

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
TERRITORIALIDADES**

MARCELA TESSAROLO BASTOS

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO EM
GRUPOS *ON-LINE*: ÉTICA E INFORMAÇÃO NO *UTILIDADE*
CAPIXABA – ES – UP NO FACEBOOK**

Vitória

2016

MARCELA TESSAROLO BASTOS

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO EM
GRUPOS *ON-LINE*: ÉTICA E INFORMAÇÃO NO *UTILIDADE*
CAPIXABA – ES – UP NO FACEBOOK**

Dissertação apresentada na Universidade Federal do Espírito Santo, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, na linha de pesquisa Comunicação e Poder, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. José Antonio Martinuzzo

Vitória

2016

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil)

B327r Bastos, Marcela Tessarolo, 1976-
Redes sociais digitais e o desafio da comunicação em grupos
on-line : ética e informação no Utilidade Capixaba–ES–UP no
Facebook / Marcela Tessarolo Bastos. – 2016.
139 f. : il.

Orientador: José Antonio Martinuzzo.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) –
Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes.

1. Redes sociais on-line. 2. Facebook (Rede social on-line). 3.
Comunicação. 4. Ética. 5. Territorialidade humana. I. Martinuzzo,
José Antonio, 1970-. II. Universidade Federal do Espírito Santo.
Centro de Artes. III. Título.

CDU: 316.77

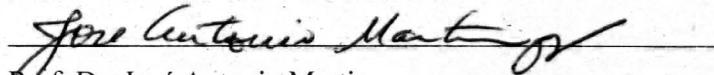
MARCELA TESSAROLO BASTOS

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO EM
GRUPOS ON-LINE: ETICA E INFORMAÇÃO NO UTILIDADE
CAPIXABA – ES – UP NO FACEBOOK**

Dissertação apresentada por Marcela Tessarolo Bastos ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, linha Comunicação e Poder, do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo.

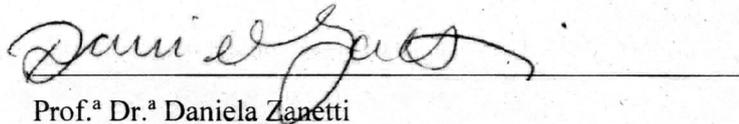
Vitória, 24 de agosto de 2016.

COMISSÃO EXAMINADORA



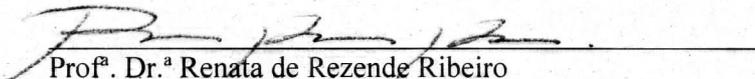
Prof. Dr. José Antonio Martinuzzo

Orientador
Universidade Federal do Espírito Santo



Prof.^a Dr.^a Daniela Zanetti

Universidade Federal do Espírito Santo



Prof.^a Dr.^a Renata de Rezende Ribeiro

Universidade Federal Fluminense

Aos que cruzaram comigo pelo caminho, obrigada. Todos, sem exceção, trouxeram aprendizado e, de algum modo, me conduziram até aqui. Agradeço ao meu orientador, José Antonio Martinuzzo, pela dedicação, empenho e luz nos momentos mais desafiadores; e aos professores do mestrado e colegas de turma pelas ricas discussões e ensinamentos. Em especial, agradeço o apoio irrestrito do meu marido Frederico, do nosso primogênito Pedro e da pequena Beatriz, que acompanha, ainda na barriga, os momentos finais desta sonhada conquista.

“Sonhava-se com a aldeia global.
Estamos na torre de Babel.”

Dominique Wolton (2010)

RESUMO

Esta dissertação analisa as trocas informacionais e os desafios da comunicação em grupos *on-line* das redes sociais digitais. Isso porque, na sociedade midiaticizada em rede, o cidadão comum passou a produzir e distribuir conteúdo, fato que alterou o fluxo da comunicação. Empiricamente, elegemos como objeto de pesquisa o grupo no Facebook Utilidade Capixaba – ES –UP. Para o estudo, realizamos ampla revisão teórica, coletamos dados por meio de etnografia, entrevistamos o mediador do grupo, realizamos pesquisa com seus membros, analisamos as postagens de acordo com os princípios éticos elencados por Comparato (2006) e seguimos o passo a passo da análise de discurso proposto por Orlandi (2012). Concluímos que, ao mesmo tempo que informa em tempo real e conecta os membros do grupo com as discussões do dia na internet, as redes sociais digitais também são uma rede de serviços, de reverberações e de boatos, trazendo a questão ética da solidariedade, da liberdade, da igualdade e da segurança e suas consequências para o debate. A maioria dos membros ainda tem um comportamento passivo, apesar de enxergar como principal vantagem desses espaços a busca por cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas.

PALAVRAS-CHAVE: Redes digitais; Facebook; comunicação; ética; territorialidade.

ABSTRACT

This research analyses the informational exchanges and the communication challenges in online groups of digital social networks. In network mediatized society, ordinary citizen started to produce and distribute contents and this fact changed the communication flow. To analyse the flow of information, the communication interfaces and the ethics in these spaces with a strong territorial identification, we elected Utilidade Capixaba – ES – UP, a Facebook group, as the object of research. For the study, we did an extensive literature review, we researched data through ethnography, interviewed the mediator of the group; we also conducted the research with its members, we analysed posts according to the ethical principles described by Comparato (2006) and we followed step by step the discourse analysis proposed by Orlandi (2012). We concluded that digital social networks provide information in real time and connects members of the group through daily discussions on the internet. At the same time, there is a space of services, reverberations and hoaxes, bringing ethical principles such as solidarity, freedom, equality, security and all the implications involved in order to debate some issues. Most members still have a passive behavior, although they foresee the main advantages of these spaces in search of active citizenship and to be able to write and disseminate information and different opinions.

KEYWORDS: Digital networks; Facebook; communication; ethics; territoriality.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 – VIDA EM REDES	25
1.1 – Técnica	25
1.2 – Tecnologia digital e nova sociedade	28
1.2.1 – <i>Novas relações territoriais e de poder</i>	31
1.3 – Cotidiano midiático	35
1.3.1 – <i>Surgimento e alargamento da esfera pública</i>	40
1.4 – Comunicação em rede	43
1.4.1 – <i>Facebook</i>	48
2 – ÉTICA E COMUNICAÇÃO	53
2.1 – A ética como mediação	53
2.2 – A alteridade impositiva	58
2.3 – A comunicação como desafio	62
2.3.1 – <i>Boato como discurso na ação digital</i>	65
3 – ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO UTILIDADE CAPIXABA – ES – UP	74
3.1 – Apresentação, história e gerenciamento.....	74
3.2 – A ética desse espaço colaborativo	84
3.2.1 – <i>Boatos midiáticos</i>	95
3.2.2 – <i>Pesquisa com membros do grupo</i>	105
3.3 – Análise ética e os desafios da comunicação no grupo	109
CONCLUSÃO	114
REFERÊNCIAS	120
ANEXOS	125

INTRODUÇÃO

A comunicação mudou. E foi atuando no mercado de trabalho que testemunhamos tudo acontecer. Fazemos parte da geração que vivenciou o início da mudança no *modus operandi* dos processos jornalísticos e comunicacionais nas últimas décadas. Formada em 1999 em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), somos contemporâneas da instalação dos primeiros computadores no laboratório do curso de Comunicação Social.

Já na redação, atuando como repórter da então editoria de Cidades, no Jornal A Gazeta, em 1999, ainda trabalhávamos em computadores com a tela de interface preta. Logo depois, todos os jornalistas receberam treinamento para usar um *software* desenvolvido para redações de jornais, o Good News, que até hoje é utilizado por lá.

E foi ainda na Rede Gazeta¹ que observamos o estranhamento e os primeiros passos de mudanças gerenciais, a partir do momento em que os jornalistas deixaram de ser os detentores da informação, únicos credenciados como emissores, dividindo esse lugar crucial à comunicação social com os utilizadores da internet. O ciberespaço foi ganhando importância no jornalismo diário e nas estratégias de comunicação das empresas com seus públicos.

Já atuando na Comunicação Empresarial da Rede Gazeta, participamos ativamente da criação da primeira intranet do grupo, que tinha o objetivo de modernizar e

¹ Fundada em 1928 com o jornal A Gazeta, a Rede Gazeta atualmente se apresenta como o maior grupo de comunicação do Espírito Santo, com 18 negócios em comunicação. Historicamente, a família Lindenberg detém o controle acionário da empresa desde 1948, quando o então governador do Espírito Santo, Carlos Lindenberg, do Partido Social Democrático (PSD), em seu primeiro mandato (1947-1951), pediu a um empresário amigo, Alfredo Alcure, para comprar o jornal em seu nome. O antigo dono, o fazendeiro Eleosipo Cunha, tinha engajado o jornal na campanha política da União Democrática Nacional (UDN) e, após derrota da UDN, colocou o jornal à venda, mas se recusava a vendê-lo para o partido rival. Como acionista majoritário, Carlos Lindenberg foi Senador (1951-1959), novamente Governador do Espírito Santo (1959-1962) e, ainda, retornou ao Senado (1967-1975). Foi o último cargo eletivo de um membro da família Lindenberg. Em todos esses anos, a Rede Gazeta se profissionalizou, cresceu e, atualmente, é formada por 18 negócios em comunicação. São quatro emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo, TVs Gazeta, Gazeta Sul, Gazeta Norte e Gazeta Noroeste; dois jornais impressos, A Gazeta e Notícia Agora; três portais de notícias, Gazetaonline, G1 ES e Globo Esporte ES, sendo estes dois últimos afiliados à Rede Globo; um portal de anúncios *on-line*, o Classificados; um acervo de fotos jornalísticas, o Agência AG; sete rádios, Gazeta AM, Litoral FM (Grande Vitória), CBN, Litoral Colatina, Litoral Linhares, Gazeta FM e 770 AM Cachoeiro. Cf. LINDENBERG NETO et al, 2008; www.redegazeta.com.br. Acesso em: 6 jul. 2016.

melhorar ainda mais a comunicação com os funcionários. O projeto foi nossa monografia da pós-graduação *lato sensu* Comunicação, Tecnologia e Gestão da Informação, da Faculdade Cândido Mendes de Vitória, no início dos anos 2000.

Em 2005, após especialização em *Gabinetes de Comunicación en Empresas e Instituciones*, na Universidad Complutense de Madrid, planejamos, apuramos, escrevemos e editamos o primeiro site institucional ampliado da Rede Gazeta. Antes, apenas um tímido *template* na internet, dentro do portal Gazeta Online, tinha informações sobre o grupo de comunicação. Estrategicamente, as empresas passaram a ter um canal institucional direto com o público externo.

Em 10 anos, o crescimento exponencial das redes sociais na internet mudou drasticamente a maneira de se comunicar com seus públicos estratégicos. O receptor, que antes tinha tímidas intervenções via seção Cartas do Leitor ou com ligações telefônicas à redação, teve seu lugar de fala ampliado com a popularização da internet e das redes sociais em todo o país.

A busca pela participação ampliada nas empresas da mídia tradicional, não só no Espírito Santo mas em todo o Brasil, seguiu-se com chancelas “Pauta do Leitor” em reportagens especiais; “Cidadão Repórter”, em que o leitor atuava em reportagens como jornalistas; “Eu Aqui”, seção que publica conteúdo enviado pelos internautas; entre tantos outros. As redações se tornaram multimídia em todo o país.

Já em 2012, em coordenação de Jornalismo na Prefeitura de Vila Velha, na Região Metropolitana da Grande Vitória, pessoalmente tivemos mais contato com as redes sociais na internet. Na época, o município de Vila Velha era a prefeitura no Brasil com mais curtidas em sua página no Facebook e as interações na web pautavam o cotidiano da Secretaria Municipal de Comunicação.

No ano seguinte, atuando na Assessoria de Comunicação da Chocolates Garoto², a estratégia de marketing da empresa era fortemente ancorada nas redes sociais na

² A Chocolates Garoto foi fundada em 1929 pelo imigrante alemão Henrique Meyerfreund. No início era uma empresa de balas, cujo nome era H. Meyerfreund e Cia. As primeiras balas eram vendidas por meninos, em tabuleiros, nos pontos de bonde da cidade de Vila Velha (ES) e assim logo

internet. No planejamento de comunicação, as diversas equipes alinhavam o conteúdo para diferentes públicos e objetivos: comunicação interna, imprensa, blogueiros, marketing, pontos de venda e redes sociais na internet. A comunicação era em rede.

Na Copa do Mundo da FIFATM, como apoiadora nacional, a empresa divulgava que era a maior *fan page* de alimentos do país. Com isso, as trocas comunicacionais eram intensas. O canal no Facebook, de mão dupla. Era preciso saber ouvir e interagir com esse novo consumidor, que não aceitava qualquer resposta. As redes sociais na internet ganharam importância e faziam parte da estratégia, assim como a assessoria de imprensa.

Foi na Garoto que conhecemos o grupo no Facebook Utilidade Capixaba – ES – UP³, objeto empírico escolhido para a presente pesquisa. Ao mesmo tempo que o grupo divulgava pautas fidedignas, positivas e negativas, também era uma rede de boatos. Cabe ressaltar que os temas sobre a empresa eram divulgados por cidadãos comuns, não partiam de fontes oficiais, ganhavam atenção da imprensa e reverberavam entre os consumidores. Tornava-se difícil o controle e mapeamento da disseminação da informação. Os muros se tornavam porosos, na modernidade líquida de Bauman (2007).

Mas esse tipo de grupo em site de redes sociais não era um privilégio capixaba. Em maio de 2014, um caso chamou a atenção de todo o país. A dona de casa Fabiane Maria de Jesus foi linchada por populares, e morreu no hospital dois dias depois, após ser confundida com uma acusada de crime, a partir da circulação de falso

passaram a ser chamadas balas “Garoto”. Ao receber herança dos pais, em 1934, Henrique investiu em maquinário e, dois anos depois, ampliou as instalações e passou a fabricar chocolate, no local onde até hoje está o parque industrial da Garoto. Ao longo de décadas, a família Meyerfreund transformou a empresa em uma potência, fabricando chocolates que caíram no gosto dos brasileiros, como o Baton, Serenata de Amor, Caixa Amarela, Talento, entre outros. Após brigas de sucessão familiar, os Meyerfreund venderam a Garoto para a multinacional suíça Nestlé, em 2002. A venda foi reprovada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), a empresa recorreu à justiça para tentar reverter a decisão e, desde então, o caso está sob juízo. Atualmente, em seu site institucional, a Garoto, cuja fábrica ainda está localizada na cidade de Vila Velha (ES), se apresenta como uma das 10 maiores fábricas de chocolates do mundo. Cf. Centro de Memória Garoto, 2009; <http://www.garoto.com.br>; <http://www.cade.gov.br/Default.aspx?79cc5dac44d92ef5004de77bd6>. Acessos em: 14 dez. 2015.

³ Cf. <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/>. Acesso em: 9 nov. 2015.

retrato falado divulgado na *fan page* no Facebook Guarujá Alerta, no bairro Morrinhos, periferia do Guarujá. O suposto retrato falado viralizou na internet, obtendo 139 comentários e 765 compartilhamentos. Na verdade, o retrato falado atribuído à Fabiane foi feito por policiais do Rio de Janeiro, em 2012. Na ocasião, uma mulher foi acusada de tentar roubar um bebê do colo da mãe⁴.

A *fan page* no Facebook Guarujá Alerta se apresentava como “uma página de fatos, acontecimentos, notícias, reclamações e sugestões do morador e turista do Guarujá”⁵. Com 58.670 curtidas em setembro de 2014, a página Guarujá Alerta era um perfil noticioso e atualmente está indisponível no Facebook.

Após a morte de Fabiane Maria de Jesus, o administrador do Guarujá Alerta disse que estava sendo linchado assim como foi a dona de casa. Ele não quis se identificar para jornalistas porque dizia estar sofrendo ameaças de morte. Ele aparentava ter 25 anos e contou apenas que não é jornalista nem tem formação acadêmica. Em entrevista, afirmou que postou sobre o boato para obter mais informações e disse que, posteriormente, chegou a negar diariamente o boato no Guarujá Alerta⁶. Após a tragédia, perdeu o emprego, mudou-se de cidade, mas voltou para o Guarujá. Ele não foi indiciado pela polícia⁷.

Partindo desse registro e dessas experiências e vivências relatadas, frutos da prática cotidiana, surgiu o interesse de dedicarmo-nos exclusivamente ao estudo científico para entender essas mudanças nos fluxos da comunicação. Intrigados pelo acontecimento do Guarujá Alerta, pesquisamos o principal exemplo desse tipo de espaço participativo no Espírito Santo, o Utilidade Capixaba – ES – UP. Importa dizer que o grupo possui o maior número de membros entre os seus pares: 139.143 membros, em 19 de julho de 2016.

⁴ Cf. <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-morta-apos-ser-linchada-pode-virar-nome-de-lei-no-congresso.html>. Acesso em: 10 out. 2015.

⁵ Cf. <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/dono-de-pagina-ajudara-a-investigar-caso-de-mulher-linchada>. Acesso em: 30 jun. 2015.

⁶ Cf. <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/05/1450848-estao-fazendo-um-novo-linchamento-comigo-diz-dono-de-guaruja-alerta.shtml>. Acesso em: 30 jun. 2015.

⁷ Cf. PETRY, André. “Mataram a mulher?” A gênese do linchamento que chocou o Brasil. Revista Veja, São Paulo, ano 49, n. 6, p. 80-88, fev. 2016.

Estudar as mudanças e controvérsias na sociedade midiaticizada, em que os usuários têm acesso às ferramentas tecnológicas e, portanto, passam a ser mais ativos e empoderados emissores de conteúdo, tornou-se de grande importância. Afinal, os fluxos de comunicação foram alterados e há a necessidade premente de entender a mudança sofrida pela comunicação de massa com o advento da sociedade em rede e da comunicação em rede. Nesse contexto, páginas e grupos no Facebook com forte identificação territorial, no caso, o Espírito Santo e sua territorialidade capixaba, são ricos para estudos sobre essas mudanças.

Como apontou Raquel Recuero (2009, p. 102), os sites de redes sociais na internet são “consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais”. A autora define sites de redes sociais como “os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet”, como por exemplo o extinto Orkut, o Facebook, entre outros.

Boyd & Ellison, citadas por Recuero, conceituam sites de redes sociais como “sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator”.

Nesse contexto, o Facebook é atualmente a rede social na internet com maior base de usuários em todo o mundo. Criado pelo americano Mark Zuckerberg quando era aluno de Harvard, a ideia do sistema era permitir criar uma rede de contatos por meio de criação de perfis e comunidades. Apenas usuários da mesma rede podem ver o perfil um dos outros.

Em todo o mundo, 1,48 bilhão de pessoas estão no Facebook⁸. No Brasil, o Facebook tem 99 milhões de usuários ativos mensais. Desses, 89 milhões são de usuários móveis ativos mensais. A própria empresa divulgou que oito em cada dez brasileiros conectados estão no Facebook.

⁸ Cf. <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>. Acesso em: 27 mai. 2016.

Para desenvolver nossos estudos, partimos da hipótese de que ao mesmo tempo que informa e empodera o cidadão comum, que busca cidadania ativa ao participar de grupos colaborativos, as redes sociais na internet também são uma rede de boatos, trazendo a questão ética da informação/desinformação, e suas consequências para o debate. A economia das trocas comunicacionais no grupo (postagens, edições, gerenciamento, etc.), a partir dessa premissa, precisa ser estudada cientificamente. Foi daí que partiu o tema da pesquisa: redes sociais digitais e o desafio da comunicação em grupos *on-line*: ética e informação no Utilidade Capixaba – ES – UP.

Buscamos entender o tipo de conteúdo que circula, incluindo a verificação da dinâmica de seus fluxos, nesses grupos colaborativos marcados pela identificação territorial. Identificar as razões que motivam a participação dos usuários, e estabelecer a forma e os objetivos de gestão e de sustentabilidade do grupo também foram objetivos almejados.

O tema possibilita diferentes tipos de abordagens. Nessa dissertação, nosso foco foi responder às seguintes questões: que tipo de informação circula num grupo fechado, em rede social na internet, marcado por identificação territorial? Qual a sustentabilidade do grupo? Por que os membros usam e participam? Como se dão as interações? Elas se dão a partir das ferramentas do Facebook? Como os mediadores gerenciam as informações do grupo? E, como principal questão: mentiras/verdades/boatos, interesse individual/coletivo – qual o padrão ético das postagens e trocas comunicacionais verificadas?

A pesquisa não poderia ter encontrado ambiência melhor para ser realizada do que o Programa de Pós-Graduação Comunicação e Territorialidades, da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). As mudanças sofridas pela sociedade em rede também afetam o entendimento de território. Há a impossibilidade de restringir a definição de território apenas ao viés geográfico, de território-zona, como observa Haesbaert (2011), só para citar o mais correto entendimento do termo.

Haesbaert, no entanto, propõe o conceito de multiterritorialidade, que é constituída de “relações sociais construídas através de territórios-rede, sobrepostos e

descontínuos, e não mais território zona” (HAESBAERT, 2011, p. 338). Para o autor, a multiterritorialidade implica a possibilidade de acessar ou conectar diversos territórios, físicos e virtuais. Portanto, acreditamos que a discussão que a presente pesquisa propõe é de grande pertinência para o programa.

Para entender o tipo de informação que circula em um grupo fechado marcado por identificação territorial, fomos buscar a metodologia mais adequada. Ainda no primeiro semestre de estudos no mestrado, lemos o livro Métodos de pesquisa para internet, de Frago et al. (2013), para buscar a melhor metodologia para a dissertação.

A etnografia⁹ nos pareceu mais adequada para compreender o campo ético na comunidade do Facebook Utilidade Capixaba ES-UP. Angrosino, citado por Frago et al. (2013, p. 36), responde por que escolher a etnografia como abordagem metodológica: “para estudar questões ou comportamentos sociais que ainda não são claramente compreendidos e ajudar o pesquisador a tomar pé da situação antes de centrar-se em questões específicas”. Kozinets, também citado por Frago et al. (2013), aponta as quatro etapas para esse tipo de estudo: o *entrée* cultural; a coleta e análise de dados; ética de pesquisa; *feedback* e checagem de informações com os membros do grupo.

