão com justificativas de que ele não era uma rocha e sim planeta. O autor explica da seguinte forma:

As pessoas editavam furiosamente o artigo para explicar a alteração proposta no status de Plutão, e os editores mais comprometidos discordavam entre si sobre como caracterizar a mudança. Durante a conversa, eles atualizaram o texto -

contestando partes dele, frases e até a escolha de palavras - até transformar a essência do artigo de "Plutão é o nono planeta" em "Plutão é uma rocha de formato estranho, com uma órbita de formato estranho, no limite do sistema solar (SHIRKY, 2011 p. 17).

Assim como no caso de Plutão, outro momento também de participação no Wikipédia foi quando os fãs do seriado *Lost*⁵ criaram a “LostPédia” que passaram a divulgar todas as notícias referentes ao seriado, constituindo uma verdadeira enciclopédia para os fãs.

No Brasil, esse tipo de interação passou a ganhar mais força em 2013, quando milhares de pessoas foram às ruas em protestos contra o aumento das passagens. As manifestações que tinham como uma das principais organizações o Movimento Passe Livre (MPL) destacava-se por realizar suas convocatórias através das redes sociais. Os protestos que inicialmente ocorriam apenas na cidade de São Paulo tomaram uma proporção enorme e passaram a ocorrer nas principais cidades brasileiras. Depois disso o protesto veio a ter diversos tipos de pautas e diariamente novos protestos eram marcados pela internet. Reia e Varon (2014) apontam a mudança nas mídias depois desses protestos em 2013:

Ficou evidente, a partir dos protestos de 2013, que as mídias sociais tiveram papel fundamental na organização, coordenação e evolução das manifestações. Os protestos foram frequentemente anunciados em eventos do Facebook, informações in loco foram coletadas de vários tweets divulgados pelos manifestantes, e reflexões e análises pós-evento foram difundidas por meio de publicações em blogs e redes sociais (MIZUKAMI, REIA; VARON, 2014, p.65).

Em 2015, o Brasil voltava às ruas por novas convocatórias nas redes sociais, dessa vez, o movimento liderado por grupos como “Vem Pra Rua” e “Movimento Brasil Livre” (MBL) pediam o *impeachment* da Presidenta Dilma Rousseff (PT) e passaram a realizar diversas manifestações em todo o país. Nos dois anos os protestos tiveram êxitos. No primeiro caso as passagens foram reduzidas e no segundo caso a Presidenta Dilma Rousseff teve o pedido de *impeachment* acatado.

Shirky (2011) aponta também um protesto iniciado nas redes sociais na Coreia do Sul devido ao problema da carne bovina vendida pelos Estados Unidos. Os protestos que começaram de forma tímida tomaram proporções gigantes ao ponto de ser um dos

⁵ Série americana criada por Damon Lindelof, J.J. Abrams com Matthew Fox.

melhores protestos sociais da história do país. As redes sociais foram bastante utilizadas em forma de divulgação dos atos de violência cometidos pelo Governo em combate às manifestações, elas também se mostraram um significativo espaço alternativo, uma vez que a grande mídia não oferecia o devido espaço aos manifestantes. O autor explica o ato da seguinte forma:

Em maio daquele ano, quando os noticiários informaram que a carne dos Estados Unidos voltaria ao mercado coreano, cidadãos do país fizeram protestos públicos no Cheonggyecheon Park, uma área verde no centro de Seul, capital da Coreia. A forma de protestar foi utilizando vigílias à luz de velas, depois das quais muitas pessoas passavam a noite no parque. Esses protestos tiveram vários aspectos característicos, um dos quais a longevidade: em vez de arrefecer, eles duravam várias semanas. Houve uma questão de escala: embora as demonstrações tivessem começado pequenas, chegaram a milhares e finalmente, a dezena de milhares. No início de junho, eram as maiores na coreia desde os protestos de 1987. (SHIRKY, 2011, p. 32)

Shirky (2011) destacou pontos fundamentais para a amplitude nas mídias. O autor classificou esse formato de compartilhamento como:

Pessoal: esse compartilhamento iniciava-se por indivíduos sem prévia organização, o ato de compartilhar era espontâneo. Esse tipo de perfil tende a ser o que mais tem participantes.

