

Posto logo existo: um estudo sobre notícias que viram entretenimento nas redes sociais.¹

Gabriel de Medeiros VAZ²
Francisco Carlos MALTA³
Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho intenta mostrar a forma como os brasileiros, de modo geral, lidam com assuntos de interesse público, que podem representar melhorias ou retrocessos para a sociedade e acabam por se tornarem entretenimento espetacularizados ou falsos na *web* 2.0. Como metodologia, o conceito de espetáculo de Guy Debord e foram utilizados autores específicos com trabalhos voltados para a cultura das mídias, assim como um monitoramento em redes sociais e jornais diários. Foram analisadas páginas do Facebook que fazem paródia de políticos, e outras que fazem o humor da era digital com referências desse meio particular, em um paralelo com páginas relacionadas à educação.

Palavras-chave: Cibercultura, Espetáculo, Fake News, Redes Sociais.

Introdução

A tecnologia, com a etimologia do grego *techne* (técnica) e *logos* (razão), é o que o homem consegue criar, com ajuda ou não da natureza, para facilitar sua vida em todos os campos; sendo assim: a roda, um tênis, uma roupa, um óculos, qualquer forma técnica com uma razão de diminuir a limitação da espécie humana no ambiente em que vive é tecnologia. Desde o seu surgimento até os dias atuais, muito se modificou e se solidificou. Afinal, para o bem ou para o mal, muito desta tecnologia tem realizado um efeito deturpado na formação de uma sociedade plural.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 5 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior - XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá, e-mail: gabrieldemedeirosvaz@gmail.com

³ Roteirista de cinema e TV. Doutorando na Universidade Estadual do Estado do Rio de Janeiro. Professor nos cursos de Cinema, Direito e Jogos Digitais na Universidade Estácio de Sá. Professor nos cursos de Jornalismo, Publicidade e Direito do Ibmecc/RJ, e-mail: chicomalta@gmail.com

Os efeitos que todo aparato tecnológico trouxe são inegáveis, mas as consequências que as transformações midiáticas trazem, ainda não sabemos ao certo.

E quando esse avanço chegou ao nível da internet, ao ciberespaço:

[...] é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

Apesar da rapidez na troca de mensagens e acesso a informação, a *web 2.0* ao mesmo tempo que pode com o conteúdo científico sobre os mais diversos temas, expandir o aprendizado, pensamento e conhecimento das pessoas, trouxe também a facilitação, simplificação e anestesia do pensamento. Iremos nos debruçar nesse segundo modo de interação que se faz claro em diversos momentos.

Já tendo passado mais de uma década do “boom” da internet, com aproximadamente 63,6% dos lares brasileiros com acesso, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)⁴. É nítido que quando ocorrem os assuntos de repercussão nacional, muitos indivíduos, em seus perfis virtuais, praticam algo como que uma necessidade de participar em postagens para que não sejam vistos como alienados ou fora dos temas virais, porém essa falsa ideia participativa de debate pode significar a própria alienação ou opinião pautada em pensamentos de outrem, não necessariamente os chamados influenciadores, pode ser um amigo ou uma página que se segue, por exemplo. Sintoma, também, de um país com poucos leitores, o que resulta em muitas pessoas, por falta de autonomia de pensamento, precisarem esperar posicionamento de outros para então segui-los. E não precisa esperar muito pois os perfis ativos não querem ou talvez não possam ficar para trás nos assuntos de momento.

Isso tem o potencial de desagregar e aumentar a polarização que já existia antes do ciberespaço. Antes a polarização tornava diferentes, pessoas nos espaços públicos, hoje, com as redes sociais, quando afasta no campo das ideias, afasta quem já está distante

⁴ IBGE: Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/mais-de-63-dos-domicilios-tem-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml> .Acesso em 20/03/2018

fisicamente. O que faz com que os indivíduos reconheçam mais suas diferenças do que suas semelhanças e favorece a intolerância, sem argumentos embasados.