E foi esse o caminho seguido em quatro etapas. Passamos a navegar diariamente no grupo Utilidade Capixaba – ES – UP para analisar, com olhar de pesquisador, os principais tipos de postagens. Na primeira etapa da pesquisa, fizemos ampla revisão teórica e coletamos dois dias de *posts* do grupo estudado, utilizando dados fornecidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), desta mesma universidade. Por meio de mineração desses dados brutos e análise de conteúdos, foi possível estabelecer as principais características de postagens, fixando padrões de *posts*, que serviram para orientar nossas observações e análise. O conteúdo foi verificado e categorizado da seguinte forma, por ordem decrescente de aparições no período inicial de nosso estudo:

⁹ Frago et al (2013) posicionam-se favoráveis pela retomada do termo etnografia após recuperação e definições de neologismos derivados da etnografia, como netnografia, etnografia digital, webnografia, ciberantropologia.

Tabela 1 – Categorias de conteúdo criadas na primeira etapa de estudo
Tipo de informação
Pedido de informação
Notícias da mídia (filtro e comentário)
Alerta/denúncia
Anúncio
Animais de estimação
Curiosidades/Entretenimento
Achados e perdidos
Desaparecidos

Paralelamente à análise de dados quantitativos, fizemos um trabalho de observação diária do grupo durante 45 dias, para confirmação do padrão das postagens e identificação de boatos divulgados. De 23 de maio de 2015 a 6 de julho de 2015, foi possível confirmar e coletar manualmente cinco casos de notícias falsas.

Pela potencial gravidade de seu eco midiático, pois, segundo Cardoso (2010), na atualidade a comunicação se faz em rede de mídias, os boatos merecem um olhar especial neste tipo de estudo. Dessa sorte, para o desenrolar da pesquisa, fixamos a categoria Boatos, que reúne os casos de falsas informações que circulam no Utilidade Capixaba – ES – UP e que geralmente trazem temas que provocam comoção e preocupação.

A foto de um casal que se passava por fotógrafos para sequestrar crianças em escolas infantis¹⁰; a foto da van que sequestra crianças¹¹; o projeto de lei de autoria do deputado federal Jean Wyllys (PSOL) para alterar trechos da Bíblia¹²; a foto de

¹⁰ Cf. <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2015/05/pesadelo-diz-mulher-apontada-na-web-como-sequestradora-de-criancas.html>. Acesso em: 26 mai. 2015.

¹¹ Cf. <http://www.defatoonline.com.br/noticias/ultimas/15-05-2015/policia-militar-esclarece-que-van-com-sequestradora-de-criancas-e-boato>. Acesso em: 26 mai. 2015.

¹² Cf. <https://www.facebook.com/jean.wyllys/photos/a.779624472085562.1073741897>.

uma criança perdida, chorando, que aguardava a localização dos pais em um bairro da periferia da Grande Vitória; e a foto de uma rachadura na Segunda Ponte, que liga a capital Vitória às cidades de Vila Velha e Cariacica, causaram grande repercussão, chamaram atenção da imprensa e eram simplesmente boatos.

A experiência nos mostrou que os *posts* que originaram os boatos eram apagados pelos gestores do grupo. Nota-se que, nesses casos, o administrador da página retira do ar o *post* inicial e mantém as repercussões. Os próprios membros postam a informação correta no grupo. Uma das postagens, de 4 de julho de 2015, diz:

Esta foto está exaustivamente sendo compartilhada em toda rede. As pessoas que compartilham dizem que se trata da 2ª Ponte (Vitória a Cariacica e Vila Velha). Na verdade esta foto é da ponte Rio a Niterói, no Rio de Janeiro. Pessoal, antes de sair compartilhando informação por aí, pesquise antes, busque a informação correta¹³.

Na verdade, a rachadura é um vão necessário em pontes de grandes dimensões. O caso da criança que estava perdida em um bairro da Grande Vitória ocorreu no interior do Maranhão e a mesma já está com os pais. “E tinha gente q postava dizendo q estava na casa de um amigo, conhecido, em Barcelona, em Sto Antônio (Vix), em Porto Canoa, ou seja, agindo de má-fé¹⁴”, diz *post* de 30 de junho de 2015, citando nomes de bairros da Grande Vitória.

Ficou evidente o desafio de aprofundar as abordagens metodológicas qualitativamente. Buscamos um caminho em Muniz Sodré (2014, p. 191). Para o autor, estão saturados os “estudos comunicacionais limitados aos usos e às perspectivas dos instrumentos das práticas de comunicação/informação”.

Para Sodré, essa abordagem não leva em conta a complexidade da comunicação. Ele também critica as abordagens sistêmicas, que enxergam apenas as máquinas, deixando de lado o indivíduo e sua capacidade de reinterpretar e reelaborar os contextos.

163566147024734/903578019690206/?type=1. Acesso em: 17 jun. 2015.

¹³ Cf. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=851473194934909&set=gm.960553837316461&type=1>. Acesso em: 4 jul. 2015.

¹⁴ Cf. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1632597413622549&set=gm.958321420873036&type=1>. Acesso em: 30 jun. 2015.

Para uma ciência da comunicação humana, o autor propõe juntar a “questão moderna à velha noção de *communicatio*¹⁵ para designar a coesão social sob o ângulo de uma transcendência, que é a do diálogo entre os deuses e os homens” (SODRÉ, 2014, p. 191). Diálogo como fazer ponte entre diferenças/diálogo, como categoria ética

Nessa linha de argumentação, acreditamos que a imersão do pesquisador, com coleta manual, traria esse desejado aprofundamento qualitativo à pesquisa, uma análise mais detalhada dessas interações, desse diálogo e da ética que ali se constitui. Assim, não usamos supercomputadores e *big data* (grandes dados) para a pesquisa para não perder a experiência de vivenciar as interações em tempo real.

Vale ressaltar que os grandes dados nos ajudaram a ter noção da quantidade de postagens feitas no grupo diariamente, mas isso foi apenas o ponto inicial. “Trata-se de privilegiar (analogicamente, metaforicamente) as conexões – primeiramente entre as teorias e depois entre estas e os fenômenos – por parte do observador, embora sem as demonstrações algébricas” (SODRÉ, 2014, p. 306).

Seguimos para a segunda etapa da pesquisa, já com as leituras de referência bibliográfica que possibilitaram melhor análise dos dados. Por meio de um mês falso (primeira semana de outubro de 2015, segunda semana de novembro, terceira semana de dezembro e quarta semana de janeiro de 2016), coletamos manualmente 40 postagens diárias e aleatórias do grupo por meio de imersão do pesquisador, totalizando 1.120 postagens.

Acreditamos, embasados nos dias coletados no Labic e na observação diária do pesquisador, que a amostra representa 20%, em média, das postagens do grupo. O conteúdo foi cuidadosamente categorizado para ser possível a identificação de um padrão de postagem. Confirmamos as categorias criadas na primeira fase e criamos

¹⁵ “A *communicatio*, assim como a comunicação, não é transmissão de informações nem diálogo verbal, e sim uma forma modeladora (organização de trocas reais) e um processo (ação) de pôr diferenças em comum, sem que processo e ação possam considerados como arbitrários (de livre-escolha) por parte dos indivíduos” (SODRÉ, 2014, p. 193).

mais seis: Solidariedade, Comunicação política, Religião, Elogio, Enquete e Gerenciamento do grupo.

Além disso, para verificar a sustentabilidade do grupo e suas formas de gerenciamento, a entrevista em profundidade com o administrador do grupo nos pareceu primordial na terceira etapa de investigação. Para identificar os administradores, foi preciso um trabalho de apuração jornalística. Por imersão no grupo, identificamos os perfis “Marco Aurélio” e “João Lopes” como gestores. “Marco Aurélio” identifica-se como CEO (sigla em inglês para identificar o *chief executive officer*, ou seja, o principal executivo) do Utilidade Capixaba – ES – UP. No dia 22 de setembro de 2015, enviamos uma mensagem *inbox* para o perfil “Marco Aurélio” solicitando a entrevista. Não houve retorno.

Na mesma data, identificamos no perfil “João Lopes” dois amigos em comum com a pesquisadora. Trata-se de dois jornalistas: um editor e um repórter. Enviamos mensagem *inbox* para o repórter, que ficou de entrar em contato com os responsáveis e nos dar retorno. No mesmo dia, fomos informados de que os administradores do grupo iriam conversar e analisar se nos atenderiam ou não.

No dia seguinte, 23 de setembro, voltamos a insistir pela entrevista por meio do repórter, informando que estávamos nos dedicando exclusivamente ao mestrado, sem vínculos com empresas, e que o interesse era acadêmico. Logo depois, recebemos *inbox*, no Facebook, nome e telefone celular de um administrador não percebido no grupo. Pediram para entrarmos em contato imediatamente. Ligamos para o número de telefone enviado, mas ninguém atendeu.

Em 24 de setembro, enviamos mensagem via rede social WhatsApp nos apresentando e solicitando a entrevista. Tivemos retorno positivo em 14 minutos. Conversamos sobre o melhor dia e o administrador informou nos primeiros minutos de conversa os dias que tinha audiência à tarde e os dias em que atendia clientes pela manhã. Ficou claro que se tratava de um advogado, informação confirmada pelo próprio no dia da entrevista em profundidade. Marcamos para o dia 2 de outubro, às 13h30, na Ufes.

O administrador chegou pontualmente, trajando terno e gravata. Após os cumprimentos, ele justificou o traje dizendo que precisava ir ao município da Serra, também na Grande Vitória, ainda naquela tarde, a trabalho. Em mãos, cópia de promoção ministerial, do Ministério Público Federal, que manifesta pelo indeferimento da petição inicial ou pela extinção do processo, sem resolução do mérito, de processo contra o Twitter e contas nessa rede social de restaurante e lanchonete, em Goiás, que divulgavam informações sobre blitz de trânsito.

Além disso, trouxe cópia da decisão judicial que retirou o então grupo do Facebook Cidadão Capixaba – ES – UP do ar, em 2012 (Adiante, explicamos a conexão entre esses dois grupos). Os documentos nos foram entregues. A entrevista rendeu conversa, com áudio gravado de 54m18s, e está detalhada no terceiro capítulo, que explicamos mais à frente.

Por fim, na quarta etapa de busca de material empírico, para pesquisar os motivos que atraem a participação das pessoas, o método escolhido foi uma pesquisa quantitativa, postada no grupo, de 13 a 27 de maio de 2016. Durante 15 dias, postamos diariamente no grupo o link para o questionário feito no site Survey Monkey, acompanhado de texto, diferente a cada dia, que incentivava a participação. Obtivemos a participação de 111 respondentes. A enquete foi distribuída segundo a lógica da técnica metodológica “bola de neve”, em que um participante acaba envolvendo outro, criando-se uma cadeia de respondentes.

A presente dissertação foi estruturada em três capítulos. Antes de apresentá-los, importa ressaltar que o referencial teórico coloca em diálogo autores de diferentes tempos e até mesmo com ideias dissonantes em algum ponto do conjunto de suas obras. De toda sorte, é importante entender que os conceitos são atemporais e a reunião de pensamentos convergentes, importantes para entender determinado fenômeno, não deve ser impedida por dissonâncias pontuais na trajetória de cada um.

Após esse importante parêntese, apresentamos o primeiro capítulo, intitulado Vida em redes, que é embasado em referencial teórico sobre a temática. Problematiza a técnica, em Martin Heidegger; a Cibernética, de Nobert Wiener; e a Cibercultura, em

André Lemos. Traz a sociedade em rede, de Manuel Castells; e conceitos de rede de autores de diferentes campos do conhecimento. O capítulo também mostra as mudanças que a sociedade em rede trouxe para os conceitos de território e territorialidade, sob a ótica de Rogério Haesbaert, Claude Raffestin e Milton Santos, e aborda o tipo de poder peculiar nas trocas de comunicação/informação, segundo Michel Foucault.

O cotidiano e os sujeitos ordinários, a midiaticização desse cotidiano, com o cidadão comum como emissor de conteúdo, também é abordado, com autores como Agner Heller, Michel de Certeau, Vera França e Roger Silverstone. Historicamente, o capítulo também situa a passagem da Idade Média para a modernidade, o surgimento da esfera pública e seu alargamento com o decorrer dos anos, com Jürgen Habermas e Dominique Wolton.

Também contextualiza a passagem da sociedade disciplinar para a sociedade de controle, com Michel Foucault e Gilles Deleuze. Os autores compõem os alicerces para a análise do *bios* midiático ou *bios* virtual que, segundo Muniz Sodré (2014, p. 252), são expressões para definir a nova forma de vida, “feita de fluxos de imagens e dígitos, que reinterpretam continuamente com novos suportes tecnológicos as representações tradicionais do real”.

Assim, chegamos na comunicação em rede, com Gustavo Cardoso; as redes sociais na internet e a cultura da participação, com Raquel Recuero, Lucia Santaella, Clay Shirky. Os estudos de recirculação midiática e o impacto nas empresas de mídia tradicionais são discussões e abordagens que também serão tratadas nesse primeiro capítulo, com autores como Alex Primo, Gabriela Zago e João Canavilhas.

Fechando o primeiro capítulo, as facilidades de comunicação do Facebook são problematizadas com o controle por meio de seus algoritmos, que une os iguais, separa as diferenças, o que gera risco de criação de comunitarismos.

O segundo capítulo, intitulado “Ética e Comunicação”, trata desses temas que estão intimamente interligados. Isso porque a ética, segundo Chauí (2008), é o conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade, o acordo que permite a convivência entre

os seres humanos. Já a comunicação é a principal forma organizativa da sociedade, de acordo com Sodré (2014).

Nesse sentido, Marcondes (2007, p. 9) contextualiza a ética e diz que ela “diz respeito diretamente à nossa experiência cotidiana”. O autor traz o significado da palavra ética, que remete ao “conjunto de costumes, hábitos e valores de uma determinada sociedade ou cultura”.

Aristóteles (2015) nos dá pistas éticas e nos incentiva a buscar o bem, a virtude. Para ele, há a virtude intelectual, que se aprende por meio de ensino/aprendizagem; e a virtude moral, que resulta do hábito. Aristóteles (2015, p. 54) nos aconselha a buscar o meio-termo das coisas. “Em todas as coisas o meio-termo é digno de elogio, uma vez que os extremos não são nem corretos, nem louváveis, mas ao contrário, censuráveis”. Assim, para o autor, a virtude é um meio-termo entre dois vícios e essa escolha depende de nós. Para Aristóteles, o homem é autor e é responsável por suas ações, sejam elas boas ou vergonhosas.

Comparato (2006, p. 520-521) dialoga com Aristóteles e identifica normas universais de comportamento baseadas na dignidade da pessoa humana, fundamento de toda a vida ética, paradigma supremo da vida social. A partir disso, a verdade, a justiça e o amor são princípios cardeais mais objetivos que “desdobram-se e especificam-se nos princípios de liberdade, igualdade, segurança e solidariedade”.

Importa destacar que abordaremos o conceito de ética, ou seja, o acordo que permite a convivência, para responder questões como: para que serve a ética? Como ela atravessa a vida? Mentiras/verdades/boatos, interesse individual/coletivo – qual o padrão ético das postagens no Utilidade Capixaba – ES – UP?

Nessa alteridade impositiva, chegamos em Hannah Arendt (2014) e a divisão das atividades humanas em trabalho (a própria vida biológica), obra (o artificialismo, a mundanidade da existência) e ação (essa, exercida diretamente entre os homens). Essa última atividade nos interessa em profundidade porque trata-se do pluralismo, da ação em conjunto, da vida política que atravessa todos os aspectos da condição humana, portanto, da ética aí construída.

Aqui vamos dialogar com Wolton (2010) e as questões relacionais e éticas envolvidas na construção das interfaces comunicacionais. O autor traz esses princípios para o campo da comunicação e argumenta que o desafio do século XXI é “organizar a convivência pacífica entre pontos de vista contraditórios num mundo onde cada um vê tudo e quer conservar sua identidade e sua liberdade de expressão”. Para o autor, “a comunicação é o aprendizado da convivência” (WOLTON, 2010, p. 87-88).

Na mesma linha de pensamento, Muniz Sodré (2014) traz a comunicação como a principal forma organizativa da sociedade. Assim, os seres humanos são comunicantes porque há um comum a ser partilhado. Para isso, é necessário se relacionar e “organizar mediações simbólicas”.

Nesse comum a ser partilhado em uma sociedade conectada à internet, com abundância de informação, Wolton (2010) chama a atenção para os crimes, manipulações e boatos que ali circulam livremente. Assim, chegamos a Kapferer (1993) que traz o boato como a mais antiga mídia do mundo e o define como informação ainda não-confirmada por fontes oficiais. Nesse sentido, as informações circulantes em um grupo de rede social na internet são, potencialmente, boatos. O capítulo segue com a discussão de boato sob a ótica de Renard (2007) e Reule (2008), ambos com estudos contemporâneos ao ambiente digital.

Partindo de uma análise macro, referenciada por teóricos e pesquisadores, chegamos ao micro, ao objeto empírico. Assim, o terceiro capítulo traz as considerações sobre ética no Utilidade Capixaba – ES – UP, a partir dos resultados obtidos por meio dos diferentes procedimentos metodológicos já apresentados, e ainda por intermédio dos estudos das trocas comunicacionais, por meio da análise de discurso de Orlandi (2012).

Para Orlandi (2012, p. 21), “não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos”. Assim, os discursos só fazem sentido em um contexto histórico e dão sentido a uma realidade.

Importa destacar que o Utilidade Capixaba – ES – UP é um grupo fechado e reúne a maior quantidade de membros dentre os seus similares, como informado anteriormente: 139.143 membros, em 19 de julho de 2016. Para ser seu membro, é preciso solicitar ao administrador do grupo. Após ser aceito, qualquer membro pode postar, curtir, comentar e compartilhar. O território não é anárquico. Há mediação e os comportamentos considerados indevidos são punidos com a exclusão da postagem ou do grupo.

Fazendo um resgate histórico via imprensa, descobrimos que, antes chamado Cidadão Capixaba – ES - UP¹⁶, o grupo foi retirado do ar por determinação da Justiça em 2012, a pedido do então delegado de Delitos de Trânsito do Espírito Santo, Fabiano Contarato, pois alguns membros informavam os locais das blitzes da Lei Seca. O grupo foi criado novamente com novo nome, Utilidade Capixaba. Em 2013, houve novo pedido de retirada do ar, acatado na Justiça¹⁷. O grupo foi criado de novo, passou a se chamar Utilidade Capixaba – ES - UP, e, atualmente, uma de suas regras é não informar os locais de blitzes de trânsito. Como bem se percebe, a questão ética sobre limites de circulação midiática de conteúdos e suas consequências legais e sociais está colocada desde a origem do grupo em estudo.

Evidenciando a participação desses grupos baseados na circulação de informação no cotidiano das pessoas, inclusive no jornalismo, em seu trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social – Jornalismo, Beatriz Marcarini (2014) mostra que o Utilidade Capixaba – ES – UP pauta o principal portal de notícias do Espírito Santo, o Gazeta Online¹⁸, um dos veículos da Rede Gazeta, grupo de comunicação do Espírito Santo com 18 negócios, entre eles, quatro emissoras de TV afiliadas da Rede Globo¹⁹.

¹⁶ Cf. <http://g1.globo.com/espirito-santo/noticia/2012/08/justica-do-es-decide-retirar-pagina-que-divulga-blitze-em-rede-social.html>. Acesso em: 28 nov. 2015.

¹⁷ Cf. http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2013/07/noticias/cidades/1454093-justica-determina-ao-facebook-que- retire-pagina-de-grupo-do-ar.html. Acesso em: 2 jul. 2015.

¹⁸ Cf. <http://gazetaonline.globo.com/>. Acesso em: 2 jul. 2015

¹⁹ Cf. <http://www.redegazeta.com.br/a-empresa/>. Acesso em: 6 jul. 2016.

O Gazeta Online também está no Facebook e possui 334.605 pessoas, conforme apuramos em 19 de julho de 2016²⁰. A metodologia utilizada por Marcarini constou de entrevistas qualitativas com quatro profissionais do portal e acompanhamento das páginas do grupo colaborativo do Facebook e das capas do Gazeta Online durante seis meses de 2014.

Antes de fecharmos a introdução, vale ressaltar que acreditamos que a presente dissertação possa ajudar a entender as mudanças nos fluxos da comunicação e a necessidade de interpretação das informações e administração das diferenças, como aponta magistralmente Wolton (2010). Só assim a sociedade chegará ao diálogo de Muniz Sodré (2014), ou seja, diálogo como ponte entre diferenças, como categoria ética.

Além disso, esperamos que a dissertação seja útil para atualização e formação de profissionais de comunicação, que necessitam entender essas mudanças para se reinventar e prestar um serviço de melhor qualidade para a comunidade. Pessoalmente, nos preparará para atuarmos como profissional e pesquisadora de comunicação com conhecimento do passado, entendimento do presente e melhor visão de futuro.

²⁰ Cf. <https://www.facebook.com/gazetaonline?fref=ts>. Acesso em: 19 jul. 2016.

1 – VIDA EM REDES

1.1 – A Técnica

Tecnologia não é algo novo, característico da contemporaneidade. Na história da humanidade, a técnica sempre existiu, sendo um produto da ação humana e evidenciando marcas das territorialidades, aqui entendidas como o processo dinâmico e contínuo de constituição da vida nos territórios os mais diversos.

Para Santos (2006), ela é reveladora da produção histórica da realidade. “As características da sociedade e do espaço geográfico, em um dado momento de sua evolução, estão em relação com um determinado estado das técnicas (SANTOS, 2006, p.111).