Público: o compartilhamento público consegue carregar uma grande interatividade devido a esse valor ser considerado aquele que aborda lutas que buscam facilitar a vida pessoal.

Cívico: esse valor é utilizado para as grandes manifestações, pois é dele que nasce a luta por uma sociedade melhor.

Comum: surgem quando grupos estão dispostos a ajudarem-se, isso faz com que haja uma necessidade maior de interação que os outros, por entender que é preciso a realização em grupo. Esse tipo de valor será aprofundado neste artigo para exemplificar o combate ao uso do jogo Baleia Azul.

A PROPAGAÇÃO DO JOGO DA BALEIA AZUL ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais trouxeram bastante inovação para uma nova comunicação, mas com ela trouxe seus riscos pela alta exposição e o grande número de usuários sem identificação. Eisenstei e Estefenon (2011) diziam o seguinte sobre esse avanço e riscos:

Da mesma forma que a internet é usada para discutir temas importantes na sociedade, aproximando opiniões de pessoas distantes, também reflete o trabalho de pessoas com motivação ilegal ou criminosa. Crianças e adolescentes curiosos e impulsivos por natureza e sem informações sobre perigos das redes, não adivinham quem se esconde por trás de um apelido charmoso. (EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana, 2011)

Em 2015, na Rússia, uma jovem russa chamada Rina Pelenkova, teria tirado a vida ao se jogar na frente de um trem. Essa menina teria feito uma postagem, em sua rede social, minutos antes do assassinato, com a legenda “adeus”.

A postagem triste da garota tornou-se um *meme*⁶ na Rússia. Isso fez com que pessoas estudassem a história da garota e concluíssem que Rina compartilhava diversos *posts* relacionados à depressão e suicídios. Esse fato contribuiu para o diagnóstico de que a garota estava presente em diversos grupos de suicídios e um desses grupos era chamado de “Wake me Up Ar 4:20”, que na tradução seria “me acorde às 4:20”, que para alguns especialistas essa é a hora mais comum para se cometer suicídio.

O jogo também ficou conhecido como “Baleia Azul” em alusão às baleias que encalham e, muitas vezes, morrem. E nesse jogo, os participantes teriam que cumprir uma série de desafios como: cortar-se, andar em locais perigosos, entre vários desafios, e por fim, o último desafio era cometer o suicídio. No geral eram realizados 50 desafios, alguns contendo repetições.



Figura 1 Desafio de desenhar uma baleia no braço cortando a pele (Acervo Pessoal do Autor)

⁶ O termo “meme” foi criado em Richard Dawkins, em seu livro *The Selfish Gene*, em 1976, onde ele explica que determinadas informações podem se multiplicar no cérebro. Na internet, ele é usado para apontar uma ideia que viraliza rapidamente.

A partir daí, foi observado que nesses grupos, a garota russa não era vista como um *meme*, mas sim, como uma referência para os participantes. A história que parecia fantasiosa cresceu e tomou grande proporção até o momento que foi divulgado uma listagem de pessoas que apresentaram casos de suicídio relacionado aos desafios do jogo.

Em 2017, o caso tomou proporção mundial, devido à falsa divulgação de que a polícia russa teria publicado uma nota para as escolas assegurando que diversos adolescentes iriam se suicidar, e esse texto veio a viralizar nas redes sociais, tornando-se uma corrente⁷. Esse boato popularizou o jogo, à medida que se acirraram as investigações.

Despertadas pela curiosidade, as pessoas procuravam cada vez mais entrar nos desafios da Baleia Azul. Com a intensificação de acessos, foi possível descobrir os mecanismos utilizados para atrair participantes ao jogo. A participação no desafio é realizada através de um convite de um “curador” que são as pessoas que lhe colocam dentro do jogo, esse convite é feito através das redes sociais, como o *Facebook* e *WhatsApp*. A cada desafio realizado o jogador teria que enviar uma foto do desafio cumprido para o “curador”.