Se fizermos uma linha histórica no ocidente, constataremos que antes do advento da imprensa, a co-presença tinha “[...] como consequência a reunião de indivíduos num mesmo lugar, ela tem essencialmente um caráter dialógico.” (THOMPSON, 2002, p. 114). Portanto era necessário diferente tipo de disposição para debate do que nos dias de hoje, com um dispositivo que pode caber na mão, através da internet. Esse processo foi demorado e possível somente com o avanço tecnológico dos meios de comunicação que exige mais rapidez dos profissionais de jornalismo.

Espetáculo nas redes

O homem contemporâneo é cada vez mais impelido ao espetáculo, a se mostrar e a um narcisismo que se reflete nas redes sociais. Posto logo existo. A exposição e utilização em massa dos perfis nas redes sociais é mais um efeito dessa vontade de ser visto do que causa das mudanças de relações nesse começo de século XXI.

Na era em que se vive, a comunicação não se resume a televisão, rádio e mídia impressa. A internet se torna cada vez mais insinuante nas sociedades modernas e, assim como os meios de comunicação anteriores, pauta comportamentos e modos de pensar.

Um universo imagético se torna cada vez mais presente e fazendo parte do real. Guy Debord, em sua obra *A Sociedade do Espetáculo*, já enxergou essas questões: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” (DEBORD, 2003, p. 14). Essa reflexão foi deixada por Debord em 1967, dois anos antes do advento da ARPANET, que foi o embrião da internet e era usada pelo governo dos Estados Unidos para minimizar falhas em redes informáticas. Desde então esses espetáculos são mais proeminentes. Eles não se resumem a fotografias postadas nas redes sociais, ele é também qualquer estímulo visual e até os comentários dos usuários, uma vez que um comentário é imagem na tela do dispositivo utilizado.

Vejam os casos da nadadora Joanna Maranhão que, ao se posicionar contra o impeachment de Dilma Rousseff, sofreu perseguição e críticas em seu perfil no Facebook por sua derrota nas Olimpíadas Rio 2016, misturando seu desempenho enquanto atleta com suas preferências políticas.

Figuras 1 e 2 – Comentários na página de Joanna no Facebook



Fonte: Capturado do Facebook, em 20/03/2018

Debord (2003) chama a atenção ao fato de que ao passo que o espetáculo avança, se torna o real, uma realidade muitas vezes ‘de mentira’.

As imagens fluem desligadas de cada aspecto da vida e fundem-se num curso comum, de forma que a unidade da vida não mais pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* reflete em sua própria unidade geral um pseudo mundo *à parte*, objeto de pura contemplação. A especialização das imagens do mundo acaba numa imagem autonomizada, onde o mentiroso mente a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo. (DEBORD, 2003, p. 8)

A deputada federal Cristiane Brasil, que foi nomeada Ministra do Trabalho e em seguida teve a posse suspensa pela Justiça Federal por ter sido condenada em ações trabalhistas de ex-funcionários, para se defender, escolheu um barco em um local que subentende uma vida de luxo, na companhia de pessoas sem relação com as acusações, se dizendo injustiçada. A inversão completa em todos os sentidos ganhou repercussão nas redes sociais e em todos os canais da imprensa. Uma vez mais a imagem da deputada saiu manchada, visto que o vídeo foi entendido como um escárnio da autoridade para com a sociedade. Vale ressaltar que neste caso a mancha construída na imagem da deputada deve-se somente a mesma, tanto em relação ao vídeo, quanto em relação às questões de causas trabalhistas envolvendo seu nome.