O autor também sugere que a técnica inspira um método unitário, afastando ambiguidades, e garante a conquista do futuro. Etimologicamente, a palavra técnica vem do grego *téchne* e indica um “determinado modo de conhecimento, que aponta para um certo saber-fazer” (HENRIQUES, 2013). Em 1953, Heidegger proferiu a conferência “A questão da técnica”, que tornou-se um texto de grande importância para quem investiga a técnica moderna. Nele, Heidegger busca compreender o vigor de realização da técnica, em vez de se concentrar nos diversos usos e aplicações dos dispositivos tecnológicos.

Heidegger se ocupa de investigar a essência da técnica, entendendo técnica como “experiência de realizar o modo de ser, de vigorar, expressa num antigo verbo alemão *wesen*, *vigir*, *vigorar*” (SCHUBACK, 2008). Heidegger questiona a técnica, propõe a busca pela sua essência e faz um alerta:

A essência da técnica também não é de modo algum algo técnico. E por isso nunca experimentaremos nossa relação para com a sua essência enquanto somente representarmos e propagarmos o que é técnico, satisfazermos-nos com a técnica ou escaparmos dela. Por todos os lados, permaneceremos, sem liberdade, atados a ela, mesmo que a neguemos ou a confirmemos apaixonadamente. Mas de modo mais triste estamos entregues à técnica quando a consideramos como algo neutro; pois essa representação; à qual hoje em dia especialmente se adora prestar homenagem, nos torna completamente cegos perante a essência da técnica (HEIDEGGER, 2007, p. 376).

Para o autor, questionamos a técnica quando questionamos o que ela é. Segundo ele, estão corretos os conhecidos enunciados que respondem que a “técnica é um meio para fins” e o outro que diz que a “técnica é um fazer do homem” (2007, p. 376). Passando do correto para o verdadeiro, em busca da essência, o autor chega ao domínio da causalidade.

Heidegger (2007, p. 378) remonta a Aristóteles e as quatro causas: a *causa materialis* (o material usado), a *causa formalis* (a forma, a figura), a *causa finalis* (a finalidade) e a *causa efficiens* (quem produz, o forjador). Para a atividade técnica, a *causa finalis* é a mais importante. “Com esse fim, a coisa não cessa, mas inicia a partir de si o que será após a fabricação”.

Nesse sentido, Milton Santos (2006, p. 36) fala que há uma idade científica da técnica, quando esta é concebida em laboratório e ainda tem importância apenas para a ciência. A idade histórica concreta seria quando essa técnica se incorpora à vida de uma sociedade. Assim, não existe uma técnica em si, mas apenas quando ela é utilizada e integrada no conjunto da vida. “Esta somente existe quando utilizada. Sem o sopro vital da sociedade que a utiliza, o que há é talvez um objeto, uma máquina, mas não propriamente uma técnica”. A web e os sites de redes sociais, incluindo o grupo em estudo, são exemplos disso, da técnica energizada pela vida.

Para Heidegger (2007, p. 380-381), “o produzir leva do ocultamento para o descobrimento. O trazer à frente somente se dá na medida em que algo oculto chega ao desocultamento. Este surgir repousa e vibra naquilo que denominamos o desabrigar”. Assim, técnica não é apenas um meio. “Técnica é um modo de desabrigar. A técnica se essencializa no âmbito onde acontece o desabrigar e o desocultamento, onde acontece a verdade”. A técnica moderna também é um desabrigar, mas o “desabrigar imperante na técnica moderna é um desafiar que estabelece, para a natureza, a exigência de fornecer energia suscetível de ser extraída e armazenada enquanto tal”. Também são maneiras de desabrigar, explorar, transformar, armazenar e distribuir.

Henriques (2013) ressalta que, na técnica moderna, o homem procura conhecer a natureza para dominá-la por completo, corrigi-la e até mesmo, substituí-la. Essa busca por controle, por domínio, levou Nobert Wiener a criar o termo Cibernética, após a Segunda Guerra Mundial, em 1948, para abarcar a ciência do controle das relações entre as máquinas e os homens, da linguagem e das mensagens “como meios de dirigir a maquinária e a sociedade”. Cibernética vem do grego *kubernetes*, ou “piloto”, a mesma palavra grega que deriva a palavra “governador” (WIENER, 1954, p. 15).

Wiener não via diferença entre a comunicação interpessoal e a comunicação com as máquinas, pois ambos geram intercâmbio de informações. Para o pesquisador,

A sociedade só pode ser compreendida através de um estudo das mensagens e das facilidades de comunicação de que disponha; e de que, no futuro desenvolvimento dessas mensagens e facilidades de, comunicação, as mensagens entre o homem e as máquinas, entre as máquinas e o homem, e entre a máquina e a máquina, estão destinadas a desempenhar papel cada vez mais importante (WIENER, 1954, p. 16).

Wiener (1954, p. 17) atribui à Cibernética o propósito de “desenvolver uma linguagem e técnicas que nos capacitem, de fato, a haver-nos com o problema do controle e da comunicação em geral” e traça um paralelo da comunicação com o funcionamento do corpo humano, já que “o homem está imerso num mundo ao qual percebe pelos órgãos dos sentidos”. Levando em conta o processo de realimentação, informação designa o “conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido”. Portanto, para Wiener, a comunicação é a base de todos os fenômenos, naturais ou artificiais.

De toda a sorte, as tecnologias não ditam imperiosamente o *modus vivendi* humano, nem o curso do seu desenvolvimento suscita uma irreversibilidade sociocultural e econômica. A partir da década de 60, o surgimento de novas formas de sociabilidade dá outros rumos ao “desenvolvimento tecnológico, transformando, desviando e criando relações inusitadas do homem com as tecnologias de comunicação e informação” (LEMOS, 2003, p. 2).

Lemos (2003, p. 1) compreende como cibercultura²¹ essa forma sociocultural que surge da “relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias” originadas a partir da microeletrônica e a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70. “Antes de ser uma cultura pilotada (de *kubernetes*, cibernética) pela tecnologia”, a cibercultura é o nosso presente, é “a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais”. Para o autor, a cibercultura é consequência direta da evolução da cultura técnica moderna e defende que:

Se para Heidegger (Heidegger, 1954) a essência da técnica moderna estava na requisição energético-material da natureza para a livre utilização científica do mundo, a cibercultura seria uma atualização dessa requisição, centrada agora na transformação do mundo em dados binários para futura manipulação humana (simulação, interatividade, genoma humano, engenharia genética, etc.) (LE MOS, 2003, p. 2).

Lemos destaca ainda as novas formas de sociabilidade surgidas entre o homem e as tecnologias de comunicação e informação, fazendo a cibercultura ser marcada por variadas formas de apropriação “social-midiática da técnica”.

1.2 – Tecnologia digital e nova sociedade

A interação entre técnica e homem, modulada pelos interesses hegemônicos, acabou por definir um novo paradigma político-econômico nestes tempos de cibercultura. Em diálogo com avanços inauditos de tecnologias digitais de comunicação e informação, experimentamos há mais de meio século uma profunda reestruturação do capitalismo, caracterizada por mais flexibilidade e descentralização do gerenciamento das empresas, além de formação de redes internas e nas relações de mercado das organizações. Castells (1999) denomina essa nova forma de organização socioeconômico e político-cultural de “sociedade em rede”.

Para o pesquisador, a construção de redes, com fluxos de informação, é uma nova forma de organização das atividades humanas. “As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais

²¹ Pierre Levy (1999, p. 16) conceitua cibercultura como 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”.

de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldada por ela” (CASTELLS, 1999, p. 40).

Castells fala da ocorrência da “cultura da virtualidade real”, em que a experiência simbólica/material das pessoas é totalmente imersa em imagens virtuais, em que a aparência se torna a experiência, o “faz-de-conta vai se tornando realidade”.

Nesse contexto, a internet²² estrutura a comunicação global mediada por computadores, é a sua “espinha dorsal”. Além disso, o que caracteriza a atual revolução da tecnologia da informação não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de novos conhecimentos e formas de processamento, formando um ciclo de realimentação entre inovação e seu uso. Portanto:

As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da internet (CASTELLS, 1999, p. 69).

Nesse sentido, André Parente (2004, p. 91-92) destaca as tecnologias de comunicação e de informação como estruturantes na nova ordem mundial, em que as redes são paradigma e personagem principal das mudanças em curso. Para Parente, “pensar é pensar em rede. Isso porque “a sociedade, o capital, o mercado, o trabalho, a arte, a guerra, são, hoje, definidos em termos de rede”.

Para o pleno entendimento sobre rede, revisamos o conceito sob a ótica de alguns autores, que atuam em áreas de conhecimento diversas. Os filósofos Deleuze e Guattari (1995, p. 5) criaram o conceito de rizoma, em que qualquer ponto pode ser conectado com outro ponto. “Não existem pontos ou posições num rizoma como se

²² A internet originou-se na década de 60, na Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (Darpa), com o intuito de proteger o sistema de comunicação norte-americano de ataques nucleares, tornando-o invulnerável, já que a arquitetura de rede criada não pode ser controlada a partir de um centro. A primeira rede de computadores, chamada Arpanet, começou a funcionar em 1969 com quatro nós: Universidade da Califórnia, em Los Angeles; Stanford Research Institute, Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e na Universidade de Utah. Todos centros de pesquisa que colaboraram com o Darpa e, com acesso à rede, os cientistas passaram a usá-la para comunicações diversas. Assim, a Arpanet tornou-se a base para a “rede de comunicação horizontal global composta por milhares de redes de computadores” (CASTELLS, 1999, p. 25-26).

encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas”, em um conceito fractal, não-hierárquico, um “corpo sem órgãos”, que se espalha como “erva daninha”. Para os pesquisadores, rizoma segue o princípio da conexão, da heterogeneidade, da multiplicidade, da ruptura (metamorfose), da cartografia e de decalcomania (colagens), todas essas características são usadas para definir redes.

Nessa linha de pensamento, o físico Capra (2008, p. 20) busca nas ciências o uso do termo “redes”, datado em 1920, quando ecologistas observaram os organismos como uma rede de células interdependentes, com contínuo fluxo de energia e matéria. “Rede é um padrão comum para todo tipo de vida. Onde quer que haja vida, vemos redes”. São redes vivas e de relacionamento entre vários processos. São autogenerativas, pois se criam e se recriam, em permanente transformação e substituição de seus componentes.

Para Capra, redes sociais são redes de comunicação. Ele compara as redes biológicas com as redes sociais, pois ambas são autogenerativas, já que cada comunicação cria significados, o que gera nova comunicação, regenerando toda a rede e criando um contexto comum, a cultura.

Da geografia, vem o conceito de rede proposto por Raffestin (1993, p. 156). Para o autor, “uma rede é um sistema de linhas que desenham tramas. Uma rede pode ser abstrata ou concreta, invisível ou visível. A ideia básica é considerar a rede como algo que assegura a comunicação”.

Já o filósofo Musso (2004, p. 31) propõe que “a rede é uma estrutura de interconexão instável, composta de elementos em interação, e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento”. O pesquisador contextualiza a noção de rede como onipresente e onipotente em todas as disciplinas, seja nas ciências sociais, na física, na matemática, na economia, na tecnologia, na biologia.

Assim, o também filósofo Levy (1999, p. 15) coloca o termo ciberespaço como sinônimo de rede e o define como o “novo meio de comunicação que surge a partir da interconexão mundial dos computadores”. O autor ressalta que o termo não abrange apenas a “infraestrutura 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”.

Nesse sentido, os sociólogos Boase e Wellman (2008, p.73) analisam a transmissão de vírus em redes biológicas, computacionais e de mercado. Nas diferentes redes, a disseminação é similar. “A disseminação de viroses é influenciada ao mesmo tempo pela natureza das relações interpessoais e pela composição estrutura das redes interpessoais às quais estes elos pertencem”.

1.2.1 – Novas relações territoriais e de poder

Nesse contexto, a sociedade em rede e a cibercultura trazem mudança no entendimento de território e territorialidade que, como exposto na Introdução desta dissertação, ganham novos contornos. Haesbaert (2011, p. 343) recupera as vertentes natural, econômica, política e cultural dos conceitos de território e territorialidade e propõe, em uma perspectiva integradora, o conceito de multiterritorialidade, “resultante não apenas da sobreposição ou da imbricação entre múltiplos tipos territoriais (o que inclui territórios-zona e territórios-rede), mas também de sua experimentação/reconstrução de forma singular pelo indivíduo, grupo social ou instituição”.

Assim, a multiterritorialidade implica a possibilidade de se experimentar diferentes tipos de territórios ao mesmo tempo, seja com deslocamento físico ou virtual, pelo ciberespaço. Na mesma linha de pensamento, Lemos (2007) propõe o conceito de territórios informacionais, que:

são áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano. O acesso e o controle informacional realizam-se a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico (LEMOS, 2007, p. 14).

O grupo *on-line* Utilidade Capixaba – ES – UP, que estudamos, pode ser visto como um território digital marcado pela territorialidade midiaticizada, somando marcas importantes à territorialidade capixaba secularmente estabelecida pelo território

geográfico. Ou seja, um exemplo da multiterritorialidade e dos territórios informacionais citados.

Haesbaert e Lemos conferem um sentido relacional ao território, que “não é simplesmente uma ‘coisa’ que se possui ou uma forma que se constrói, mas sobretudo uma relação mediada e moldada na/pela materialidade do espaço” (HAESBAERT, 2011, p. 350). São as relações que dão significado e função aos espaços. Como diz Lemos (2007, p.14), “o território informacional cria um lugar, dependente dos espaços físico e eletrônico a que ele se vincula”

Haesbaert e Lemos dialogam com Milton Santos (2006) e sua definição de território. Para o autor, as relações sociais integram o que se chama de territorialidades, ou processo de produção de territórios e da vida que ali viceja. Em suas palavras:

A configuração territorial é dada pelo conjunto formado pelos sistemas naturais existentes em um dado país ou numa dada área e pelos acréscimos que os homens superimpuseram a esses sistemas naturais. A configuração territorial não é o espaço, já que sua realidade vem de sua materialidade, enquanto o espaço reúne a materialidade e a vida que a anima. A configuração territorial, ou configuração geográfica, tem, pois, uma existência material própria, mas sua existência social, isto é, sua existência real, somente lhe é dada pelo fato das relações sociais (SANTOS, 2006, p. 38-39).

Nesse sentido, Martinuzzo (2016, p. 10) explica a composição do nome territorialidades: “territorial” + o sufixo “dade” formam um substantivo que indica “situação, condição, estado”. Assim, territorialidade é a vida dinâmica organizada em um território, “é a experiência do território, que produz, renova, modifica, mantém, enfim, que engendra o lugar da existência humana, produzindo-a ao mesmo tempo”.

Já Raffestin (1993, p. 143-144) diferencia o significado de espaço e território. “Espaço é anterior ao território”. A partir de um projeto, uma ação concreta ou abstrata no espaço, o ator territorializa esse espaço, lhe projeta um trabalho, “seja de energia e informação, e que, por consequência, revela relações de poder. O espaço é a prisão original, o território é a prisão que os homens constroem para si”. Nesse sentido, o espaço se torna território a partir da relação social de comunicação com ator. Território é o espaço visto e/ou vivido.

Raffestin acredita que as imagens do território tornam evidentes as relações de produção e de poder. Para o autor, Estado, organizações, indivíduos, todos são “atores sintagmáticos que ‘produzem’ o território [...] Todos nós elaboramos estratégias de produção, que se chocam com outras estratégias em diversas relações de poder” (1993, p. 152-153). Mas isso não quer dizer oposição, mas ação. Os atores buscam manter as relações e criam redes entre si para assegurar a comunicação.

O autor é categórico em afirmar que todas essas relações, sejam elas existenciais ou produtivistas, são relações de poder. Isso porque há interação entre os atores, que buscam mudanças sociais ou mudanças com relação a natureza. Nessa troca, sem perceber, os atores também se automodificam. Assim, o poder é inevitável, não é inocente, e todas as relações são marcadas por ele.

Esse poder peculiar nas trocas comunicacionais também é analisado por Foucault. Para o autor, o poder circula, é relacional, só existe em ato, é um “modo de ação de alguns sobre outros”, pois conduz condutas. Nesse sentido, “não há algo como ‘o poder’ ou ‘do poder’ que existiria globalmente, maciçamente ou em estado difuso, concentrado ou distribuído” (FOUCAULT, 1995, p. 242). Pelo contrário, o poder coloca em jogo relações entre indivíduos, grupos ou parceiros. Assim, o poder também é em rede. Nas palavras de Foucault:

Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discursos. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir (FOUCAULT, 1979, p. 8).

Um mesmo indivíduo exerce diferentes papéis em um único dia, podendo ser dominante ou dominado, dependendo das relações de força exercidas em ato, “onde diversas condutas, diversas reações e diversos modos de comportamento podem acontecer” (FOUCAULT, 1995, p. 244).

Nesse jogo, a liberdade é precondição para a existência do poder. Quando as determinações estão saturadas, não há relações de poder. Elas existem apenas

quando o homem pode se deslocar, escapar. Sendo assim, o autor exemplifica dizendo que a escravidão não é uma relação de poder, pois o escravo está acorrentado, coagido.

Em livro que traz um retrato sobre a obra de Foucault, Deleuze (2005, p. 78) resume a definição de poder para Foucault: “o poder é uma relação de forças, ou melhor, toda relação de forças é uma relação de poder”.

O exercício do poder em Foucault aparece como um afeto, ou seja, a capacidade de afetar outras coisas e, claro, numa relação de forças, também ser afetada por elas. Como numa rede, as relações de poder não partem de um ponto central ou de um único ponto soberano, mas vão de ponto a ponto, em um campo de forças, marcado, por exemplo, por mudanças de direção, resistências e retrocessos. Assim, o poder em Foucault é diagramático, não passando por formas, mas por pontos, que agem e reagem a uma determinada força, em um estado de poder local e instável.

Aproximando ainda mais a discussão de poder com a presente dissertação, voltamos a Raffestin (1993, p. 218). Para o autor, um dos trunfos do poder é a informação, sendo a informática um dos meios. Assim, a comunicação ocupa lugar central nesse espaço abstrato. Raffestin fala da possibilidade de domínio e supervisão de toda uma população por meio da informática e decreta que “todo indivíduo está preso a uma rede de comunicação, da mesma forma que todo grupo e toda sociedade”. Isso porque todos se relacionam de forma interpessoal ou utilizando meios de comunicação mais amplos e mais diversos. Em ambos os casos, trata-se de relações de poder.

Nesse sentido, Recuero (2014, p. 17) aponta a conversação em redes sociais na internet como uma forma de comunicação mediada pelo computador (CMC) que possui características próprias e, ao mesmo tempo, dinâmicas, pois são apropriadas e adaptadas pelos atores sociais de acordo com suas práticas sociais. “As conversações que acontecem no Twitter, no Orkut, no Facebook e em outras ferramentas com características semelhantes são muito mais públicas, mais permanentes e rastreáveis do que outras”.

A autora também observa a presunção de anonimato nessas conversações em rede, já que o corpo não é partícipe do processo nesse espaço digital e mediado. Essa separação da palavra e do corpo, característica das conversas no espaço digital, é apontada por Dery, citado por Recuero (2014, p. 91), como “um dos elementos que geram uma aceleração da hostilidade em um conflito, possivelmente por conta de uma sensação de impunidade associada à ausência deste corpo e ao anonimato”.

Desse modo, Recuero afirma que nas interações no ambiente *on-line*, pelo dinamismo e pela simulação de uma conversa oral em um curto espaço de tempo, há menor investimento na manutenção da polidez.

Assim, devemos enxergar o grupo em estudo, o Utilidade Capixaba – ES – UP, como um território informacional cujos participantes têm o poder de publicar, compartilhar, curtir e comentar assuntos diversos em um ambiente digital, que marcadamente afeta o ambiente geográfico convencional, também integrante dessa nova configuração de experiência vital do século XXI.

1.3 – Cotidiano midiaticado

Todas essas mudanças elencadas até aqui afetam o cotidiano, a vida comum, que é objeto de estudos de uma série de pesquisadores. A vida cotidiana envolve as ações não-especializadas dos indivíduos, por exemplo, comer, dormir, conversar, visitar os amigos, estar em casa ou no trabalho. Sendo assim, o cotidiano agrupa os “movimentos humanos que não são sistematizados em normas, leis, instituições e outras articulações de poder sustentadas pelo cálculo, divisões ou qualquer estratégia que pretenda garantir a coesão social”. A cultura cotidiana não é “espaço de resistência a outras culturas”. Trata-se de espaço de reflexão sobre a maneira que os “indivíduos vivem, consomem, usam e reinventam as referências recebidas pelas diferentes organizações sociais” (JOSGRILBERG, 2014, p. 93).

Josgrillberg destaca ainda que as grandes revoluções sociais e mudanças históricas nascem no cotidiano, em conversas do dia a dia, o que mostra que as pessoas não

agem apenas de acordo com as instituições e normas. O autor aponta Agnes Heller e Michel de Certeau como dois grandes expoentes nas teorias do cotidiano²³.

Para Heller (2014, p. 31-33), “a vida cotidiana é a vida de todo homem” e destaca que todos já “nascem inseridos na cotidianidade”. Assim,

A vida cotidiana é a vida do homem inteiro; ou seja, o homem participa na vida cotidiana com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade. Nela, colocam-se em funcionamento todos os seus sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus sentimentos, paixões, ideias, ideologias (HELLER, 2014, p. 31).

Heller apresenta a vida cotidiana como heterogênea e hierárquica e ambas as características são necessárias para o funcionamento da rotina e sua organicidade. Mas a hierarquia, diferente da heterogeneidade, não é “eterna e imutável”. Ela é espontânea e pode ser modificada de acordo com as “diferentes estruturas econômico-sociais”. Desse modo, o indivíduo aprende no cotidiano, na família, escola, comunidade, as normas, os costumes e a ética. Até porque a vida cotidiana está no centro do acontecer histórico.