A partir disso, foi possível detectar os locais onde esses jogadores estavam e realizar uma análise mais aprofundada da investigação. O Brasil⁸ não ficou de fora da lista e foi diagnosticado que a maioria dos participantes tinha uma média de idade de 10 a 16 anos.

O FACEBOOK COMO AGENTE DE COMBATE AOS PROBLEMAS SOCIAIS: PÁGINA BALEIA ROSA

Partimos do precipício da teoria do compartilhamento de conceito comum de Shirky (2011), em que grupos organizam-se para compartilhar notícias em prol de combates às questões sociais. Diante disso, fez-se uma análise na página da Baleia Rosa, que é uma forma de combate aos desafios da Baleia Azul.

⁷ Corrente: Mensagens virais na internet que são compartilhadas diversas vezes em prol de uma causa

⁸ Matéria falando sobre o avanço da Baleia Azul no Brasil. Disponível em: <<https://goo.gl/0whihB>> Acesso em: 20/04/2017

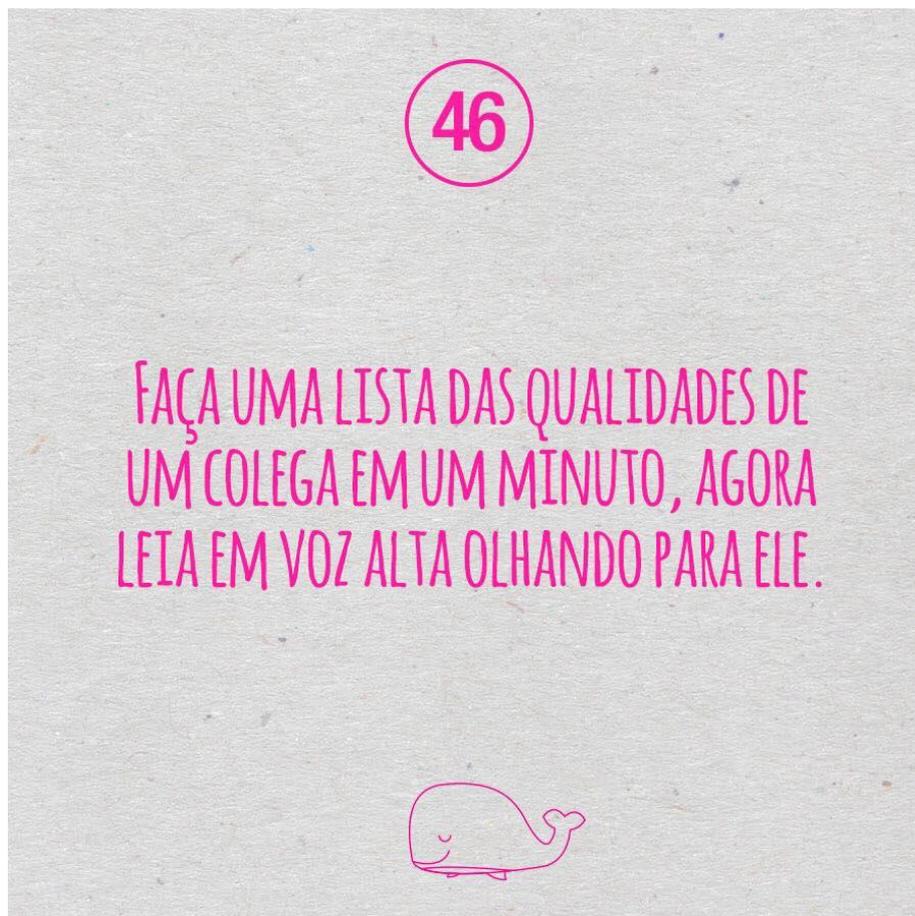


Figura 2 Um dos desafios proposto pelo jogo da Baleia Rosa (Acervo Pessoal do Autor)

Com o slogan “Acreditamos que todos têm a capacidade de ajudar outras pessoas e construir o bem” a Baleia Rosa também conta com uma série de desafios utilizando 50 opções.