Figura 3 – Imagem da deputada no barco



Fonte: Capturado do YouTube, em 30/03/2018

O Facebook é uma empresa com seu funcionamento na base de algoritmos, o que significa que o perfil de cada usuário é meticulosamente avaliado por um sistema que, de acordo com seus cliques, suas pesquisas e suas interações, lhe entrega seus interesses ideológicos. Segundo Pariser (2012), esses mecanismos “criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejamos seguir” (PARISER, 2012, p. 14). Bem como os interesses de consumo “O espetáculo é o capital a um tal grau de acumulação que se toma imagem.” (DEBORD, 2003, p. 20), criando as bolhas digitais, o que para Pariser:

[...] transforma inevitavelmente o mundo que vivenciamos, determinando o que vemos e o que não vemos. Ela interfere na inter-relação entre nossos processos mentais e o ambiente externo. Em certos casos, pode atuar como uma lente de aumento, sendo muito útil quando queremos expandir a nossa visão sobre uma área específica do conhecimento. No entanto, os filtros personalizados podem, ao mesmo tempo, limitar a variedade de coisas às quais somos expostos, afetando assim o modo como pensamos e aprendemos. (PARISER, 2012, p. 77).

Então, a bolha dos filtros contribui para a polarização e pode prejudicar a construção de uma sociedade mais responsável e ética, mesmo que no universo virtual.

Interesses em maior e menor escala

Pierre Lévy considera que a internet representa grande estágio evolutivo da espécie humana “o desenvolvimento do ciberespaço é o passo mais recente da evolução

cultural/biológica e é a base de futuras evoluções” (LÉVY, 2004, p. 158), enquanto Umberto Eco que viu muito mais reprodução nas redes do que um espaço de boas ideias semeadas, discorda. Durante cerimônia, em 2015, para receber o título de doutor honoris causa em comunicação e cultura, na Universidade de Turim, o italiano disse que “as redes sociais deram direito a palavra uma legião de imbecis antes restritos às mesas de bar” acrescentando “Normalmente, eles [os imbecis] eram imediatamente calados, mas agora eles têm o mesmo direito à palavra de um Prêmio Nobel”

Algumas páginas do Facebook serão usadas, para constatarmos através de análise quantitativa, que páginas de humor da era digital (Quadro 1), que postam memes majoritariamente, têm maior número de seguidores, conseqüentemente maior alcance do que páginas de educação (Quadro 2). Tentaremos então entender como funciona essa balança, reconhecendo que é um campo novo na ciência e que ainda precisa de muitos estudos. Levando em consideração, também, que existem usuários que seguem uma página para estar antenado no pensamento de determinada pessoa ou grupo por motivos pessoais ou profissionais, ainda assim os números de seguidores são expressivos.

Quadro 1

Páginas de memes	Seguidores
Pobre fazendo pobreza	9.708.141 (13/04/2018)
Humor Engraçado	8.509.100 (31/03/2018)
Humor Critico	4.049.746 (31/03/2018)
Uerj da depressão	69.841 (31/03/2018)

Fonte: elaborado pelo autor, com base na pesquisa.

Quadro 2

Páginas sobre educação	Seguidores
Não fechem minha escola	231.094 (13/04/2018)
Universidade do Estado do Rio de Janeiro	64.620 (31/03/2018)
Pezão abandonou minha escola	19.641 (31/03/2018)
Movimento Educação Democrática	5.073 (13/04/2018)

Fonte: elaborado pelo autor, com base na pesquisa.

Ressaltando o fato de que a página oficial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), que está precarizada e com diversos programas de pesquisa reconhecidos prejudicados, tem menos seguidores (64.620) do que a “Uerj da depressão” (69.841) no que pode ser mais um sintoma de que o ensino público, mesmo em nível superior, não é levado da forma como deveria ou de que as pessoas estão preferindo fazer piada da UERJ por conta do momento de descaso do poder público.

Outro caso recente é a série O Mecanismo, produzida pela Netflix, que causou polêmica ao trocar frases faladas entre figuras da política. O PT (Partido dos Trabalhadores) de Dilma Rousseff, foi um dos mais prejudicados com a situação, fato que fez com que pessoas de esquerda pedissem cancelamento em massa e boicote à Netflix. Ainda assim, uma das páginas de paródia da ex-presidente, a Dilminha (4.393.040 de seguidores em 30/03/2018), dias depois, fez essa postagem fazendo alusão ao fato de muitos jovens passarem boa parte do tempo assistindo ao serviço de *streaming* online.