Apontando a estrutura e as formas de pensamento da cotidianidade, Heller (2004, p. 56) enumera que “não há vida cotidiana sem espontaneidade, pragmatismo, economicismo, analogia, precedentes, juízo provisório, ultrageneralização, mimese e entonação”.

Para a autora, a espontaneidade é a característica dominante do cotidiano e essa regularidade da vida, a unidade imediata de pensamento e ação, faz a atitude cotidiana ser pragmática. Já a ultrageneralização tem a ver com o juízo provisório ou preconceitos. Um exemplo é o uso dos precedentes, que é um indicador, um exemplo de como outras pessoas agiram em uma situação parecida. Com isso imitamos os outros por mimese.

²³ Cabe contextualizar que os autores têm visões dissonantes sobre o cotidiano. Em linhas gerais, Agnes Heller segue uma vertente de matriz marxista, e coloca o cotidiano como lugar de luta de classes, de disputa da vida individual e coletiva. Assim, o cotidiano é para Heller o lugar de disputa de poder para mudar a estrutura existente. Já Michel de Certeau tem uma visão mais cultural e comportamental do cotidiano, lugar de pequenas lutas dos sem poder estratégico, apenas militantes das táticas, para pequenos ajustes com vistas a viabilizar a existência. Para Certeau, os poderosos têm estratégia. Já as pessoas sem poder, não-poderosas, têm táticas para resistir, ajustar e reinventar os usos. Assim, pode se dizer que o grupo Utilidade Capixaba – ES – UP é uma tática que desvia a estratégia de poder que marca toda a história da internet, desde a sua concepção.

Por entonação entende-se a avaliação dos outros, na comunicação e forma de pensamento. O surgimento de uma pessoa em determinado local me dá o “tom do sujeito em questão”, o que Heller chama de “preconceito emocional”. Mas essas formas não devem se cristalizar, mas deixar uma possibilidade de movimento e de explicitação. Caso contrário, a vida cotidiana fica alienada.

Na mesma linha de pensamento, Berger e Luckmann (2014, p. 35-38) afirmam que “a vida cotidiana apresenta-se como realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. Para os autores, o melhor método para estudar a vida cotidiana é a análise fenomenológica, ou melhor, análise “da experiência subjetivas da vida cotidiana”, método empírico e descritivo, que possibilita a descoberta das “várias camadas da experiência e as diferentes estruturas de significação implicadas”.

Berger e Luckmann destacam ainda que a consciência tem capacidade de mover-se através de múltiplas esferas da realidade. “Quando passo de uma realidade a outra, experimento a transição como uma espécie de choque. Este choque deve ser entendido como causado pelo deslocamento da atenção acarretado pela transição”. Um exemplo disso é o “ato de acordar de um sonho”.

Isso porque a atitude natural é a do senso comum, pois é um conhecimento partilhado com todos na rotina diária. Essa vida cotidiana sem interrupções é considerada não-problemática, mas o aparecimento de um problema desloca a atenção do sujeito até um novo conhecimento.

Além disso, a vida cotidiana é estruturada espacial e temporalmente, a realidade do cotidiano é partilhada com outros, que emitem sinais e símbolos todos os dias, sendo interpretados de acordo com o estoque social de conhecimento, ou seja, as tipificações das principais rotinas da vida cotidiana.

E como se dá a vida cotidiana na modernidade? Giddens (2002, p. 21) usa o termo modernidade para designar as instituições e comportamentos na Europa após o feudalismo, no século XX, quando passaram a ter impactos mundiais. Para o autor,

A modernidade é essencialmente uma ordem pós-tradicional. A transformação do tempo e do espaço, em conjunto com os mecanismos de desencaixe, afasta a vida social da influência de práticas e preceitos preestabelecidos. Esse é o contexto da consumada reflexividade (GIDDENS, 2002, p. 25).

Assim, a transformação do tempo e do espaço, os mecanismos de desencaixe e a reflexividade são, para Giddens, as maiores influências do dinamismo das instituições na modernidade.

Entende-se desencaixe como o “deslocamento das relações sociais dos contextos locais e sua rearticulação através de partes indeterminadas do espaço-tempo”, e é a “chave para a aceleração no distanciamento entre tempo e espaço trazido pela modernidade”. Já a reflexividade “se refere à suscetibilidade da maioria dos aspectos da atividade social, e das relações materiais com a natureza, à revisão intensa à luz de novo conhecimento ou informação” (GIDDENS, p. 24 - 26).

Todas essas influências dinâmicas são inerentes às tendências globalizantes da modernidade. A globalização, com sua “dialética do local e do global”, ajudou a produzir uma atividade social com laços mundiais.

Essa reorganização do tempo e espaço é viabilizada pelos processos de mediação. Para Giddens, potencialmente toda experiência humana é mediada – pela socialização e pela aquisição da linguagem.

O autor defende ainda que a modernidade é inseparável de sua própria mídia e aponta duas características da experiência transmitida pela mídia na modernidade: o efeito colagem e a intrusão de eventos distantes na consciência cotidiana. Um exemplo são o relato de eventos de locais distantes nos noticiários e esses assuntos muitas vezes se infiltra na atividade diária.

Giddens chama de alta modernidade a sociedade caracterizada pelo ceticismo generalizado e pelo reconhecimento de que a ciência e a tecnologia têm dois gumes e podem trazer perigo e benefício para a humanidade. Para o autor, essa modernidade põe fim à referência de proteção da pequena comunidade e da tradição, colocando no lugar organizações maiores e impessoais, o que torna o

sujeito solitário, sem apoio psicológico e sem a sensação de segurança oferecidos em um ambiente tradicional.

Já Certeau (2013, p. 57) chama a atenção para outra característica da modernidade. Nela, o “homem ordinário”, o “herói comum”, “pouco a pouco ocupa o centro de nossas cenas científicas”. Para ele, a pesquisa sociológica e antropológica privilegia o anônimo.

E ressalta que “o enfoque da cultura começa quando o homem ordinário se torna o narrador, quando define o lugar (comum) do discurso e o espaço (anônimo) de seu desenvolvimento” (2013, p. 61). Ou seja, o sujeito comum passa a ser o centro das atenções.

França (2006, p. 65) dialoga com Certeau e destaca que os sujeitos formam redes sociais para trocas dinâmicas nas interações entre emissores e receptores. Todos podem ser emissores e todos podem ser receptores. Não se pode mais pensar em um receptor passivo. Nos últimos anos, “os estudos de recepção buscam a inserção dos sujeitos em redes sociais e identificam um sujeito que resiste, negocia, dribla os propósitos do emissor e promove usos particulares e diferenciados dos produtos consumidos”. Assim, o sujeito é social, é da comunicação, é enunciador de discursos e também leitor de textos. Isso porque está emaranhado em uma teia de relações.

Na mesma linha de pensamento, Bretas (2006, p. 31-38) ressalta que as conversações dos sujeitos ordinários, no dia a dia, geram a sociabilidade, a interação com o outro e moldam o cotidiano. Além das narrativas do dia a dia feitas pelas pessoas em conversas corriqueiras, “a ambiência da vida comum também insere narrativas midiáticas que tematizam o cotidiano dos sujeitos”, fazendo a mídia ser parte das interações cotidianas.

Para Silverstone (2002, p.12-14), a “mídia é onipresente, diária, uma dimensão essencial de nossa experiência contemporânea. É impossível escapar à presença, à representação da mídia”. O autor diz que a mídia faz parte da “textura geral da

experiência”, usando a expressão de Isaiah Berlin para designar o cotidiano, os aspectos corriqueiros da experiência.

Assim, a mídia faz parte do cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele. Eterno fluxo da sociedade. Estudar mídia é estudar esses movimentos, esses fluxos, sua contribuição para a textura geral da experiência e vice-versa.

Silverstone chama a atenção para o entrelaçamento do público e do privado nas narrativas de revistas e talk shows, onde vidas privadas são propagadas publicamente. Seja em revistas, jornais impressos, rádios, emissoras de TV ou nas redes sociais na internet, as vidas privadas e o cotidiano estão cada vez mais expostos e midiáticos. Como alerta Silverstone, precisamos investigar as consequências dessa mediação da mídia.

1.3.1 – Surgimento e alargamento da esfera pública

O cotidiano nem sempre foi midiático. Importa resgatar historicamente essa mudança. Na sociedade feudal da alta Idade Média não havia distinção entre público e privado. A criação dos Estados nacionais e territoriais, baseados na economia do capitalismo comercial, decompõe os poderes feudais (igreja, realeza, nobreza) e põe fim ao feudalismo. “Só então é que, num sentido especificamente moderno, separam-se esfera pública e esfera privada”. Inicia-se a modernidade, no final do século XVIII (HABERMAS, 1984, p. 19-24).

Para Habermas (1984, p. 14-16), “só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos. Na conversação dos cidadãos entre si é que as coisas se verbalizam e se configuram”. O autor problematiza o significado da palavra público, que pode ser tido, por exemplo, como “acessíveis a qualquer um – assim como falamos de locais públicos e casas públicas”. Já os prédios públicos, que abrigam instituições do Estado e, como tais, são públicas, não necessariamente são liberados à frequência pública. Há ainda o reconhecimento público e, no emprego mais frequente, o sentido de opinião pública, correlata a publicidade, publicar. “O sujeito dessa esfera pública é público enquanto portador da opinião pública; à sua função crítica é que se refere a publicidade”.

Na mesma linha de pensamento, Wolton (1995, p. 167) defende que a democracia pressupõe um espaço público para debates dos grandes problemas do momento, de forma contraditória. O autor relembra o histórico do espaço público, ou esfera pública para Habermas. No início, era restrito a uma elite iluminada, homogênea social e culturalmente, que em pequenos círculos debatiam a respeito de temas da época. Essa elite era informada dos fatos por seus contatos pessoais, pela imprensa escrita e por meio de livros.

Nesse mesmo período, no decorrer dos séculos XVII e XVIII, Foucault (2014, p.135-136) situa a sociedade disciplinar e suas “fórmulas gerais de dominação”. Era o início do sistema capitalista, que necessitava organizar a produção. Nesse contexto, “a disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos ‘dóceis’. A disciplina aumenta as forças (em termos econômicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de obediência)”.

A disciplina organizava os indivíduos no espaço, controlando com regulamentos a escola, o quartel, o hospital, a prisão, garantindo a obediência dos corpos dóceis, que podem ser submetidos, utilizados, transformados, aperfeiçoados. Para Deleuze (2013):

Foucault situou as sociedades disciplinares nos séculos XVIII e XIX; atingem seu apogeu no início do século XX. Elas procedem à organização dos grandes meios de confinamento. O indivíduo não cessa de passar de um espaço fechado a outro, cada um com suas leis”, como família, escola, caserna, fábrica, hospital, prisão (DELEUZE, 2013, 223).

Posteriormente, de acordo com Wolton (1995), a democracia de massa possibilitou que atores, de origens social e cultural diferentes, se manifestassem sobre um maior número de assuntos. Com isso, o espaço público foi alargado e resultou em sua democratização e no papel preponderante da mídia, o que faz a comunicação ser uma condição estrutural da democracia. Na contemporaneidade, o espaço público torna-se midiático, indissociável da mídia, e os laços simbólicos passam a ser mais importantes que laços reais e concretos. Assim, espaço público midiático é o lugar simbólico, por vezes único, para gerir as características contraditórias da sociedade (WOLTON, 1995, p. 168).

Importa diferenciar os termos “mídiatização” e “mediação”. Para Sodré (2013), as mediações simbólicas (linguagem, trabalho, leis, artes etc.) estão presentes em toda cultura. A palavra mediação significa a ação de fazer pontes, fazer comunicar duas partes. “A linguagem é por isto considerada mediação universal” (SODRÉ, 2013, p. 21). O autor exemplifica e coloca a família, a escola, o sindicato e o partido como instituições mediadoras. “Já a mídiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação, [...] a tecnointeração” (SODRÉ, 2013, p. 21).

Nesse contexto, Deleuze (2013, p. 219-220) afirma que “é certo que entramos em sociedades de ‘controle’, que já não são exatamente disciplinares [...] Estamos entrando nas sociedades de controle, que funcionam não mais por confinamento, mas por controle contínuo e comunicação instantânea”.

Em cada tipo de sociedade, mudam-se as máquinas. Na sociedade disciplinar, máquinas energéticas. Nas de controle, as cibernéticas e os computadores. As greves do século XIX são substituídas pela pirataria ou pelo vírus de computador. Outra distinção está no fato de que nas sociedades disciplinares recomeça-se o tempo todo (vai-se da escola para a caserna, da caserna para a fábrica), já nas sociedades de controle nunca se consegue terminar nada, a empresa, a formação. O essencial deixa de ser a assinatura e o número e passa a ser uma cifra, uma senha que marca o acesso à informação. Assim, o “controle remete a trocas flutuantes”, há crises nas instituições e implantação de um novo regime de dominação.

Essas ideias de Deleuze corroboram as reflexões de Bauman (2007), que defende:

A passagem da fase “sólida” da modernidade para a “líquida”, ou seja, para uma condição em que as organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam (BAUMAN, 2007, p. 9).

Para Bauman, a sociedade é cada vez mais tratada como uma rede, com conexões e desconexões aleatórias e infinitas permutações possíveis.

1.4 – Comunicação em rede

As mudanças na paisagem da mídia e suas implicações no dia a dia dos territórios da vida, sejam eles digitais ou presenciais, não se devem apenas à inovação tecnológica nas ferramentas de mediação, mas também e principalmente à maneira com que os utilizadores fazem uso desses instrumentos, construindo novos processos de mediação. Para Cardoso (2010), o modelo de comunicação em massa foi ultrapassado e deu lugar à comunicação em rede.

“Mais importante que a mudança tecnológica tem sido a forma como os utilizadores, nos seus processos de mediação privados, públicos ou de trabalho, moldam as suas dietas e matrizes de mídia” (CARDOSO, 2010, p. 24).

Assim, passamos a consumir mídia de acordo com nossos interesses e relações. Como seres sociais, na visão de Cardoso, combinamos em rede diferentes tipos de fontes para nos comunicar, informar, agir e entreter, ou seja, nos articulamos em rede utilizando mecanismos de massa e mecanismos interpessoais.

A combinação de comunicação com transmissão global e, posteriormente, a permissão para as pessoas se tornarem “globais” fazendo uso dessa tecnologia com a internet e as redes de celulares, criou uma rede comunicacional moldada de acordo com as necessidades dos agentes sociais. Assim, na sociedade em rede, os agentes sociais tentam obter resultados por meio de combinação de diversas mídias. Não se faz uso isolado de uma mídia específica. Pelo contrário, as mídias foram apropriadas socialmente e são articuladas diariamente pelos utilizadores, que criam seu próprio cardápio de mídia.

Nesse modelo comunicacional baseado pela troca em rede, os conteúdos noticiosos e de entretenimento também são produzidos pelos utilizadores. Assim, as empresas de mídia fazem esforços para oferecer inovações e buscar novas formas de conteúdo. O autor ressalta que esse modelo funde a comunicação interpessoal e em

massa, unindo as audiências, emissores e editores em rede, colocando à disposição de seus utilizadores novas mediações e novos papéis.

Cardoso coloca a internet, por sua capacidade de participação e interação, como umas das mídias centrais ao novo paradigma da comunicação atual. Nessa linha de pensamento, Recuero (2012, p. 12), como mostrado na introdução dessa dissertação, aponta as redes sociais na internet como ferramentas populares nessas novas mediações. Para a autora, “redes sociais na internet, portanto, são meios de comunicação emergentes, capazes de difundir informações em uma escala global por causa dessa apropriação, através dos sites de rede social. E esses meios possuem efeitos que precisam ser estudados”.

A pesquisadora observa que os sites de rede social fazem parte da realidade cotidiana. Com eles, nota-se a amplificação das conexões, a adoção de práticas de adição de conexões fracas, ou seja, a hiperconexão das redes nos sites de redes sociais, o que torna as mensagens mais visíveis e com maior capacidade de “ser discutidas, buscadas, replicadas e reproduzidas pelos demais” (RECUERO, 2013, p. 55).

Isso vai ao encontro do que diz Santaella (2013, p. 44), que observa uma profunda mudança de comportamento dos usuários no ciberespaço, mudança que é transferida imediatamente para a “realidade presencial”. Cada cibercidadão “passa a funcionar como gerador de conteúdos e de vínculos emocionais”. Para a pesquisadora, as redes sociais digitais:

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).

Shirky (2010, p. 50-51) aponta que “as novas redes eletrônicas permitem novas formas de ação coletiva, a criação de grupos de colaboração que são maiores e mais distribuídos do que em qualquer outra altura da História”. Para o autor, esses grupos são estruturados de forma dispersa, funcionam sem orientação de gestão ou

motivação para o lucro. Assim, podem funcionar com a “informalidade de uma festa de aniversário e a abrangência de uma multinacional”, proliferando efeitos e gerando níveis distintos de escala de atividades que, “por ordem de dificuldade, são a partilha, a cooperação e a ação coletiva”.

A partilha exige menos dos participantes e funciona como “pegar ou largar” o conhecimento partilhado. A cooperação é mais difícil e implica em mudar nosso comportamento para coincidir com o de outros, enquanto os outros também mudam o seu comportamento para sincronizar com o nosso. Exemplo disso são as conversações virtuais, que criam uma sensação de comunidade, ao mesmo tempo que esbarram nos insultos e nas tagarelices inúteis. Pode haver grupos que não se preocupam com esses efeitos, mas se o grupo quer manter normas comunitárias, terá que ter mecanismos para o cumprimento das mesmas.

Já na produção colaborativa, forma mais evoluída da cooperação, ninguém pode ficar com o crédito do que está sendo criado, pois o projeto depende da participação de muitos. É desenvolvido em equipe, em muitas mãos, exige tomada de decisão coletiva, ou seja, é criação partilhada. O terceiro nível é a ação coletiva, considerada pelo autor a forma mais difícil de esforço em grupo, pois demanda de um grupo de pessoas um determinado esforço em conjunto. Assim, a ação coletiva cria uma responsabilidade partilhada e faz a coesão do grupo ser determinante para o sucesso.

Tendo em vista o nosso objeto de estudo, interessa-nos observar como se dá a circulação de informações de interesse público em redes sociais digitais. Num ambiente colaborativo, conforme visto em nosso referencial teórico apresentado, de pronta observação empírica, nota-se que a produção e a circulação de notícias e informações sobre o cotidiano movimentam especialmente as redes sociais na internet.

Nas décadas de 60, 70 e 80, a circulação midiática era privilégio das corporações midiáticas. Sem dúvidas os meios digitais promoveram democratização dos meios de comunicação e liberdade de expressão aos cidadãos e movimentos sociais. Ao mesmo tempo, porém, “a vulgarização das formas de produção e distribuição

mediática é um processo que se efetivou sem aderir a uma única vertente ideológica”. Os movimentos sociais souberam utilizar as “novas mídias para fins comunitários, comunicacionais e de resistência”, mas o mercado também incorporou a colaboração *on-line* em suas estratégias empresariais para informação e para estratégias de marketing e vendas (Primo, 2013, p. 17). Para isso, se utilizam de serviços de comentários, retuítes, enquetes, blogs, entre outros.

Primo reconhece que as indústrias midiáticas continuam em crise, mas “continuam em luta”. Para ele, o fechamento de muitos jornais impressos não significa que os webjornais participativos ganharam a preferência do consumidor. Pelo contrário, o autor observa o aumento progressivo das ações de recirculação com links para sites de notícias das corporações jornalísticas.

Para Primo, não se deve pensar a produção e recepção como polos que se negam, mas é necessário estudar a complexidade do que acontece entre os atores envolvidos na situação.

Em estudo sobre a circulação de informações jornalísticas do Twitter, Zago (2013) destaca que uma notícia veiculada pela mídia tradicional na internet pode recircular por meio de apropriação e ressignificação do conteúdo pelos interagentes por meio de comentários, por exemplo.

Além disso, o uso das redes sociais no jornalismo tradicional pode se dar para postar notícias e chamadas para notícias, além de auxiliar em outras etapas do processo jornalístico, como na apuração. Assim:

Da mesma forma como os veículos se apropriam desses espaços para distribuir notícias, também os interagentes podem utilizar sites de redes sociais para comentar – expressar opinião, criticar, reagir com humor a determinados acontecimentos jornalísticos – e para filtrar – postar pequenas notas, links ou manchetes – notícias, vindo a contribuir para uma recirculação jornalística (ZAGO, 2013, p. 213).

Com isso, uma notícia veiculada pela mídia tradicional, na internet ou mesmo fora dela, pode recircular nas redes sociais digitais por meio de apropriação e da ressignificação do conteúdo pelos interagentes, a partir de publicações, comentários etc. Zago acredita que talvez a recirculação jornalística seja a principal modificação no jornalismo provocada pelos interagentes. Nota-se que há uma potencialização da

etapa da circulação jornalística e não uma ruptura com as grandes empresas de mídia.

Canavilhas (2011, p. 131) dialoga com Zago ao afirmar que “o uso das redes sociais na distribuição de notícias aumenta o número de leitores”. Com isso, o ecossistema midiático, cada vez mais fragmentado e com excessiva oferta de informação, precisa disputar a atenção do usuário para poder contar com a colaboração desses no incremento da audiência de seus sites noticiosos.

Canavilhas destaca que as redes sociais fortalecem os vínculos entre usuários e meios de comunicação e facilitam a mudança no relacionamento. Nesse enfoque, as audiências se transformam em comunidades, o que gera sentimento de pertencimento e lealdade nos consumidores.

Na mesma linha de pensamento de Primo (2013) e Santaella (2013), Canavilhas e Rodrigues (2012) observam que vivemos em um mundo em que o consumidor, antes receptor da informação, passou também a ser produtor delas, o que alterou os fluxos de comunicação. Essa mudança representa um desafio para os jornalistas, que buscam incentivar a participação e colaboração do leitor de diversas maneiras, como comentários em matérias, participação em entrevistas coletivas, envio de fotos, textos e vídeos, entre outros.