Até o momento da pesquisa, a página no *Facebook* já contava com 265.865 curtidas, em menos de um mês desde a sua criação. Além de divulgar desafios positivos a página também virou um espaço para que as pessoas pudessem ajudar a si mesmas ao relatar problemas pessoais.

No dia 28 de abril/2017, pudemos observar o depoimento⁹ de uma jovem que passa pelo problema da depressão. Após o comentário da garota, jovens voluntariamente iniciaram uma série de mensagens de apoio para a adolescente. Além disso, a página da Baleia Rosa também se faz presente no debate e busca um diálogo para que tudo possa ser resolvido. É válido ressaltar, que além das redes sociais, outros

⁹ Comentário na página Baleia Rosa <<https://goo.gl/Me2XhL>> Acesso em: 20/04/2017

grupos ajudam-se, como é o caso do Centro de Valorização da Vida (CVV¹⁰), que através de ligações o indivíduo tem a oportunidade de desabafar. O diferencial das redes sociais fica pela chance de mais pessoas interagirem e testemunharem suas vitórias em forma de apoio.



Figura 3 Relato de jovem na página da Baleia Rosa (Acervo Pessoal do Autor)

Fica evidente a participação do leitor através desses espaços que permitem que um sujeito possa buscar o auxílio de outro, partindo disso, o compartilhamento comum faz com que as pessoas possam sentir-se à vontade para realizar um desabafo, que até então, estava preso só para si. Mostrando que as redes sociais, apesar da grande exposição, é um espaço possível de diálogo aberto para resolver grandes problemas sociais e/ou pessoais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

¹⁰ Centro de Valorização da Vida, fundado em São Paulo em 1962, é uma associação civil sem fins lucrativos, filantrópica, reconhecida como de Utilidade Pública Federal em 1973. Presta serviço voluntário e gratuito de apoio emocional e prevenção do suicídio para todas as pessoas que querem e precisam conversar, sob total sigilo.

As novas vertentes apresentadas nas redes, com o aparato das novas tecnologias, apresentaram uma nova maneira de interação. Assim, foi possível eliminar as grandes fronteiras que impediam a comunicação ser mais ampla e disseminar seu conteúdo para o ciberespaço. Além disso, foi possível ir bem mais além, e através desse poder de alcance, ter um poder de voz para que pautas populares fossem temas relevantes.

Neste artigo, foi possível diagnosticar que esse avanço tem uma grande amplitude que pode ser usada tanto para o lado positivo quanto negativo. Embora os dois tenham poder de confrontarem-se, como agentes de escolhas por diversos tipos de públicos no ciberespaço.

Portanto, conforme o aparato teórico de Shirky, Jenkins além de outros, é evidente que a cultura da participação é capaz de unir grupos para discutir os mais diversos temas e com o poder do compartilhamento reverter situações do cotidiano, que antes, não era possível ser feita com a mesma amplitude.

REFERÊNCIAS

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. **A Internet e a Rua: Ciberativismo e Mobilização nas Redes Sociais**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2013.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BENETTI, Márcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (org). **Metodologia de Pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008;

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009;

EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana. **Geração Digital: risco das novas tecnologias para crianças e adolescentes**. Revista Hospital Universitário Pedro Ernesto. 2011, Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://goo.gl/wULMNd>>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

LE MOS, A. Ciberultura. **Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**, Sulina, Porto Alegre. 2002.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ciência da Informação, Brasília, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. São Paulo: Vozes, 2012.

MIZUKAMI, Pedro N.; REIA, Jhessica; VARON, Joana. **Mapeamento da Mídia Digital no Brasil**. Ago. 2014. Disponível em:

PALACIOS, M. **Revista Latina-americana de Jornalismo**: Âncora. João Pessoa. 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SHIRKY, Clay. **Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Luan Barbosa. **Guerra de fãs: Disputa de identidades dos admiradores de cantoras pop**. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2015, Natal-RN. **Comunicação e Cidade Espetáculo**, 2015.

UGARTE, David de. **O Poder das Redes**. Porto Alegre: Ed. EdiPUCRS, 2008.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.