Figura 4 – Meme na página Dilminha



Fonte: Capturado do Facebook, em 30/03/2018

Outra página em referência a petista é ‘Dilma Bolada’, que tem o selo de confirmação do Facebook de que é “autêntica para esta figura pública” e tem a seguinte descrição: “Sou linda, sou diva, sou Presidenta Eleita. Sou Dilma!!!” e tem 1.755.087 de seguidores. Indicativo de como o humor pode imperar na política nacional.

O julgamento das redes sociais

Se por um lado a tecnologia uniu o homem e transformou o século em um segundo na internet, por outro lado a mesma tecnologia se vê mediante um tribunal nas redes sociais. Todo este advento trouxe proximidades e distâncias. O palco para debate se formou e a sociedade se vê diante do excesso de informação. Um levantamento realizado pelo jornal O Globo apresentou a construção das *Fake News* (notícias falsas). Sim, é possível comprar uma notícia falsa. Tornou-se um mercado. Segundo o periódico, por R\$349,80 é possível comprar dois mil *likes* e dez mil seguidores.⁵ A questão é que o conceito de verdade sempre esteve em discussão ao longo da história do Jornalismo e funciona como um telefone sem fio, um boato que se espalha e sofre um acréscimo ou outro ao longo da divulgação. No entendimento de Kapferer (1993), o boato ou a expressão “ouvi dizer” podem ser considerados a mídia mais antiga do mundo, pois existe antes mesmo do registro da escrita.

A cultura de convergência (2008) alterou a forma que o indivíduo se relaciona com a mídia lhe ofertando um poder até então desconhecido. Santaella (2013) destaca que as redes sociais possibilitam aos indivíduos este poder de geração de conteúdos mesmo que deturpados.

Instauraram assim, uma cultura participativa, onde cada um conta e todos colaboram, portanto, uma cultura integrativa, assimilativa, cultura da convivência que evolui de acordo com as exigências impostas pelo uso dos participantes. É uma cultura em que seus membros creem que suas contribuições importam e desenvolvem determinado grau de conexão social com o outro, de modo que tem grande relevo aquilo que os demais pensam ou se supõe que pensam sobre o que cada um cria, por mais insignificante que seja. (SANTAELLA, 2013, p. 45)