Isso porque as funções de cada um no ecossistema midiático foram redefinidas, pois as fontes, que antes dependiam dos jornalistas, passaram a distribuir informação diretamente para o público, sem intermediários, graças aos blogs e redes sociais. As palavras que caracterizam esse novo modelo de fluxos de informação são a participação, a colaboração e a partilha.

Canavilhas e Rodrigues (2012) estudaram os espaços destinados aos cidadãos nos jornais *on-line* portugueses e concluíram, a exemplo de pesquisas anteriores feitas por diversos estudiosos, que os conteúdos dos cidadãos não são jornalismo. Isso porque não possuem periodicidade e a maioria resume-se a um parágrafo, o que afasta do conceito de notícia. Além disso, os textos são em grande parte na primeira pessoa, trazendo apenas testemunho do próprio autor, sem contrastar fontes e

pontos de vista e, também, há clara delimitação entre os conteúdos produzidos pelos cidadãos e os conteúdos do jornalismo profissional.

Outra característica é apontada por Shirky (2010, p. 61), quando apresenta o cenário transformado da mídia, a “amadorização em massa da publicação e a mudança do *por que publicar isso? para por que não?*”? O autor observa que a comunicação pessoal e a publicação eram funções separadas, mas se confundem. Com isso, há a quebra do tradicional padrão de filtragem profissional. Agora, o filtro é cada vez mais social e ocorre após a publicação.

Surge daí uma das portas de entrada das viroses de mercado, apontadas por Boase e Wellman (2008, p. 84), já que o poder amplificador da internet aumenta a velocidade de proliferação de “ruídos” em diferentes grupos. “Os elos fracos desempenham um papel-chave na disseminação do vírus boca a boca entre redes ramificadas, porque a internet permite que as pessoas mantenham seus elos fracos ativos com pouco esforço”.

1.4.1 – Facebook

Na comunicação em rede, as redes sociais na internet despontam como importante espaço público. Nesse contexto, como exposto na Introdução, o Facebook é tido como a maior rede social da internet constituída até hoje. Nosso objeto de estudo está alojado nesse site de redes sociais.

Como já dissemos na introdução, em todo o mundo 1,48 bilhão de pessoas estão no Facebook²⁴. No Brasil, o Facebook tem 99 milhões de usuários ativos mensais. Desses, 89 milhões são de usuários móveis ativos mensais. A própria empresa divulgou que oito em cada dez brasileiros conectados estão no Facebook.

A “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015” (PBM 2015), divulgada como o maior levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros, mostra que o

²⁴ Cf. <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>. Acesso em: 27 mai. 2016.

Facebook (83%) está em primeiro lugar entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas, seguido do Whatsapp (58%) e o Youtube (17%). Outro resultado mostra que o uso de aparelhos celulares como meio de acesso à internet já compete com computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente.

A pesquisa, realizada pelo Ibope com mais de 18 mil entrevistas com pessoas acima de 16 anos, foi encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) para compreender como o brasileiro se informa. O trabalho de campo foi realizado entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014, por meio de entrevistas domiciliares pessoais face a face em 848 municípios²⁵.

Para Porto (2014), um dos diferenciais do Facebook é a separação de pessoas e marcas. Com essa diferenciação, o Facebook conseguiu reunir consumidores e empresas numa mesma plataforma. Assim, pessoas possuem amigos em seus perfis pessoais. Já as marcas possuem fãs em suas *fan pages*, ou páginas de fãs.

Pelas Diretrizes do Facebook, em linhas gerais, “perfis” são para uso pessoal (até 5 mil amigos) e “páginas” (*fan pages*) se destinam a uso comercial. Grupos só estão abertos a perfis pessoais, reunindo pessoas que tenham interesses comuns, mesmo que sejam tópicos comerciais. Nesses grupos, pessoas se reúnem para compartilhar informações, debater temas de interesse em comum, fazer amigos, negócios e muito mais (PORTO, 2014).

Qualquer usuário do Facebook, que é uma empresa privada, pode criar gratuitamente um perfil, para “fazer” amigos ou experimentar a amizade em ambiente digital, ou mesmo uma página, neste caso, para “construir uma relação mais próxima com seus públicos e seus clientes”, de acordo com o próprio site da instituição. No caso das páginas, o interessado deve eleger se a página será sobre Negócios locais ou Local; Empresa organização ou instituição; Marca ou produto; Artistas, bandas ou figuras públicas; Causa ou comunidade.

²⁵ <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 3 dez. 2015.

O fã pode curtir a página para acompanhar as notícias, tendo direito de curtir, comentar, compartilhar e avaliar o produto/serviço. Terá direito a postar na página caso o administrador do espaço criado autorize, mas o *post* não vai para a linha do tempo. Fica no canto esquerdo da página, em espaço chamado Publicações na página. Só o administrador da página publica na linha do tempo e tem acesso a ferramentas de gestão, como informações de alcance das publicações, tempo para respostas, crescimento de novas curtidas, visibilidade, entre outros.

Qualquer pessoa que tenha um perfil no Facebook também pode criar gratuitamente um grupo, dar-lhe um nome, adicionar membros e eleger a privacidade entre as opções “Público” (qualquer pessoa pode ver o grupo, seus membros e sua publicação), “Fechado” (qualquer pessoa pode encontrar o grupo e ver quem está nele. Somente membros podem ver publicação) e “Secreto” (somente membros podem encontrar o grupo e ver as publicações).

O administrador do grupo escolhe as configurações que deseja, se todo membro pode adicionar pessoas ou se é necessário a aprovação do administrador para isso. É possível escolher também se todos os membros podem postar no grupo ou apenas o administrador. Há ainda a opção para aprovação das postagens pelo administrador antes da publicação.

Por trás das aparentes facilidades e liberdade de comunicação, o Facebook tem controle sobre os dados dos usuários. A empresa já confirmou a existência de algoritmo, que calcula mais de 100 mil variáveis de acordo com cada usuário, organizando o *feed* de notícias, filtrando assuntos de interesse do usuário, mostrando apenas o que a pessoa gostaria de ver, entre outros.

Chamado EdgeRank, o algoritmo criado pelo Facebook segue três critérios: “afinidade (o quanto você interage com o autor daquele *post*), engajamento (número de *likes*, comentários e compartilhamentos que o *post* teve) e tempo (notícia velha não tem vez)”, de acordo com reportagem da revista Superinteressante, de junho de 2015²⁶.

²⁶ Cf. <http://super.abril.com.br/tecnologia/o-lado-negro-do-facebook>. Acesso em: 9 dez. 2015.

Apesar de não divulgar detalhes de seu funcionamento por causa de um segredo comercial, evitando assim ser copiado por outras redes sociais, o Facebook sabe por onde o usuário navegou pela internet. A mesma reportagem da Superinteressante dá o seguinte exemplo: “se você entra numa loja virtual e procura uma geladeira, por exemplo, essa informação é passada para o Facebook – que passa a exibir anúncios de geladeira”. O mesmo ocorre com o Google.

O detalhe importante é que o usuário concorda com isso ao abrir uma conta e aceitar os Termos de Uso. Foi essa a justificativa dada pelo Facebook ao receber críticas por causa de um artigo científico de cientistas da Universidade de Cornell e de pesquisadores do Facebook, divulgado em junho de 2014, que contava como o site alterou a *timeline* de 689.003 pessoas durante uma semana, reduzindo mensagens positivas ou negativas. A proposta era saber se o Facebook poderia causar um contágio emocional nos usuários. A resposta foi positiva. Mensagens mais negativas deixam as pessoas mais tristes e vice-versa. O estudo concluiu que as emoções divulgadas *on-line* influenciam no humor e comportamento das pessoas²⁷.

Pesquisadores da Universidade de Michigan (EUA) fizeram um estudo com 82 adultos jovens por duas semanas. Eles respondiam a perguntas cinco vezes ao longo do dia sobre como estavam se sentindo e se comportando, momento a momento. O estudo, publicado em agosto de 2013, mostrou que os que passavam mais tempo no Facebook se sentiam mais infelizes. Também mostrou que as pessoas se sentiam melhor após um contato de comunicação direta, face a face²⁸.

O risco de uma bolha ideológica, provocada pelo algoritmo do Facebook, que nos alimenta apenas com o que nos agrada, motivou um estudo feito com 10 milhões de usuários nos Estados Unidos, e divulgado na revista Science, por cientistas sociais do próprio Facebook, em maio de 2015. A pesquisa mostra que a bolha ideológica

²⁷ Cf. <http://www.news.cornell.edu/stories/2014/06/news-feed-emotional-contagion-sweeps-facebook>. Acesso em 15. fev. 2016.

²⁸ Cf. <http://www.ns.umich.edu/new/releases/21626-facebook-use-predicts-declines-in-happiness-new-study-finds> e <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0069841>. Acesso em 15. fev. 2016.

existe mas a culpa maior é do usuário. Usuários autodeclarados progressistas ou conservadores tiveram seus hábitos de leitura observados na *timeline*. Com algoritmo, apenas 22% dos progressistas e 33% de conservadores leram notícias contrárias às suas ideologias. Sem a intervenção do algoritmo, os progressistas teriam visto 24% de notícias incômodas e, os conservadores, 35%²⁹.

Corremos risco de comunitarismo, o que torna mais difícil comunicar, no sentido de diálogo para criar pontes entre diferenças, diálogo como categoria ética, como preconiza Muniz Sodré (2014).

Neste primeiro capítulo, quisemos problematizar a técnica e mostrar que ela sempre existiu na história da humanidade e, segundo Santos (2006), revela a produção histórica da realidade. Sem dúvidas, a técnica digital, que permite a formação de redes, novas formas de sociabilidades e organização socioeconômico e político-cultural, molda a chamada sociedade em rede.

Essa nova configuração impacta o entendimento de território, traz mudanças na organização da sociedade e nas relações de poder. Impacta também a comunicação, que passa a ser em rede, uma vez que, com fácil acesso aos canais técnicos de produção e distribuição de conteúdos, “a sociedade contemporânea (dita pós-industrial) rege-se pela midiaticização, quer dizer, pela tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas” (SODRÉ, 2013, p. 21).

Nesse sentido, uma das ferramentas mais utilizadas em todo o mundo é o Facebook, rede social na internet que abriga nosso objeto empírico, o grupo *on-line* Utilidade Capixaba – ES – UP. Antes de analisá-lo, resta-nos evidente discorrer sobre a ética, ou seja, o acordo que permite a convivência, e sobre a comunicação uma vez que, como dito anteriormente, para Wolton (2010, p. 88), “a comunicação é o aprendizado da convivência”. Assim, Ética e Comunicação intitula nosso próximo capítulo.

²⁹ Cf. <http://www.sciencemag.org/news/2015/05/facebook-keeping-you-political-bubble>. Acesso em 15. fev. 2016.

2 – ÉTICA E COMUNICAÇÃO

A condição humana implica a convivência com o outro, do nível mais subjetivo, como o da formação e desenvolvimento do indivíduo, ao mais amplo, como a constituição e manutenção de uma nação.

Nesse processo humano de viver com o outro e na dependência inexorável do outro, entram em cena o pacto ético que permite e orienta a convivência e a prática cotidiana. Também atravessa inapelavelmente a constituição humana em seus mais diversos arranjos e níveis a centralidade dos processos comunicacionais.

Ou seja, não se vive sem um pacto ético e sem se comunicar, incluindo-se aí os territórios digitais que fazem interface com as territorialidades geográficas, como é o caso em estudo. Neste capítulo, vamos analisar estes dois eixos da vida humana, com suas implicações e peculiaridades.

2.1 – A ética como mediação

Conceituar ética e comunicação nos parece essencial para o pleno entendimento da presente pesquisa. Etimologicamente, ética vem de duas palavras gregas: *éthos*, cujo significado é o “caráter de alguém, e *éthos*, que significa o conjunto de costumes instituídos por uma sociedade para formar, regular e controlar a conduta de seus membros” (CHAUÍ, 2008, p. 307). Da mesma maneira, moral vem de uma palavra latina, *mos*, *moris*, ou seja, o costume. No plural, *mores* são os hábitos de comportamento de uma sociedade em dado período histórico.

Assim, Marilena Chauí (2008, p. 310) define que “ética e moral referem-se ao conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade e que, como tais, são considerados valores e obrigações para a conduta de seus membros”.

É nesse sentido, da ética como mediação, como acordo que permite a convivência, que iremos analisar o objeto empírico dessa pesquisa, o grupo no Facebook Utilidade Capixaba – ES – UP.

Interessante notar que Chauí argumenta que a definição de uma ética é prática universal, uma vez que os valores são obrigatórios para todos os membros que fazem parte da sociedade em dado contexto histórico. De toda sorte, a ética não é uma para todos, podendo transformar-se de acordo com as novas necessidades da sociedade e da cultura, resultante que é de uma relação intersubjetiva e social. Sendo assim, a ética pode sofrer mudanças e adaptações de acordo com as relações que vicejam em um território e/ou tempo vivido.

Na mesma linha de pensamento, Marcondes (2007, p. 10) afirma que a ética diz respeito à nossa experiência cotidiana. Ele acredita que “os valores éticos de uma comunidade variam de acordo com o ponto de vista histórico e dependem de circunstâncias determinadas. O que é considerado ético em um contexto pode não ser considerado da mesma forma em outro”.

Comparato (2006) pondera que, normalmente, as normas vigentes em uma sociedade, ou seja, o mundo oficial, nunca é um retrato fiel do mundo não-oficial, isto é, dos costumes e ideais coletivos de vida. Esse mundo não-oficial é ligado intimamente à mentalidade social e às visões de mundo predominantes, que muitas vezes podem contrastar com as instituições jurídicas adotadas oficialmente. E é nesse jogo dialético que há mudança ou preservação da ordem tradicional.

O autor traça uma história da vida ética da Idade Média até os tempos modernos e resgata o nascimento da filosofia ética, na Grécia, com Sócrates. “Foi ele, afirma Aristóteles no livro M da Metafísica, quem primeiro procurou definir as virtudes morais, isto é, exprimir a sua essência por meio de uma fórmula geral” (COMPARATO, 2006, p. 91), abrindo o caminho para o conhecimento racional, método depois seguido por Platão e Aristóteles, grandes pensadores das questões éticas e políticas.

Comparato afirma que a filosofia ética, que surgiu na Grécia, buscava uma reflexão sobre o comportamento humano em seu aspecto subjetivo e objetivo. O aspecto subjetivo são os hábitos de uma pessoa, já o elemento ético objetivo são os “usos e costumes de uma coletividade”. Para o pensamento grego, não há separação

possível entre a vida ética do cidadão e a organização ética coletiva. Eles são relacionados e influenciam-se mutuamente.

Aristóteles (2015, p. 18) nos dá pistas éticas e nos incentiva a buscar o bem. “De fato, ainda que o bem seja idêntico tanto para um indivíduo quanto para a cidade, revela-se melhor e mais perfeito compreender e preservar o da cidade”, por ser mais belo e divino.

Assim, a virtude seria a finalidade da vida política. Para Aristóteles, há dois tipos de virtude: a intelectual e a moral. A intelectual se aprende por meio do ensino/aprendizagem e requer experiência e tempo. Já a virtude moral resulta do hábito e seu nome deriva da palavra éthos. Para o autor, não nascemos com as virtudes morais. Aristóteles acredita que “nos aperfeiçoamos pelo hábito”.

Isso porque a decisão de agir parte de cada indivíduo. “É praticando as ações justas que nos tornamos justos, e as ações moderadas que nos tornamos moderados, e as ações corajosas que nos tornamos corajosos” (ARISTÓTELES, 2015, p. 42).

Aristóteles (2015, p. 54) nos aconselha a buscar o meio-termo das coisas. “Em todas as coisas o meio-termo é digno de elogio, uma vez que os extremos não são nem corretos, nem louváveis, mas ao contrário, censuráveis”. Assim, para o autor, a virtude é um meio-termo entre dois vícios e essa escolha depende de nós. Para Aristóteles, o homem é autor e é responsável por suas ações, sejam elas boas ou vergonhosas.

Comparato (2006, p. 520-521) dialoga com Aristóteles e afirma que os princípios éticos se alicerçam no fundamento de toda a vida ética: a dignidade da pessoa humana. “É igualmente em todas as dimensões da pessoa humana que atuam os princípios cardeais da verdade, da justiça e do amor. Estes, por sua vez, desdobram-se e especificam-se nos princípios de liberdade, igualdade, segurança e solidariedade”.

Fomos em busca de definições para esses princípios. Chauí (2008, p. 96) traz três concepções de verdade, vindas do grego, do latim e do hebraico. Em grego, verdade

se diz *alétheia*, que significa “o não-esquecido”. Estendendo um pouco o sentido, é também o não-escondido, o não-dissimulado. “A verdade é a manifestação daquilo que é realmente ou do que existe realmente tal como se manifesta ou se mostra”. O verdadeiro é o oposto do falso, do dissimulado, do que parece mas não é.

Em latim, verdade é *veritas*, se refere à precisão e exatidão de uma narrativa de fatos acontecidos. Assim, a verdade depende do relato e seu oposto é a mentira e a falsificação. Em hebraico, verdade é *emunah*, que significa confiança. Cumprir as promessas fazem Deus ou um amigo ser verdadeiro.

Chauí (2008, p. 96) propõe um conceito de verdade sintetizando as três concepções apresentadas. Para a autora, verdade “se refere à percepção das coisas reais (como na *alétheia*), à linguagem que relata fatos passados (como na *veritas*) e à expectativa de coisas futuras (como na *emunah*)”. Assim, verdade abrange o que é, o que foi e o que será.

Definindo outro princípio ético, Aristóteles (2015, p. 137) acredita que a justiça é a virtude inteira, completa, e o homem é justo quando voluntariamente realiza um ato justo. “A justiça, por sua vez, é um tipo de meio-termo, não do mesmo modo que as outras virtudes, mas no sentido em que ela surge do meio-termo, enquanto que a injustiça surge dos extremos”. O autor destaca que a justiça é a única das virtudes voltada para fazer o bem, algo útil ao outro.

Na mesma linha de pensamento, Comparato (2006, p. 525) busca em Platão (professor de Aristóteles) o conceito de justiça, que em sua essência traz que “não devemos fazer aos outros o que não queremos que eles nos façam”. No entendimento de Platão, citado por Comparato, a justiça é uma “virtude voltada inteiramente para os outros e não para o próprio sujeito”.

Para descrever o amor, Comparato remonta aos pré-socráticos, pois os gregos sempre definiram o amor como uma força que une todos os seres. Segundo Comparato, Aristóteles cita Hesíodo e Parmênides como os primeiros a colocar o amor como força primária que move os seres, mantendo sua união.

Assim, é possível notar a comunhão de sentidos da verdade, da justiça e do amor, que, para Comparato, estão “relacionadas e interdependentes”. Desdobrando e especificando esses princípios, estão a liberdade, a igualdade, a segurança e a solidariedade, que também mantêm entre si uma relação de reciprocidade e complementaridade.

Para Comparato (2006, p. 546), “a liberdade existe como valor ético em si mesmo, independentemente dos benefícios concretos que a sua fruição pode trazer aos homens. Ela é um atributo essencial do ser humano, distinguindo-o, por isso, de todos os demais seres vivos”.

Já a igualdade, é a essência da justiça, como afirmou Aristóteles, citado por Comparato (2006, p. 558). “O homem injusto é aquele que viola o princípio da igualdade, pois injusto diz-se, comumente, do que é desigual”. Comparato pondera que diferença não significa rivalidade ou desunião, pois “a humanidade se enriquece pela união de suas diferenças”, citando frase de Teilhard de Chardin.

Quando se fala em segurança, o senso comum remete à satisfação das necessidades primárias para sobrevivência e da garantia de segurança física. Mas o homem nunca se satisfaz apenas com isso e se esforçou para alcançar algo mais, como o “estabelecimento das instituições necessárias à realização dos grandes valores espirituais do belo, do justo, do amável”. Novamente Comparato busca em Aristóteles a finalidade última da *pólis*, que não apenas preserva a vida de seus integrantes, mas também lhes garante uma vida melhor, em todos os aspectos.

E Comparato alerta: não há como garantir apenas a segurança individual. Quando se fala em segurança pessoal e de segurança coletiva, há necessidade convergente de “mecanismos de atuação solidária”.

O último princípio a ser definido é a solidariedade, que vem do latim *solidum*, que significa a totalidade de todas as somas. Nesse sentido, a solidariedade é relação intrínseca de todas as partes de um todo. Assim:

Ela é o fecho da abóbada do sistema de princípios éticos, pois complementa e aperfeiçoa a liberdade, a igualdade e a segurança. Enquanto a liberdade e a igualdade põem as pessoas umas diante das outras, a solidariedade as reúne, todas no seio de uma mesma comunidade. Na perspectiva da igualdade e da liberdade, cada qual reivindica o que lhe é próprio. No plano da solidariedade, todos são convocados a defender o que lhes é comum. Quanto à segurança, ela só pode realizar-se em sua plenitude quando cada qual zela pelo bem de todos e a sociedade pelo bem de cada um dos seus membros (COMPARATO, 2006, p. 577).

Assim, todos os princípios éticos levam o homem a interagir, a se comunicar, a viver em comunidade, a agir em conjunto, a se preocupar com o coletivo, pois não há vida possível no isolamento. Daí a necessidade de se criar um pacto, um acordo para essa mediação, ou seja, uma ética para a convivência, para a relação humana.

E Comparato (2006, p. 578) dá uma importante pista para a análise do nosso objeto empírico, o grupo no Facebook Utilidade – Capixaba – ES – UP: “a unidade de um grupo de homens forma sempre a finalidade de seu agrupamento”. Na sociedade política, a finalidade última é o aperfeiçoamento de todos os seus membros, afinal, não se pode viver independentemente do outro. Assim, perguntamos: como se estabelece a finalidade, a ética do caso em estudo?

2.2 – A alteridade impositiva

Para tratar dessa mútua dependência que origina as relações as mais diversas, como uma comunidade *on-line*, buscamos referências em Hannah Arendt. Em *A Condição Humana*, Arendt (2014, p. 9) designa três atividades fundamentais da vida humana, traduzidas na 12ª edição revisada, no Brasil, como: trabalho, obra e ação³⁰.

Entende-se trabalho como a vida biológica, a sobrevivência; a obra, o artificialismo da existência humana, sua mundanidade; e a ação como “única atividade que ocorre diretamente entre os homens, sem a mediação das coisas ou da matéria”.

As três atividades (trabalho, obra e ação) relacionam-se com as condições gerais da existência humana: nascimento, morte, natalidade, mortalidade. O trabalho assegura a sobrevivência, a vida da espécie; a obra confere permanência e durabilidade ao

³⁰ Em outras traduções, é possível encontrar as três atividades humanas fundamentais como labor, trabalho e ação. Labor como o processo biológico, trabalho como o mundo artificial e ação como condição humana da pluralidade, de toda a vida política.

artefato humano; e a ação funda e preserva corpos políticos, criando condições para a história.

Assim, a ação é a atividade política por excelência e é mais ligada à natalidade, por ter sentido de iniciativa, porque o recém-chegado, que é único, tem a capacidade de começar algo novo, ou seja, agir. A ação é a vida política, oriunda da pluralidade dos homens que coexistem. Se o entendimento usual tem a política como algo institucionalizado, feita por indivíduos eleitos ou não por meio do voto, representando assim o povo, Arendt traz a política para o cotidiano de todo cidadão. Para a autora, “todos os aspectos da condição humana têm alguma relação com a política”.

Nosso interesse está nesse terceiro item, a ação, que indica a vida ativa dos homens condicionados, habitando o mundo e da necessária relação com o outro.

Em livro sobre o pensamento de Hannah Arendt, Jardim (2011) traz a visão renovadora da autora sobre a política por meio da teoria da ação. A autora parte do descrédito da política na atualidade e o preconceito contra o que é público e plural para propor sua teoria. Da crise, ela propõe um novo início.

Segundo Jardim (2011, p. 68), Arendt acreditava que “o sentido da política é a liberdade”. Para ela, a política só começa quando terminam as necessidades materiais e a força física.

Como aluna de Heidegger, na Universidade de Marburgo, Arendt leu Aristóteles e aprendeu que “a liberdade é um exercício dos homens em interação, que ocorre quando eles se encontram em posição de igualdade, realizado geralmente em forma discursiva, tendo como pressuposto a demarcação de um ambiente” (JARDIM, 2011, p. 78).

Jardim afirma que Arendt segue a mesma linha de pensamento de Aristóteles, quando ele aponta que existem muitas formas de associação entre os homens. A maioria visa garantir a segurança, mas apenas a associação política proporciona a participação em uma “nova forma de vida – uma vida melhor”.

Para Arendt (2014, p. 218), “no homem, a alteridade, que ele partilha com tudo o que existe, e a distinção, que ele partilha com tudo o que vive, tornam-se unicidade, e a pluralidade humana é a paradoxal pluralidade de seres únicos”. A autora aponta que essa distinção se dá no discurso e na ação. Por meio de palavras e atos, os homens aparecem para o outro, se inserem no mundo humano. E isso é colocado pela autora como um segundo nascimento porque não se dá por necessidade, imposição ou utilidade. A simples presença do outro, a quem queremos nos juntar, nos impulsiona, nos impele a agir.

Etimologicamente, agir vem da palavra grega *archein* e significa começar, conduzir e, finalmente, governar. Em latim, *agere* é imprimir movimento a alguma coisa. Assim, Arendt aponta que o sentido mais geral de agir é tomar iniciativa, iniciar, corresponde ao nascimento. Já o discurso é a distinção, a pluralidade, é ser distinto entre os iguais.

Ação e discurso são intimamente relacionados. A autora é enfática ao afirmar que ação precisa do discurso. Agindo e falando, os homens revelam quem são, mostram suas identidades pessoais únicas na teia de relações humanas existentes em todos os lugares em que os homens vivem juntos. Assim,

É em virtude dessa teia preexistente de relações humanas, com suas inúmeras vontades e intenções conflitantes, que a ação quase nunca atinge seu objetivo; mas é também graças a esse meio, onde somente a ação é real, que ela produz histórias, intencionalmente ou não, com a mesma naturalidade com que a fabricação produz coisas tangíveis (ARENDR, 2014, p. 228).

Outra característica da ação, apontada por Arendt (2014, p. 238), é que ela nunca acontece no isolamento. A ação e o discurso necessitam da presença dos outros, depende da esfera pública para ser exercida. A imprevisibilidade do resultado também é outra característica da ação, e se relaciona com o “caráter revelador da ação e do discurso, nos quais alguém revela seu si-mesmo sem jamais se conhecer ou ser capaz de calcular de antemão a quem revela”.

Para a autora, o remédio contra a imprevisibilidade da ação é a capacidade humana de prometer e cumprir promessas. A promessa também é uma característica da ação e é a base para pactos e tratados, representando o valor da palavra humana.

Já o perdão tem a ver com seu aspecto de irreversibilidade da ação. Não há como desfazer o que se fez. A única saída é começar de novo, assegurado pelo perdão, uma maneira de desfazer os atos do passado. Assim, perdão e promessa formam um par. O perdão redime o passado e a promessa instaura o futuro.

Valorizando a relação humana, Arendt diz também que, a rigor, a *pólis* não é a cidade em sua localização física, mas a organização das pessoas, que criam um espaço conjunto por meio do agir e do discurso. E essa esfera pública, esse espaço da aparência, é essencial para a ação e o discurso, por ser o contexto onde há o reconhecimento.

Para a autora, o poder não pode ser armazenado, mantido, e só existe em sua efetivação quando palavra e ato não se separam. Assim, o poder passa a existir a partir da reunião de pessoas que “agem em concerto” e desaparece quando elas se separam. A força da promessa e do contrato mútuos as mantém unidas.

A soberania de um grupo de pessoas que se mantém unidas vem do propósito acordado nas promessas válidas e vinculativas, vem da moralidade, que é mais que a reunião de *mores*, de costumes e padrões de comportamento, aprovados por meio de acordos.

Podemos afirmar que a soberania do grupo Utilidade Capixaba – ES – UP vem da ética ali fundada, ética entendida, como já explicamos, como o acordo que permite a convivência e, por que não dizer, do agir e do discurso de cada membro do grupo, em uma ambiência digital, ou *pólis* informacional.

O discurso citado por Arendt pode ser entendido como a comunicação orientada ao relacionamento e à convivência entre os homens. Na atualidade, sua centralidade se equipara à dificuldade de seu estabelecimento em bases efetivas, por mais paradoxal que possa parecer. Vejamos com Dominique Wolton em que contexto se insere essa que chamamos de *pólis* informacional.

2.3 – A comunicação como desafio

Wolton (2010, p. 12) chama a atenção para o excesso de informação circulante nessa esfera pública digital, mas, para ele, isso não significa melhor comunicação porque “informar não é comunicar”. O pesquisador acredita que “a informação é a mensagem. A comunicação é a relação, que é muito mais complexa. O desafio é menos de compartilhar o que temos em comum do que aprender a administrar as diferenças que nos separam”.

Assim, a comunicação esbarra no outro, na alteridade, e seu desafio é, fundamentalmente, aprender a conviver pacificamente entre pontos de vista diferentes – o desafio da “ação”, estudado por Arendt. Para o autor:

A revolução do século XXI não é a da informação, mas a da comunicação. Não é a da mensagem, mas a da relação. Não é a da produção e da distribuição da informação por meio de tecnologias sofisticadas, mas a das condições de sua aceitação ou de sua recusa pelos milhões de receptores, todos sempre diferentes e raramente em sintonia com os emissores. Os receptores, destinatários da informação, complicam a comunicação. A informação esbarra no rosto do outro. Sonhava-se com a aldeia global. Estamos na torre de Babel (WOLTON, 2010, p. 15).

Isso porque a aldeia global virou realidade apenas no viés tecnológico, mas não no social, na cultura e na política. Os receptores resistem às informações que os importunem ou desgostem e querem expressar suas opiniões e maneiras de enxergar o mundo. Isso gera incomunicação, quando o receptor “não está sintonizado ou discorda”, e a necessidade de negociações constantes para viabilizar a convivência.

Wolton alerta para o triunfo da informação e das tecnologias e lembra que nas redes sociais, como o próprio nome diz, é o social, o humano que importa. Para ele, o progresso técnico é o melhor e o pior da comunicação. Ao mesmo tempo que sai da comunicação fechada, amplia contatos, traz abundância de informação e circulação em grande velocidade, e sem controle, mostra de forma evidente as marcas da incomunicação.

Ele alerta que a internet agrada os usuários pela abundância de informação, mas é preciso cuidado com a má informação. Isso porque o espaço de liberdade da

internet é também espaço para crimes, manipulações e boatos, já que não há confirmações de boa parte das informações que circula.

O autor acredita que a performance técnica não basta para resolver as relações humanas e seus desafios. Em resumo, a abertura de um território informacional interativo na internet não alterou a complicada relação dos “indivíduos com a cadeia informação-poder-segredo-boato”.

Para Wolton (2010, p. 14), “é preciso impedir que a informação e a comunicação, até ontem fatores de aproximação, tornem-se aceleradores de incompreensão e de ódio justamente por serem visíveis todas as diferenças e toda alteridade”.

Como Arendt, Wolton coloca a comunicação como algo inerente à condição humana. Ele aponta três razões para a comunicação acontecer: a necessidade de compartilhar; a sedução, inerente às relações humanas e sociais; e a tentativa de convencimento do outro durante as trocas informacionais. Nessa fase de negociação, quando os atores tentam chegar a um acordo, pode-se administrar a incomunicação. Isso é possível quando o resultado da negociação é positivo, quando se chega a um acordo, o que permite a convivência ética.

Se ontem comunicar era transmitir, já que as relações humanas costumavam ser hierárquicas, hoje comunicar é quase sempre negociar, pois os cidadãos estão cada vez mais em situação de igualdade. E Wolton alerta que o conceito de negociação pressupõe cultura democrática. Não há negociação em sociedades autoritárias ou totalitárias. Para o autor, os homens têm diante de si um desafio mais complexo, o aprendizado da convivência em paz. Para isso, é necessário investir no respeito, na confiança mútua e na tolerância.

Na mesma linha de pensamento, Muniz Sodré (2014, p. 9) diz que “originalmente, comunicar – ‘agir em comum’ ou ‘deixar agir o comum’ – significa vincular, relacionar, concatenar, organizar ou deixar-se organizar pela dimensão constituinte, intensiva e pré-subjetiva do ordenamento simbólico do mundo”. Assim, os seres humanos são comunicantes porque há um comum a ser partilhado. Para isso, é

necessário se relacionar e “organizar mediações simbólicas”. Nesse sentido, a comunicação é a principal forma organizativa da sociedade.

Para Sodré,   impossível o homem não se comunicar. Até mesmo o silêncio comunica. E também   impossível não viver em comunidade. Os homens estão vinculados uns aos outros, vincula o aqui entendida como obrigatoriedade, como uma força compulsiva.

Etimologicamente, comunica o vem do latim *communicatio/communicare*, que significa “partilha”, “participar de algo” ou “pôr-se em comum”. Sodré chama a aten o para o foco na intera o, que   uma partilha comunicacional, mas que acabou sendo entendida, convulsionada pela técnica, como transmissão de mensagens.

Ele critica as abordagens que levam em conta apenas o sistema técnico, as máquinas, e valoriza o humano, suas rela oes e o comum a ser partilhado. Abordagens assim seriam o mesmo do que diz Horkheimer, citado por Sodré (2014, p. 190): “a máquina expeliu o maquinista; está correndo cegamente no espaço”. Para o autor, a exemplo de Arendt, o homem   o agente desse mundo em que a questão técnica impõe novas formas de socializa o.

O autor propõe que “a *communicatio*, assim como a comunica o, não   transmissão de informaçoes nem diálogo verbal, e sim uma forma modeladora (organiza o de trocas reais) e um processo (a o) de pôr diferenças em comum” (SODRÉ, 2014, p. 193).

Essas difíceis tarefas de constru o de pontes entre as diferenças, de negocia o da convivência, de cria o de um pacto ético em um ambiente digital, serão analisadas no terceiro capítulo, quando nosso objeto empírico será desvelado, em uma abordagem que valoriza o humano, como preconiza Sodré. Antes, faz-se necessário abordarmos teoricamente o boato como discurso na a o digital. Isso porque os boatos relacionam-se com aspectos decisivos para a  tica e a convivência humana, em quaisquer territórios que sejam, ainda mais quando são

potencialmente agravados pela difusão amplificada e velocíssima das técnicas digitais.

2.3.1 – Boato como discurso na ação digital

Como alertou Wolton (2010), a internet é local de abundância de informação, mas isso não representa melhor comunicação. Nela há também espaço para crimes, manipulações e boatos. Isso porque boa parte das informações que ali circulam não são confirmadas.

Dessa forma, e a partir do objeto de nossa pesquisa, encontramos Kapferer (1993, p. 16), estudioso francês com livro considerado referência internacional de pesquisa sobre boato³¹. Para o autor, o boato é a mais antiga mídia do mundo. Kapferer abandona a concepção tradicional que associa boato à falsa informação por acreditar que a palavra boato não transparece seu conteúdo verdadeiro ou falso. “Chamaremos, portanto, de boato a emergência e a circulação no corpo social de informações que não foram ainda confirmadas publicamente pelas fontes oficiais, ou que não foram desmentidas por estas”.

Antecipando a fonte oficial, o boato é, ao mesmo tempo, político e sociológico. A ideia de fonte oficial é política, que estipula por consenso quem tem autoridade jurídica para falar sobre determinado assunto. Nesse sentido, o boato passa a ser uma “relação com autoridade: desvendando segredos, sugerindo hipóteses, ele obriga as autoridades a falar. Além disso, ele põe em cheque o estatuto de única fonte autorizada a falar”.

Discurso espontâneo, primeira rádio livre, o boato é uma palavra de oposição e não se convence pela negativa oficial. “Informação paralela e, algumas vezes, oposta à informação oficial, o boato é um contra-poder”.

O autor remonta aos primeiros estudos sistematizados sobre os boatos, de origem norte-americana, na época da Segunda Guerra Mundial, tema de boatos com efeitos negativos nas tropas e na população. Allport e Postman, citados por Kapferer (1993,

³¹ Cf. http://www.kapferer.com/home.php?v_lang=EN. Acesso em: 31. mar. 2016.

p. 5), foram os pioneiros nesse tipo de estudo e definiram o boato como “proposição ligada aos acontecimentos diários, destinada a ser aumentada, transmitida de pessoa a pessoa, habitualmente através da técnica do ouvir-dizer, sem que existam dados concretos capazes de testemunhar sua exatidão”.

Segundo Kapferer, geralmente um boato, sendo informação não-oficial, tem início fora dos canais da mídia tradicional, e é difundido “oralmente ou através de panfletos”. O autor escreveu o livro quando era presidente da Fundação para o Estudo e Informações sobre os Boatos, na França, na década de 90, antes da disseminação das redes sociais na internet. Naquela época, ele já dizia que um dos traços do boato é a sua propagação em alta velocidade. Isso acontece porque o boato, que é uma informação, possui um valor, vale ouro.

Para Kapferer, o boato é um comportamento, uma espécie de surto que envolve um grupo que passa a “boatar” a respeito de um testemunho, de uma informação ou acontecimento. O público repete, de forma espontânea, as informações que possui, interpreta, avalia e define a opinião pública a respeito. Assim, o boato é uma obra coletiva.

O autor justifica a disseminação de boatos: é preciso que essa informação seja esperada, imprevista, que corresponda aos anseios e temores, e que traga consequências imediatas e importantes para o grupo. Assim, o boato corre porque haveria perigo iminente, físico ou simbólico, e o alerta sobre a informação urgente serve para o grupo decidir o que deve fazer com a notícia. Aí surge a necessidade de falar, divulgar mesmo sem verificar sua veracidade, para saber o que fazer.

Na maioria dos casos, a fonte do boato é desconhecida e, nesse caso, o critério de verdade passa a ser puramente social, ou seja, o verdadeiro passa a ser o consenso definido pelo grupo. Falar é engajar-se em uma discussão e decisão coletiva acerca do tema. Para Kapferer (1993, p. 50), “o boato é uma carta anônima que qualquer um pode escrever impunemente”.

Muitas vezes, a mídia funciona como distribuidor de boatos por acelerá-lo e autorizá-lo. Isso porque dando espaço ao boato, a mídia aumenta a sua circulação. Muitas

peças passam a saber do boato a partir da sua divulgação oficial. Autoriza-o porque sua divulgação dá credibilidade ao boato, que adquire um status de verdade, na opinião de Kapferer.

O autor cita como exemplo a cobertura de parte da imprensa brasileira às vésperas da morte do presidente Tancredo Neves, que adoeceu e veio a falecer às vésperas de tomar posse, após décadas de regime militar, o que fomentou boatos. A imprensa passou a dar informações diárias sobre o caso, colocando em dúvida a versão oficial e dizendo que haveria algo escondido a respeito da doença do futuro presidente.

Assim, o boato contesta a realidade oficial e propõe uma nova realidade. Ele não é necessariamente falso, mas é necessariamente informação não-oficial. Antes das mídias de massa, acreditava-se que o boato existia pela falta de “meios de comunicação confiáveis e controlados”, mas a coexistência de ambos mostra que o boato é uma mídia complementar, com informações paralelas. Ao mesmo tempo que a mídia é uma poderosa difusora de boatos, também o controle deles não pode ser feito sem ela.

O autor destaca também a pouca eficácia dos desmentidos dos boatos. Assim, o desmentido gera dúvidas mesmo para as pessoas que acreditaram nele. Para Kapferer (1993, p. 252), o tratamento da informação no cérebro humano é cumulativo. “O que foi apreendido ficou apreendido (pelo menos a curto prazo). O desmentido não é, portanto, nunca uma retirada de uma informação, mas sim a superposição de duas informações, que só podem se somar”.

Kapferer propõe que há seis tipos de boatos, que diferem quanto ao conteúdo, à função, à origem, entre outros. O primeiro tipo é o boato que tem início com um “acontecimento que impressiona a opinião pública local”, em que as pessoas, por falta de mais informações oficiais rápidas e satisfatórias, criam sua versão pessoal e coletiva sobre o ocorrido, selecionando as hipóteses mais satisfatórias.

O segundo tipo é o boato intencional, introduzido voluntariamente para tirar proveito político de um acontecimento. Esse tipo de boato é comum próximo das eleições, por exemplo.

O terceiro tipo de boato é espontâneo e parte de um detalhe, um indício que passou despercebido, com explicações sem fundamento. O quarto tipo também parte de detalhe, mas foi introduzido no corpo social intencionalmente.

O quinto tipo é o boato fruto da imaginação, que surge do nada, sem nenhum fato, sinal, detalhe que poderia dar margem a uma outra interpretação. Nascem e renascem espontaneamente. Já o sexto tipo é o chamado boato “lenda urbana”, que são transmitidas oralmente, no boca a boca, nas antigas gerações e entre os jovens.

A seguir, confira (tabela 2) quadro de Kapferer (1993) sobre os seis tipos de boatos e suas origens:

Tabela 2- Tipos de boatos, segundo Kapferer		Parte de um acontecimento	Parte de um detalhe	Imaginário puro
Origem	Espontâneo	1	3	5
	Provocado	2	4	6

Kapferer destaca os boatos que são “estórias” exemplares, que narram, em estrutura constante, um acontecimento extraordinário a uma pessoa comum. É o famoso “poderia acontecer conosco”, o que gera identificação e rápida proliferação. Geralmente, terminam com lição de moral.

Com estudos sobre boatos contemporâneos ao ambiente digital, Renard (2007a) destaca que o “fenômeno do boato é tão antigo quanto a palavra humana” e permanece até hoje como fonte de informação, apesar da existência dos meios de comunicação de massa, como o jornal impresso, o rádio, a TV e a internet. Nas nossas relações sociais, não resistimos a uma novidade quando um amigo nos pergunta: “tu sabes da última?” Nosso impulso é acreditar, por confiarmos no amigo e por ser humanamente impossível checar todas as informações na nossa vida cotidiana.

Para Renard, o termo boato possui dois sentidos. O primeiro deles dialoga com Kapferer e define boato como informação não-verificada. Se o boato, após verificado, for exato, daí passa a ser chamado informação, “um saber sobre a

realidade”. O segundo tem o boato como informação falsa. Se a verificação da informação nos mostrar que a informação é inexata, trata-se de um boato no segundo sentido do termo.

Para checar o grau de veracidade de um boato, o pesquisador precisa se apoiar no trabalho dos jornalistas, policiais, historiadores ou qualquer outro “especialista competente para estabelecer a realidade dos fatos e acontecimentos. A pesquisa chega, frequentemente, a descobrir elementos factuais que, uma vez deformados e metamorfoseados, contribuem para o nascimento do boato” (RENARD, 2007a, 99).

Há boatos formados por um simples enunciado. Um sujeito (pessoa, grupo social, étnico ou mesmo um lugar) ligado a um predicado (ação ou estado). Outros têm forma de narrativas, pequenas histórias chamadas de lendas. Assim, Renard aproxima duas correntes de estudos sobre boatos: a pesquisa psicológica e sociológica, que teve início na Segunda Guerra Mundial; e a pesquisa etnográfica sobre as narrativas populares (contos e lendas), organizada, principalmente, pelos folcloristas franceses no final do século XIX e início do século XX.

O autor esclarece que nomeia “lendas contemporâneas” ou “lendas urbanas” as histórias cujos protagonistas são contemporâneos dos narradores. Assim, ele as diferencia das lendas tradicionais. Dito isso, o autor propõe a seguinte definição:

Um boato ou uma lenda urbana é um enunciado ou uma narrativa breve, de criação anônima, que apresenta múltiplas variantes, de conteúdo surpreendente, contada como sendo verdadeira e recente em um meio social que exprime, simbolicamente, medos e aspirações (RENARD, 2007a, p. 98).