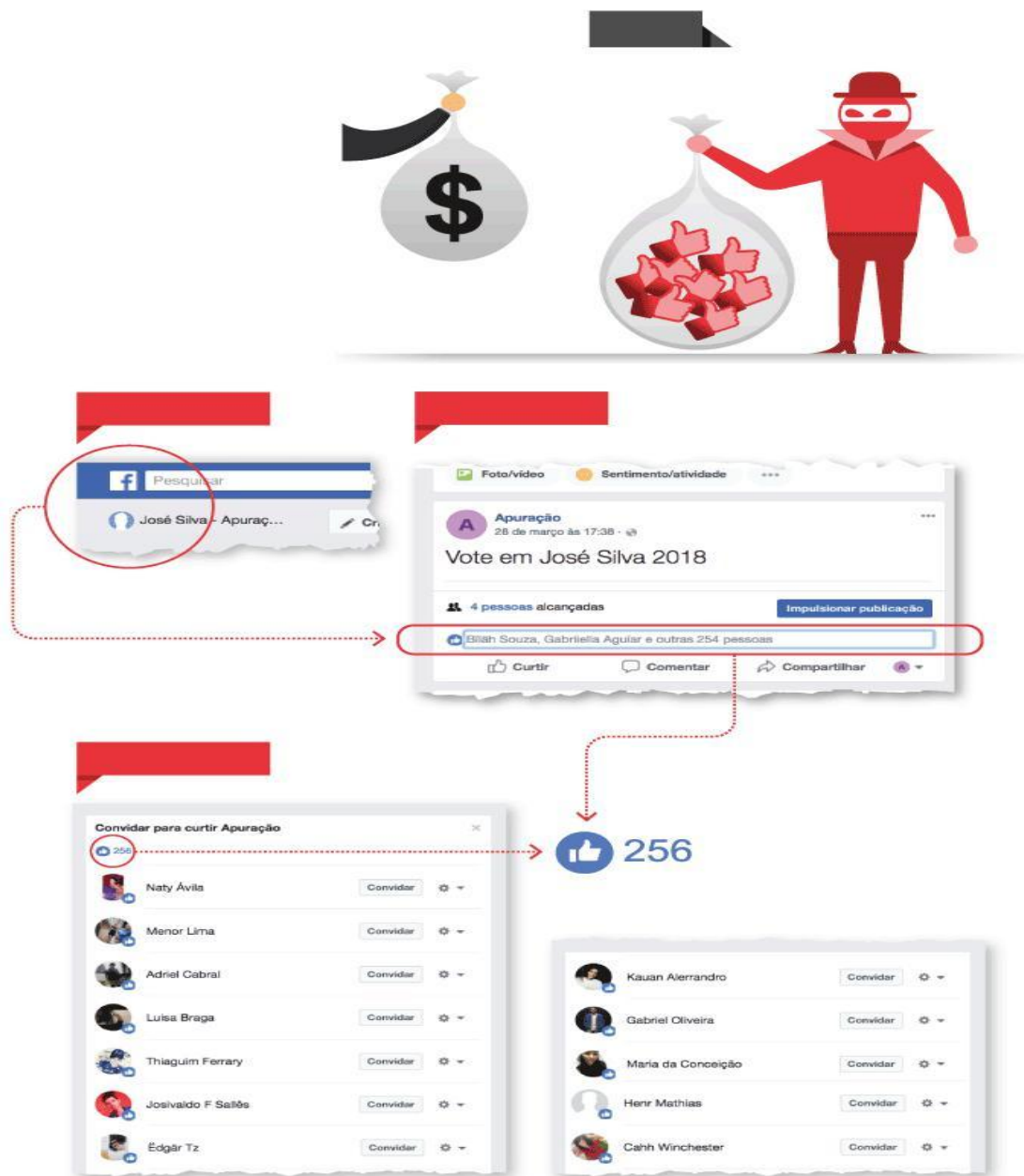
A visão oferecida por Santaella nos faz perceber também como os discursos são direcionados para determinada zona de interesse. A guerra de ideologia e disseminação

⁵ Fake News-O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/globo-testa-funcionamento-de-compra-de-curtidas-nas-redes-sociais-22543959>. Acesso em 01/04/2018

se multiplica em cada post como uma verdade absoluta. Parte disso é fruto da própria ignorância em não saber estabelecer um raciocínio mínimo sobre determinados fatos.

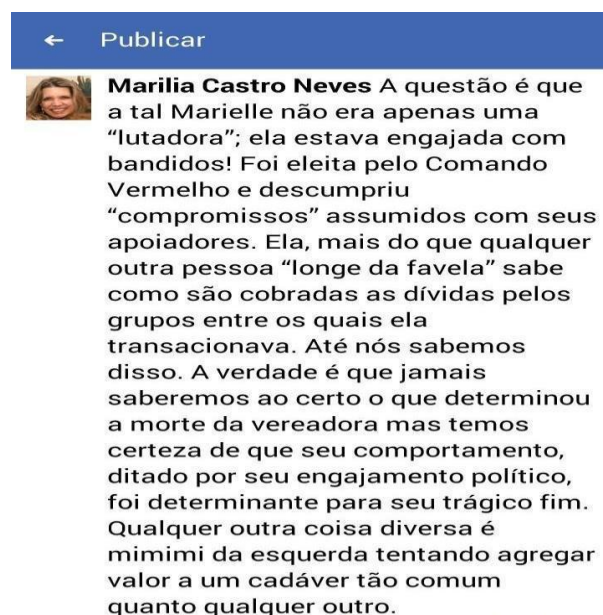
Fenômeno deste milênio, o conceito de *Fake News* abrange as notícias falsas que não seguem critérios normativos e não resultam de apuração jornalística e se restringe a pura invenção, ou melhor, cria-se uma ficção em torno de tal informação.