Para Renard, há três tipos de boatos, de acordo com a extensão de sua área de difusão. De menor alcance, o primeiro deles são as fofocas, que ficam em um meio restrito (casa, trabalho, cidade) e marcam os indivíduos em algum dos domínios da vida cotidiana: dinheiro ou trabalho, amor ou sexo, saúde. Já os boatos interessam um meio social de maior extensão, como um grupo comunitário ou nacional. As lendas contemporâneas, o terceiro tipo, têm disseminação internacional.

De acordo com Renard (2007a, p. 104), acreditamos nos boatos ou lendas por quatro razões: eles revelam informação surpreendente que alerta sobre algum

perigo; eles evocam um problema social real e atual, mesmo que indiretamente; eles espalham uma mensagem moral, distinguindo bons e maus; e eles resgatam temas folclóricos antigos. “É a forma moderna das narrativas lendárias de antigamente. Como os contos e lendas do passado, quanto maior forem a simplicidade e a força da carga simbólica dessas narrativas, maior será o sucesso obtido”.

Michel-Louis Rouquette, citado por Renard (2007a), definiu boato por meio de quatro traços característicos: a instabilidade, já que o conteúdo da mensagem muda em sua formação e quando se adapta a novos lugares; a implicação, pois as histórias que mais chamam nossa atenção são as que nos dizem respeito; a negatividade, considerado traço dominante do boato, já que nove a cada dez boatos são negativos, por relatarem acontecimento infeliz, detestável ou que alerta para um perigo; e a atribuição, ou seja, a fonte apontada pelo narrador para dar veracidade à informação.

Renard (2007b, p. 25) afirma que a internet tem um grande papel na divulgação de boatos e lendas. “O e-mail e as mensagens pelo celular exprimem a cultura oral por meio da escrita. A tecnologia reforçou a divulgação das lendas, entretanto, a internet produziu também o antídoto”, citando uma série de sites, em inglês e francês, dedicados a colecionar e negar boatos e lendas. Para o autor, “a internet, quando se fala em boatos e lendas, é o veneno e o antídoto”.

Em dissertação de mestrado intitulada “A Dinâmica dos rumores na rede: a web como espaço de propagação de boatos virtuais”, Reule (2008) afirma que são os dispositivos textuais, ou seja, os comentários dos membros, que fortalecem ou enfraquecem a disseminação de um boato como falsa informação.

A autora chama de dispositivos textuais fortalecedores os comentários que reforçam e dão credibilidade ao boato. Assim, outros participantes podem ser influenciados a “tomar o boato como verdade”. Já os dispositivos textuais enfraquecedores são aqueles comentários em que o membro da comunidade ou grupo virtual desabona a informação, fazendo outros participantes a desacreditar na mensagem. Assim, atenuam ou controlam a disseminação de um boato.

Reule (2008, p. 100) estudou a disseminação de boatos virtuais, conhecidos como *hoaxes*, no extinto Orkut e acredita que “o repasse da informação, no caso, falsa, é impulsionada na Web não apenas pelo suporte tecnológico oferecido, mas também por condições psicológicas, sociais e mesmo emocionais”.

Na mesma linha de pensamento de Renard, a autora argumenta que a internet é fonte importante para disseminar e controlar boatos eletrônicos. Também pondera que um dispositivo enfraquecedor não é garantia para conter a disseminação de um boato. Pelo contrário, se não convencer os demais membros, pode reavivar o debate sobre o tema. Assim, uma falsa informação na web tende a circular entre dois extremos: pode tender à estagnação ou à disseminação rápida. Isso porque os boatos não morrem, ganham novas versões. Podem ser adaptados, transformados ou controlados.

Reule (2008, p. 108) conclui que são as ações e emoções humanas que determinam se um boato será disseminado ou enfraquecido. “Apesar de se discutir a questão tecnologicamente, são receios humanos que motivam os debates nos fóruns analisados”.

A autora afirma que “o suporte tecnológico apenas potencializa a propagação e o alcance dos boatos virtuais”, que ganham força devido à estrutura oferecida aos participantes nesses ambientes digitais de produção coletiva. São espaços abertos para troca de informações e ideias, que possibilitam a aproximação de interesses comuns e colocam a disseminação do boato como assunto de debate. A exemplo da comunicação presencial,

na esfera digital, o que se pode dizer é que fica a critério de cada internauta, munido de seus próprios anseios, argumentos, interpretações e experiências quando inseridos em ambientes de coletividade, estabelecer seus limites de credulidade sobre toda e qualquer informação repassada, para só então se manifestar sobre o assunto (REULE, 2008, p. 109).

Como bem disse Kapferer (1993), o boato é a mais antiga mídia do mundo e é transmitido pela linguagem oral ou escrita, em uma relação entre as pessoas. Na Idade Média e no Renascimento, por exemplo, verdade/mentira, as histórias fantasiosas e exageradas já faziam parte da cultura popular, como conta Bakhtin (2013) em obra sobre o contexto de François Rebelais.

Na cultura da praça pública, o riso, a hipérbole, o grotesco, o disparate, o duplo sentido e a ambiguidade das palavras (que poderiam ser elogiosas ou injuriosas) tinham papel importante e faziam parte do cotidiano das pessoas, principalmente durante as festas, como carnaval e feiras. Isso criava uma dualidade do mundo, um oficial, com rígidos padrões da Igreja e do Estado feudal; e outro não-oficial, livre das regras, que se diferenciava e se distanciava da estabilização oficial.

A palavra popular de dupla tonalidade trazia “a fusão permanente da mentira e da verdade, do mal e do bem, das trevas e da claridade, da maldade e da gentileza, da morte e da vida” (BAKHTIN, 2013, p. 379-380).

Se antes os boatos eram disseminados nas praças públicas, feiras livres, festas populares, no boca a boca e em panfletos, na contemporaneidade ganhou contornos de difícil controle com o advento das redes sociais na internet. Isso porque o rumor eletrônico se propaga rapidamente. A dualidade do mundo *on-line* e *off-line* nos confronta diariamente. Mas, diferentemente da Idade Média, não são mundos distantes. Um faz interface com o outro, se sobrepõe, impõe consequências mútuas.

Assim, o que antes era disseminado em conversas face a face ou em narrativas com suporte físico, agora ganhou também um potente canal de disseminação *on-line*. Boase e Welmann (2008) chamam de virose de mercado a proliferação de “ruídos” em diferentes grupos por meio do boca a boca e do poder amplificador da Internet, como já citamos na seção 1.4.

A partir do conceito de boato de Kapferer, podemos afirmar que grande parte das informações que circulam em grupos fechados nas redes sociais de internet são, potencialmente, boatos, por não haver confirmação de fontes consagradas eticamente como as porta-vozes da verdade. Muitas vezes, a mídia tradicional traz reportagens desmentindo os boatos ouvindo fontes oficiais, trazendo o boato como informação falsa após a verificação da informação, conferindo o segundo sentido do termo indicado por Renard (2007a).

Outras vezes, o filtro é social, feito pelos próprios membros das redes sociais na internet, e acontece após a publicação, como observou Shirky (2010), também

citado na seção 1.4. O que Shirky chama de filtro social, Reule (2008) chama de dispositivos textuais enfraquecedores. Desmentidos de boatos via imprensa e/ou por meio dos membros do grupo serão vistos no próximo capítulo, quando analisaremos nosso objeto empírico e o conteúdo postado no grupo, inclusive boatos.

Isso porque os tipos de informações que circulam no grupo do Facebook Utilidade Capixaba – ES – UP, sua sustentabilidade, os motivos para o uso e a participação dos membros, os tipos de interações, o gerenciamento do grupo e o padrão ético das postagens serão analisados no terceiro capítulo, que se intitula Ética e Comunicação no Utilidade Capixaba – ES – UP.

3 – ÉTICA E COMUNICAÇÃO NO UTILIDADE CAPIXABA – ES – UP

3.1 – Apresentação, história e gerenciamento

Verificados os fundamentos de relações humanas (ética, ação, discurso, comunicação etc.), com suas marcas e desafios, é hora de observar em nosso caso de estudo, qual é a ética e quais são as marcas do regime de comunicação que norteiam o grupo fechado no Facebook Utilidade Capixaba – ES – UP. O grupo possui o maior número de membros entre os seus pares: 139.143, em 19 de julho de 2016³².

Como informado na introdução desta dissertação, para ser membro é preciso solicitar ao administrador/mediador do grupo. Após ser aceito, qualquer membro pode postar, curtir, comentar e compartilhar. O território não é anárquico. Há mediação e os comportamentos considerados indevidos são punidos com a exclusão da postagem ou do grupo.

Criado em 2009 ou 2010³³ com o nome Cidadão Capixaba – ES – UP³⁴, o grupo se envolveu em uma polêmica com o então delegado de Delitos de Trânsito do Espírito Santo, Fabiano Contarato, por divulgar locais de blitzes da recém-aprovada Lei Seca. Assim, a pedido do delegado, a Justiça determinou que o grupo fosse retirado do ar, em 2012. Criado novamente, passou a se chamar Utilidade Capixaba. Em 2013, houve novo pedido de retirada do ar, acatado pela Justiça³⁵. O grupo foi criado de novo, com o nome Utilidade Capixaba – ES – UP e, atualmente, uma de suas regras é não informar os locais de blitzes de trânsito.

³² O grupo cresce diariamente. Em 5 de setembro de 2014, quando a presente dissertação ainda era um pré-projeto a ser apresentado no programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, na Ufes, o Utilidade Capixaba – ES – UP possuía 92.247 membros. Em 2 de novembro de 2015, o número de membros era 124.958. Em 19 de julho de 2016, o grupo possuía 139.143 membros.

³³ Informação passada em entrevista presencial realizada com um dos moderadores do grupo, que não soube precisar a data de criação.

³⁴ Cf. <http://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2012/08/justica-do-es-decide-retirar-pagina-que-divulga-blitze-em-rede-social.html>. Acesso em: 28 nov. 2015.

³⁵ Cf. http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2013/07/noticias/cidades/1454093-justica-determina-ao-facebook-que- retire-pagina-de-grupo-do-ar.html. Acesso em: 2 jul. 2015.

Em entrevista em profundidade, realizada na Ufes em 2 de outubro de 2015, o administrador mais antigo³⁶, que será chamado aqui de “Gestor A”, contou que o grupo nasceu com o intuito de oferecer informação colaborativa, como alertas sobre engarrafamentos, enchentes, animais de estimação perdidos e blitz. “Internet como área livre, tinha aviso de tudo. E a gente percebeu que esse aviso de blitz era a principal forma de captação do grupo”, já que o mesmo havia ficado famoso por causa disso. E o Gestor A defende o grupo dizendo que ele nunca teve conteúdo exclusivo sobre blitz e justifica a divulgação que gerou a polêmica nos primeiros anos: “Como não tem uma regra específica sobre proibição de divulgação de blitz, a gente deixou”.

Para ele, o grupo estava chamando a atenção da imprensa e das autoridades pela quantidade de participantes. “Não tinha grupo no Facebook de informação colaborativa mesmo, regional, com esse tamanho. Contarato se viu [...] colocado contra a parede. E ele também tinha a função de combater”. Confirmando o dinamismo da internet, ele conta que assim que o grupo foi retirado do ar, um novo foi criado, no mesmo dia. E, quanto mais divulgação na imprensa, mais novos membros o grupo atraía. Acostumados a receber de 30 a 40 novas solicitações por dia, na época de grande divulgação na mídia tradicional chegou a aceitar 780 pessoas em um único dia.

Das duas vezes que o grupo foi retirado do ar, o administrador da página não recebeu nenhuma notificação do Facebook. “Você entra e dá que o grupo não existe. A gente nunca foi notificado de nada, nem nos perfis. Nada. Alguém que foi acessar disse que o grupo sumiu”. Recriado, os mediadores optaram por não permitir a postagem de blitz, “em respeito à posição do delegado”.

O administrador entrevistado conta que “até então não havia posição jurídica nenhuma, não havia nenhuma sentença no país versando sobre o tema”. Como advogado, ele tinha ciência de processos contra contas de Twitter que falavam de blitz da Lei Seca, em Goiás e no Rio de Janeiro. “Hoje já foi provado, a maioria insubsistente. Só esse nosso que não foi julgado e parece que ele vai ser arquivado.

³⁶ Por medo de ameaça ou coação, os administradores pediram para não ser identificados.

Estranhamente”. Segundo ele, o processo corre em segredo de Justiça e a parte requerida jamais foi citada. Em documento impresso entregue a nós pelo Gestor A, consta como requerente a Delegacia de Delitos de Trânsito e o requerido a Vara da Central de Inquéritos de Vitória. “Algo assim, na visão da área jurídica, é praticamente da época da ditadura. Tirar um grupo do ar, sem citar a parte contrária, sem saber o que é”. Em 19 de julho de 2016, o processo ainda estava tramitando, segundo informações do site do Tribunal de Justiça do Espírito Santo³⁷.

A controvérsia com o então delegado provocou a primeira baixa na gestão do grupo. Uma das fundadoras e única mulher na moderação, foi chamada para depor na delegacia e o episódio a fez desistir de participar do Utilidade Capixaba – ES – UP. Outro fundador, do sexo masculino, foi expulso do grupo após primeira reunião presencial entre os moderadores por divergências na condução da gestão, em “julho ou agosto de 2014”. Ele queria monetarizar o grupo e isso causou divergências internas. Atualmente, o rapaz expulso é o CEO de outro grupo semelhante, chamado Utilidade Capixaba³⁸, que virou uma *startup* do Sebrae.³⁹ Em 19 de julho de 2016, o grupo possuía 50.982 membros e a *cover* traz anúncios de parceiros no canto esquerdo.

Assim, o Gestor A, que conheceu os precursores do grupo pela internet e foi o primeiro moderador a ajudar a dupla, é o mais antigo membro do Utilidade Capixaba – ES – UP.

Desde então, o nosso objeto empírico está sob nova gestão. O grupo de administradores é formado por dois advogados, um médico e dois empresários, todos na faixa dos 30 anos, em média. A grande maioria se conheceu pela internet. Sobre a falta de um jornalista, o Gestor A afirma que “a gente sente que tem um dinossauro guardado no quintal na casa do cachorro. A gente não sabe se ele vai

³⁷ Cf. <http://aplicativos.tjes.jus.br/consultaunificada/faces/pages/pesquisaSimplificada.xhtml>. Acesso em: 19 jul. 2016.

³⁸ Cf. <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaoficial/>. Acesso em: 19 jul. 2016.

³⁹ Cf. http://www.eshoje.jor.br/conteudo/2014/07/economia/economia_capixaba/19849-utilidade-capixaba-ganhou-forca-nas-redes-sociais-e-e-o-startup-do-momento.html. Acesso em: 6 jun. 2016.

machucar a gente, entendeu? Aquele negócio. Não sabe como usar, não sabe para que serve, mas está lá, a gente está criando”.

Os moderadores fazem uso de dois perfis *fakes* para gerenciar o grupo: “João Lopes” e “Marco Aurélio”. “João Lopes” tem senha compartilhada com todos os moderadores. Já “Marco Aurélio”, apenas um mediador possui a senha. “João Lopes é fictício. Marco Aurélio é fictício e só um moderador tem a senha. Ele preferiu assim. [...] João Lopes é o nome de uma pessoa que trabalhou na minha casa. Rapaz conhecido pelo meu pai. Optamos pelo *fake* para preservar nossos perfis pessoais, se não a gente ia ser atacado. Aconteceu isso, isso, isso. No nosso pessoal a gente não quer. Criamos um perfil só para isso mesmo”, conta.

O Gestor A lembra que antes o administrador se chamava Penedo. “Mas o Facebook desconfiou que era *fake*, tinha muito *fake* só com um nome. Precisava de dois nomes, a gente colocou João Lopes. Marco Aurélio a gente coloca para coisas mais incisivas”, revela.

Para gerenciar o grupo, todas as decisões são tomadas em conjunto via grupo no aplicativo WhatsApp. Também usam um aplicativo de gerenciamento de grupos, oferecido pelo Facebook, que facilita a administração/moderação. “Por exemplo, se eu achei esse *post* ofensivo, (o aplicativo permite) excluir, remover, bloquear. Bloquear ele não volta. Remover é como se fosse um *kick* (chute, pontapé), que eles falam, sai do grupo mas pode voltar caso solicitado”, explica o entrevistado. Assim, a remoção é como se fosse uma advertência.

Em maio de 2016, a partir de uma mudança no aplicativo do Facebook de gestão de grupos, foi possível hierarquizar a gestão do Utilidade Capixaba – ES – UP. Houve a criação e separação da figura do administrador e do moderador. Assim, o grupo gestor, formado pelos cinco amigos, virou administrador do grupo, com poder de mudar as configurações e de alterar todas as outras funcionalidades. Outras sete pessoas foram inseridas na gestão como moderadoras, com poder de aprovar entrada de novos membros, apagar tópicos e banir usuários. Desses, quatro são mulheres e três são homens, estudantes ou funcionários públicos, com idades entre 23 e 31 anos. Vale ressaltar que um deles é professor universitário. Nenhum deles é

jornalista. Para eles, foi criado um terceiro perfil *fake*, chamado Albanesio Lopes. A exemplo dos administradores, nenhum deles autorizou ser identificado por medo de ameaças ou represálias.

Sobre a estratégia de administração do Utilidade Capixaba – ES – UP, o Gestor A conta que a ideia é ramificar temas mais setorizados em novos grupos criados para temas específicos. “Quando um tema cresce, dá uma dominada, a gente dá uma segurada. Porque o grupo perde. O grupo é heterogêneo, é exatamente essa falta de foco”. Na data da entrevista, o grupo que o Gestor A faz parte gerenciava o Utilidade Capixaba – ES – UP, que é o principal; UC Cão Capixaba, que é só de animais; Pechincha Capixaba, só com promoções; Classificados UC ES, dedicado a anúncios; Balada Capixaba ES UP, só com anúncio de festa. “Nenhum deles tem fins lucrativos. A gente deixa lá para tirar um pouco, não fica aquela poluição no Utilidade”, afirma. Vale ressaltar que as páginas dos grupos são independentes, mas têm o mesmo grupo gestor.

O Gestor A garante que não promove *posts* no Facebook, ou seja, não faz anúncio pago para conseguir novos membros. Também nega a existência de *bots*, ou seja, perfis falsos criados e gerenciados por robôes. O que há são *posts* falando dos outros grupos setorizados, como o UC Cão, dentro do Utilidade Capixaba – ES – UP, por exemplo. “Quem tem interesse por esse tópico, vai para o grupo específico. Tira um pouco dessa questão no Utilidade. A gente quer um pouco de tudo no Utilidade. A gente não quer algo fora de controle”, disse. Ele brinca dizendo que a promoção do grupo foi feita pelo então delegado Contarato.

O Gestor A elogia o aplicativo de gestão de grupos, oferecida pelo Facebook, e conta que antes da ferramenta era mais difícil gerenciar o espaço. “Era informação colaborativa, mas não tinha denúncia colaborativa. A pessoa ia no *post* e marcava o administrador/moderador. Isso dificultava enormemente. Era péssimo. Era muito mais difícil e exigia um esforço muito maior. Hoje, como temos o aplicativo, tem a denúncia participativa. Chama a atenção. É como se fosse uma notificação de entrada. Tem um *post* denunciado e a gente tem como analisar”, explica.

Mas o que é considerado conteúdo ofensivo? Segundo o Gestor, as regras foram instituídas e são publicizadas na aba “Sobre”⁴⁰ do grupo. Todos os posts são analisados a partir delas. Interessante notar que o código de ética do grupo não proíbe divulgação de boatos e mentiras, mesmo após o linchamento e morte de uma dona de casa de Morrinhos, Guarujá, narrada na introdução.

Os administradores parecem ainda não ter despertado ou ignoram as graves consequências da divulgação de inverdades e concentram energia para retirar do ar anúncios não autorizados e *posts* denunciados pelos próprios membros. “O que não se encaixa a gente tira. Igual propaganda. Propaganda desde que autorizada pela moderação. Às vezes tem um colaborador, amigo, que fez uma doação no UC Cão, uma doação de ração, aí a gente quer fazer uma gentileza: posso colocar um anúncio da minha marcenaria? Aí a gente coloca lá, publicação autorizada. Mas é muito raro. Nunca com fins monetários. A gente nunca ganhou nem um real com o Utilidade. Pelo contrário”.

A propaganda autorizada é válida apenas por um dia. Se precisar de mais de um dia, é preciso nova conversa com os mediadores. “É um dia de publicação. Porque a visualização, pelo o que eles falam, quem já chegou a anunciar, é grande. Tem até um retorno grande. Por isso que muita gente tenta colocar propaganda lá no grupo e

⁴⁰ A aba “Sobre” está disponível na página inicial do grupo, a direita das postagens. A descrição traz a normativa do grupo e descreve os objetivos e proibições. Vale ressaltar que não há proibição de divulgação de boatos e mentiras, que são recorrentes e têm graves consequências. Os objetivos são: “ser o primeiro e maior canal de informação colaborativa do Estado do Espírito Santo; Fazer fóruns e discussões sobre os assuntos do nosso dia a dia relacionados a política, administração das prefeituras e do Governo do Estado, trânsito, serviços particulares e públicos, reclamações, opiniões e sugestões diversas; e principalmente para tornar unido e ativo um povo coeso e que precisa ter uma voz mais forte!” São proibidos: “agressões a membros do grupo; divulgação de blitz policial (para qualquer finalidade); brincadeiras de mau gosto; chats que a moderação considerar desnecessários serão apagados; sempre que um fórum ou chat for encerrado com a frase FÓRUM FECHADO fica terminantemente proibida a inscrição de qualquer post, sendo necessário comunicado prévio ao moderador caso haja necessidade de resposta para algo postado anteriormente ao encerramento, podendo o infrator sofrer sanções, exclusão e até ser banido; fica proibido o uso de figurinhas e imagens com conteúdo pornográfico; todo e qualquer membro que desrespeitar as regras impostas aqui sofrerá sanções, postagens de animais perdidos devem ser postadas apenas no UC Cão (<https://www.facebook.com/groups/703368616423875/?ref=bookmarks>)”. Há ainda observações pedindo para não postar “propaganda política; vendas ou compras que não sejam autorizadas pela administração do grupo; divulgação de eventos sem a autorização da administração. Críticas e sugestões devem ser encaminhadas para o perfil @joaolopes através de inbox (mensagem). Lembramos que desvios de conduta acarretam punições.”

a gente bane eternamente. Colocou propaganda, acabou. Às vezes tem um membro que é muito ativo, pede para voltar. Então a gente analisa”, explica.