Figura 5 – Representa a situação das *Fake News*



E o que dizer quando as *Fake News* surgem de personalidades que deveriam dar o exemplo no processo de investigação e sem nenhum constrangimento divulgam um post com informações falsas? O caso da vereadora Marielle Franco, executada na cidade do Rio de Janeiro, no dia 14 de março de 2018, reacende essa discussão com uma postagem da desembargadora Marília de Castro Neves. Uma voz legitimadora tem o poder de passar credibilidade nas informações, mas não foi essa a opção da autoridade em questão. A referida noticiou uma *Fake News* e deu por encerrado o assunto. Mesmo se retratando posteriormente, esse primeiro impacto fica.

Figura 6 – Comentário da desembargadora no Facebook



Fonte: Capturado de O Globo, em 01/04/2018

Bauman trouxe o conceito de relações líquidas e o mesmo afirma que “diferentemente dos ‘relacionamentos reais’, é fácil entrar e sair dos ‘relacionamentos virtuais’. Em comparação com a ‘coisa autêntica’, pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, compreender e manusear.” (BAUMAN, 2004, p.12-13). A assertiva de Bauman vai ao encontro desta liquidez em tempos de redes sociais e tribunais sem juiz. Tudo é transformado em premissas falsas. O que é líquido se transforma em sólido, principalmente, em relação as *Fake News*, o que deforma e altera a percepção do que o indivíduo tem da verdade.

Algumas agências fazem esforços para que o *fact-checking* seja disseminado pela rede. Além de apurar os *Fake News*, fazem checagem responsável contribuindo para que usuários também tenham esse cuidado. São exemplos: e-farsas, Agência Lupa e Agência Pública que conceitua o *fact-checking* em seu site “é uma checagem de fatos, isto é, um confrontamento de histórias com dados, pesquisas e registros.”⁶

Considerações Finais

É preciso mais transparência sobre o funcionamento das redes sociais para que os usuários saibam com que ferramenta estão lidando para que estes mecanismos não sobreponham o próprio pensamento e a liberdade de expressão não seja ilusória.

Em um mundo cada vez mais dinâmico e interligado pela internet, é necessário mais seriedade por parte dos usuários e paciência para que a imprensa, que tende a evoluir nesse processo ainda recente “Com a sofisticação dos processos de seleção de informação e avaliação de fontes, a reputação será o grande divisor de águas entre o curandeiro da notícia e profissionais de jornalismo de alto nível” (RECH, 2017, p. 45), possa fazer seu papel de apurar e noticiar os fatos relevantes com o tempo que precisar, para que não se cometa erros que comprometam a moral de pessoas vivas ou não. Desse modo, é importante que o compromisso com a verdade, premissa do jornalismo, esteja presente também na consciência dos cidadãos/internautas, moldando então uma cibercultura mais colaborativa em que os indivíduos possam confiar mais uns nos outros independentes dos próprios meios de comunicação de massa e não façam de uma informação um espetáculo.

O momento crítico nas esferas: social, política e econômica do país exige mais responsabilidade ainda para que não sejam disseminados o humor na tragédia e as notícias falsas que só fazem denegrir imagens e confundir quem as consome.

O que devemos observar é se a ética avançou no mesmo grau que a tecnologia, uma vez que os indivíduos têm uma tendência de se voltar a si, e pode inflar isso com o isolamento dos outros considerando estar próximo por poder interagir integralmente na *web*.

⁶ Fact-checking. Disponível em: <https://apublica.org/2017/08/o-que-e-fact-checking/> Acesso em 13/04/2018

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro Zahar, 2004

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Versão Eletrônica. Coletivo Periferia, São Paulo, 2003.

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

KAPFERER, Jean Noël . **Boatos: a mais antiga mídia do mundo**. Tradução de Ivone da Silva Ramos Maya. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da. **A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2004.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RECH, Marcelo. **Uma chance para o otimismo**. *Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review*, São Paulo, p. 42-45, Jan./Jun. 2017

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.