O Gestor A ressalta que o banido tem que pedir para voltar. Para ele, isso mostra que a pessoa tem realmente interesse em participar do grupo, em agregar conteúdo para discussão.

A maior parte das exclusões do grupo é por causa de propaganda indevida. Os casos aumentam perto do fim de semana. São *posts* de microempresas e negócios informais. Se no início da semana, são 7 a 12 pessoas banidas por dia, perto do fim de semana as expulsões chegam a 30 por dia por causa de anúncios.

Mesmo com as exclusões, o grupo cresce diariamente. No dia da entrevista, da meia-noite às 14h02 havia 112 notificações com pedidos para ser membro do grupo. Os mediadores deixaram de aceitar a partir desse horário estipulado para terem ideia da quantidade de novos membros diários. “Até de noite isso aumenta. A partir das 20 horas a gente sente que é o horário com o maior número de participação. Entra muita gente. Vai alcançar hoje umas 250 pessoas, por aí”, acredita.

O Gestor A entrevistado observa que eles não podem proibir a indicação de serviços. “Alguém chega e pergunta: quero indicação de eletricitista. E a gente sabe que quem perguntou é o amigo do eletricitista e a primeira indicação é o nome dele, mas a gente não pode fazer nada porque é prestação de serviço. Eu mesmo já precisei e fui muito bem atendido”, revela.

Questionamos se o entrevistado ou outro administrador já conseguiu cliente por meio de indicação no Utilidade Capixaba – ES – UP. “Já me indicaram. O outro advogado do grupo já me indicou. Efetivamente, dentro do escritório, eu tive duas clientes que foram do Utilidade Capixaba. Eu tenho mais de 3 mil clientes. É algo assim inexpressivo. Mesmo porque a advocacia proíbe [...] A pessoa tem que vir pelo seu *inbox*. Não posso nem concordar. Não posso colocar nem um logo. Seria uma captação abusiva. A gente não pode nem colocar anúncio de nada. Eu adoraria colocar aqui: Utilidade Capixaba, patrocínio, mas eu não posso”.

E como os administradores lidam com informações que não procedem? O entrevistado explicou que os *posts* denunciados vão para uma linha de denunciados, no aplicativo de gerenciamento de grupos. “A gente avalia, vê se realmente procede e apaga. Não tenho como passar o dia vendo se procede, se postou certo. A responsabilidade pela postagem é do usuário. A gente vê mais algo de flagrante que afronta imagem de alguém, imagem ofensiva, violência explícita, não queremos fazer do Utilidade um banho de sangue. A gente vê, apaga, notifica o usuário, muitas vezes fala que não pode. Quando o tópico é só de mau gosto, a gente notifica, mas não bane a pessoa, a não ser se ela se alterar. É bem subjetivo. Cada um tem uma linha lá”, disse, referindo-se à conduta de cada mediador.

No caso de agressão a outro membro, a pessoa precisa denunciar, dizer que se sentiu agredido, e enviar “um *print*” para a mediação. “A gente avalia. Porque muitas vezes a pessoa está um pouco alterada, quer que o outro seja banido mais por birra, mas não houve agressão, nada que abalasse a honra”, pondera. Assim, cada caso é avaliado individualmente e o próprio entrevistado reconhece que a análise, muitas vezes, é subjetiva. Segundo ele, toda semana há casos de exclusão por agressão, muitas vezes feitos por pessoas debochadas. “Tiramos os que extrapolam os limites. Nossa, é horrível”.

Para o Gestor A, o grupo mantém sua finalidade original: informação colaborativa. “É saber da notícia. O que está acontecendo hoje na cidade? Tanto policial, deram tiro aqui na Praia do Canto⁴¹, todo mundo saiu correndo, tem vítima. Quanto, trânsito congestionado por causa de manifestação. Aliás, as manifestações são muito organizadas por ali. Os estudantes e demais cidadãos usam o grupo, abrem tópico, para organizar manifestações por ali”.

Ele conta que o Utilidade Capixaba – ES – UP foi o primeiro a dar a “notícia”, com foto, de um incêndio que destruiu o Supermercados Perim, em Vitória, em agosto de 2012. Também ganhou muitos membros na época das enchentes que assolaram o Espírito Santo, em 2013; e nas manifestações de junho de 2014 contra a realização da Copa do Mundo da FIFA no Brasil. “É um jornal. Um jornal ao vivo. Superlegal!

⁴¹ Bairro nobre da cidade de Vitória.

Tem muita gente que usa para pedir indicação de profissionais, onde acho isso ou aquilo, e a gente acha que também é utilidade, faz avaliação de estabelecimentos”.

O entrevistado afirma não ter ideia da quantidade de novos *posts* diariamente. “Tenho certeza que são mais de 50 por dia. É pesado mesmo. A gente não tem tempo de ver nada. O *post* sobe de acordo com as curtidas e comentários. Estou descendo aqui o *feed* e já passei por mais de 30. Melhor dizer que não tenho ideia”.

Sobre o cotidiano na gestão do grupo, o entrevistado acredita que, se juntar todos os pequenos intervalos ao longo do dia, passa cerca de uma hora e meia no Utilidade Capixaba – ES – UP. Segundo ele, um dos empresários, administrador do grupo, “tem muito mais disponibilidade de tempo”. O administrador argumenta que todas as pessoas com WhatsApp dão uma olhadinha no aplicativo ao longo do dia. “Eu dou mais uma olhada no meu grupo do que no Whatsapp. Esse aplicativo melhorou bastante, mas, mesmo assim, hoje, cinco pessoas não dão conta. Piorou muito. Tenho consciência que o grupo já foi muito melhor. Mas hoje eu não tenho confiança para entregar a senha do meu grupo para uma nova pessoa”, argumenta⁴².

Isso porque, no passado, ainda na época do Cidadão Capixaba – ES – UP, os mediadores estavam à procura de pessoas confiáveis para o cargo de moderação. Assim, criaram um grupo chamado Diretoria ES UP, com cerca de 15 pessoas que se destacavam pela participação, ajudando a denunciar *posts*, por exemplo. “Depois de um ano e pouco, as pessoas começaram a exigir a senha da moderação. A gente achou estranho”, contou. A decisão dos mediadores da época foi apagar o grupo, o que causou um racha e o surgimento de um grupo chamado Força Capixaba.

O Utilidade Capixaba – ES – UP não conta com nenhum tipo de patrocínio. Segundo o Gestor A, é tudo voluntário. “A partir do momento que o grupo ganha um valor de uma empresa privada ela ganha um certo respeito, um controle ali e a gente não quer isso. Se a gente tivesse um incentivo estatal, para continuar fazendo isso, como informação colaborativa, porque é útil, não é? A gente aceitaria. Mas a gente nunca teve tempo para correr atrás, não sabe se existe algum projeto para esse tipo

⁴² A afirmação foi feita antes da inserção de novos mediadores no grupo.

de coisa. Mesmo sendo advogado, cada um na sua área, e eu nessa área realmente não tenho conhecimento de nenhuma lei que fomenta esse tipo de coisa”, afirma.

O entrevistado ressalta que o “conteúdo é totalmente feito pelos usuários”: Os mediadores se concentram nas solicitações de entrada, *posts* denunciados e “bate um olho no grupo para ver se tem alguma coisa que não foi denunciada”. Ele diz ainda que sabe que muito do conteúdo do Utilidade Capixaba – ES – UP sai nos jornais e há empresas de comunicação que tem pessoa contratada “que é paga para ficar sentada lendo o Utilidade Capixaba – ES – UP”. Mesmo assim, quando o grupo pauta a imprensa, raramente os veículos citam o nome do grupo. Dizem apenas “grupo no Facebook”.

Ele disse que, muitas vezes, se sente atacado injustamente. Isso porque ele acredita que “faz um serviço de informação colaborativa e muitas vezes não é entendido pelo Estado. Fora isso a gente fica na dúvida: será que a gente coloca de novo a blitz? É ilegal, é imoral, o que é? A gente fica com medo. Então, muitas coisas acabam prejudicando o grupo. Se a liberdade fosse ampla, não tivesse tido esse tipo de medo. Hoje a gente teve isso, mas amanhã pode ser outra coisa. Acho que poderia ser algo muito mais livre do que é, muito mais revolucionário”.

O Gestor A acredita que o Utilidade Capixaba – ES – UP mudou a forma de atuação da Polícia Militar com relação a blitz. Com a controvérsia com o então delegado de trânsito e a proibição de divulgação de blitz no grupo, as pessoas, segundo ele, migraram para grupos no WhatsApp. “Hoje todo mundo tem WhatsApp, Telegram, que fala de trânsito. Difícil achar uma pessoa que não tenha um grupo de trânsito hoje. A polícia percebeu isso e passou a fazer abordagens aleatórias na rua, além da blitz. Isso sim é o correto. Essa insegurança de que você pode ser abordado a qualquer momento, isso que a gente quer ter, faz a lei ter efetividade [...] e a gente sente que contribuiu para isso”, acredita.

Na mesma tarde, logo após a entrevista presencial, o Gestor A mandou mensagem pelo WhatsApp da pesquisadora com complementos de informações e uma indireta em áudio: “Se você tiver alguém interessada, de confiança, que queira ser

moderadora do nosso grupo, que queira participar da moderação, a gente faz um estágio aí, hein? A gente está precisando de mais um, hein, ainda mais com conhecimento na área”. A proposta não foi aceita.

3.2 – A ética desse espaço colaborativo

Para analisar os dados coletados no grupo, buscamos uma metodologia na análise de discurso, na visão de Orlandi (2012). A autora acredita que a análise do discurso deve ser feita levando em consideração a produção de sentido em determinado contexto, numa determinada relação, e nunca isoladamente. Isso porque o discurso não é neutro, sempre tendo um propósito.

Para Orlandi (2012, p. 15), “a Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social”. Assim, “as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2012, p. 21).

A autora defende que o resultado final da análise será o entendimento dos processos de produção de sentidos e a formação dos sujeitos em suas posições. Assim, seguimos as etapas propostas por Orlandi para a análise dos 1.120 *posts* coletados exclusivamente do grupo Utilidade Capixaba – ES – UP, coletados manualmente e aleatoriamente (40 por dia) na primeira semana de outubro, segunda semana de novembro, terceira semana de dezembro de 2015 e quarta semana de janeiro de 2016, constituindo o que chamamos de mês falso.

Para Orlandi (2012, p. 77), “na primeira etapa, o analista, no contato com o texto, procura ver nele sua discursividade e incidindo um primeiro lance de análise – de natureza linguístico-enunciativa – constrói um objeto discursivo”. Nesse sentido, analisamos os *posts* e criamos 16 categorias, que estão expostas abaixo em ordem decrescente:

- Pedido de informação: 26,25% dos *posts*. As postagens são para busca por fornecedores para consertos domésticos e de eletroeletrônicos, perguntas sobre o

trânsito de determinadas regiões da Região Metropolitana de Vitória, pedidos de confirmação sobre acidentes, questões sobre onde comprar ingressos para determinados shows, pedidos de indicação de médicos e de corretores de imóveis. Há ainda jornalistas em busca de fontes para reportagens e pedido de envio de fotos e vídeos de algum flagrante do dia. Em 7 de outubro de 2015, membro pergunta: “Segunda ponte parada totalmente sentido Cariacica X Vitória. Alguém tem mais detalhes?” Em 8 de novembro de 2015, um membro pergunta: “Algun lugar que entregue almoço aos domingos em Vila Velha?” Em 28 de janeiro de 2016, outro participante questiona: “Alguém sabe me dizer que mosquito é esse? , É a Segunda vez que vejo um Mosquito deste tamanho dentro de casa, Tenho uma bebê em casa e morro de medo disso picar ela”. Uma foto acompanhava a postagem⁴³.

- Alerta/denúncia: Representa 14,47% do conteúdo postado no grupo nos dias estudados. Acreditamos que essa seja a categoria mais rica para os pauteiros dos veículos tradicionais da mídia, por trazer reclamações, flagrantes, alertas e denúncias, desde descasos nos postos públicos de saúde, passando por casos de acidentes em estradas e avenidas importantes, transporte irregular de carga, alerta sobre postos de gasolina com promoção de gasolina, denúncia de não recolhimento de lixo, informações sobre veículos roubados ou furtados, denúncia de agressão sofrida em bar da moda, até mesmo alerta de como se portar para evitar acidentes.

Na tragédia do rompimento da barragem de rejeitos da mineradora Samarco, em Mariana, Minas Gerais, em 5 de novembro de 2015, considerada o maior desastre ambiental do país, que provocou 19 mortes e prejuízos incalculáveis ao meio ambiente⁴⁴, muitas denúncias contra a empresa surgiram, com vídeos caseiros de moradores e de ambientalistas. *Post* de 12 de novembro de 2015 traz o texto “Relato de um morador de Mariana MG”, acompanhado de um vídeo de 3m53s em que um

⁴³ Cf.

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=744944768973097&set=pcb.1062670150438162&type=3&relevant_count=2. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁴⁴ Cf. <http://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/noticia/2016/02/policia-de-mg-considera-mortes-por-desastre-de-mariana-como-homicidios.html>. Acesso: 15 jun. 2016.

morador da região atingida contesta os dados oficiais sobre os impactos sociais e ambientais causados pelo rompimento, além do número de mortes⁴⁵.

Em 2 de outubro de 2015, outro membro posta foto com o seguinte texto:

Aos membros do grupo, muito cuidado ao parar carro nesse local, fica localizado na curva do Saldanha na beira mar, esse local tem alto índice de arrombamento todos os dias vejo carro com vidro quebrado pelo menos dois, um absurdo ninguém faz nada em relação a isso...”⁴⁶.

- Notícias da mídia filtro: 13,03% do conteúdo analisado. Membros do grupo filtram e comentam conteúdo da mídia tradicional, com o link da matéria original, em uma recirculação jornalística, a qual Zago (2013), como dito no capítulo 1, chama de filtro. O rompimento da barragem da mineradora Samarco segue nessa categoria, com postagens dos membros de reportagens sobre o assunto, como uma da Revista Galileu Galilei, em 14 de novembro de 2015, cujo título diz: “É oficial: o Rio Doce está completamente morto”⁴⁷.

- Anúncio: Representa 11,16% do conteúdo dos dias estudados. Membros postam anúncios para venda de produtos e/ou serviços, oferta de emprego, eventos. Há proibição de publicação de anúncios nas regras do grupo. Além disso, um dos administradores do espaço, tido pelo Gestor A como um dos mais ativos, postou, dia 7 de maio de 2015, que a prática é proibida, por não ser o foco do grupo, e que chega a banir 50 pessoas do grupo diariamente por isso. Ele criou um espaço exclusivo para anúncios, o Classificados - UC – ES, mas os membros seguem postando o conteúdo indevido. Em 1º de outubro de 2015, um dos mediadores do grupo postou, de seu perfil pessoal:

Vai festejar?? Não precisa sair de casa para comprar bebidas, levamos até você, e se já bebeu não é correto dirigir, essa parte nós cuidamos com carinho!!! Ligue e peça! 3224-2436 / 99774-2436 - CURTA A FAN PAGE E GANHE ISENÇÃO DA TAXA DE ENTREGA!!!!

⁴⁵ Cf. <https://www.facebook.com/luana.cassanileal/videos/945700082139511/>. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁴⁶ Cf. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=849906421790402&set=pcb.1007815542590290&type=3&relevant_count=1. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁴⁷ Cf. <http://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Meio-Ambiente/noticia/2015/11/e-oficial-o-rio-doce-esta-completamente-morto.html>. Acesso em: 15 jun. 2016.

A postagem original vinha com a informação “Autorizado – parceiro Utilidade Capixaba”. Ver Anexo A.

- Notícias da mídia comentário: 10,27% do conteúdo dos dias analisados. Segundo Zago (2013), trata-se de postagens que trazem opiniões, críticas e conteúdo humorístico sobre reportagens com temas de grande repercussão, que recirculam o conteúdo da mídia tradicional. Por causa de opiniões divergentes e de postagens ofensivas, a categoria tem alto índice de discussões, intolerância, a chamada incomunicação.

Em 7 de outubro de 2015, o assunto do dia na Região Metropolitana de Vitória foi um protesto de moradores do bairro Ilha do Príncipe, em Vitória, que fechou ruas perto do Centro da capital, contra mudanças implementadas pela prefeitura no trajeto dos ônibus municipais, projeto chamado de Integra Vitória. Desde cedo, o tema foi tratado na imprensa e reverberado no Utilidade Capixaba – ES – UP de diferentes maneiras. No fim da tarde, o presidente do Centro Comunitário da Ilha do Príncipe, Lucas Henrique Salles Barreiro, em nota oficial digital, pediu desculpas pelos transtornos causados, em nome da comunidade, e explicou os motivos da manifestação. A postagem teve 447 curtidas e 75 comentários, a grande maioria apoiando a manifestação. Em 19 de outubro de 2015, a prefeitura suspendeu as mudanças para novos estudos. Ver Anexo B.

Em 14 de novembro de 2015, membro posta o seguinte texto: “Fingir que as cidades que foram atingidas pela lama ficam na Europa para ver se ajuda na hora de visualizar o tamanho do desastre”. O texto vinha acompanhado de uma arte que mostra foto do Rio Doce com as águas barrentas por causa do rompimento da barragem de rejeitos da Samarco, com os dizeres, na foto: “Brasil Olhem por Minas, Paris já tem muita gente olhando. Ass: Governador Valadares”⁴⁸, em uma clara crítica ao desvio de atenção da mídia e dos membros de redes sociais digitais por causa do atentado terrorista ocorrido em Paris, em 13 de novembro de 2015. Na

⁴⁸ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1262151933798660&set=a.461619167185278.122298.10000115963513&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

época, usuários de redes sociais digitais trocaram a foto de perfil no Facebook por imagem da bandeira da França ou fotos turísticas em Paris.

Alguns comentários concordavam e diziam: “Verdade!” Outros eram contra. Um deles escreveu:

O mau devastador feito a nossa amada GV já está feito, temos que lutar por justiça...o que aconteceu em Paris foi um ato planejado por outros seres humanos e que voltarão a fazer isso se o mundo não se une...seria egoísmo não prestar atenção a desgraça alheia por considerar a minha maior...

Em 18 de dezembro de 2015, quando a temática política esquentava o debate, membro postou uma arte com foto do deputado federal Eduardo Cunha (PMDB), com os dizeres:

Todos contra o PT! Eu sou Cunha! Guerra é guerra! O Cunha tá precisando da gente”. Junto, o seguinte texto: “GALERA É O SEGUINTE: O PT USA UM MONTE DE CORRUPOTOS E FICAM DETONANDO PORQUE QUEREMOS USAR O CUNHA.... VÁ SE DEFÚ! O Cunha mesmo com as acusações tem sido incansável na luta contra o PT e é inimigo mortal da esquerda..... Ele ta precisando da nossa ajuda...Já que ele como nós estamos com essa vontade de banir o PT do mapa vamos apoiá-lo para a bronca ficar maior! Ele é melhor que qualquer lixo de esquerda incluindo o Renan! Compartilhem!⁴⁹

Houve 1 mil curtidas, 853 compartilhamentos e 224 comentários de pessoas a favor e contra o conteúdo da postagem e formou-se uma discussão virtual acalorada, com ofensas. Um comentário dizia: “Brasileiro é muito bomzinho o Cunha e pior que o PT”, em que foi contestado com um: “Está falando merda”. Outro membro também comentou: “Vocês perderam a eleição, seus idiotas, e justamente pelo que estão mostrando aqui, são uns idiotas”, o que causou alvoroço e muita discussão. Outro, também contestado por várias pessoas, dizia: “Bandido! Farinha do mesmo saco! #ForaCunha”. Em outro comentário, a opinião controversa: “Peça intervenção militar. Você pode acabar com esses bandidos ptistas”. E foi rebatido por outro membro do grupo: “A outra é ainda a favor da intervenção militar kkkkkkkkk nunca vi tanta merda assim na minha vida”, só para citar alguns exemplos. Os mediadores não interferiram na discussão.

Já em 26 de janeiro de 2016, um membro postou o texto “Que país é esse”? Acompanhava charge que mostrava a recriminação que as mulheres que

⁴⁹ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1181185348566253&set=a.181530128531785.42248.10000243980728&type=3&theater>. Acesso: 15 jun. 2016.

amamentavam em público sofriam *versus* os aplausos às musas de carnaval, com seios à mostra. Houve amplo debate, a favor e contra, com argumento que as críticas à amamentação em público são exceção. Comentário de uma mulher dizia: “Deste modelo. É muita hipocrisia. Deixem os bebês e mães em paz”. Comentário de um homem trazia a seguinte opinião:

Povo inventa moda, dá onde tiraram que toda mãe que amamenta em público vai ser criticada?, claro que pode ter um ou outro que não ache legal, mas não precisa desse sensacionalismo todo. Eu não gosto de carnaval e não acho estranho uma mãe amamentar em público, assim como eu existe milhares de pessoas⁵⁰.

- Animais de estimação: Conteúdos ligados aos *pets* representam 7,32% das postagens, mesmo havendo um grupo específico apenas para animais de estimação, o UC Cão. Donos de animais de estimação perdidos postam fotos, descrevem características dos bichinhos, para tentar encontrá-los, além publicarem mensagens de agradecimento pela recuperação dos mesmos, encontrados por meio do grupo. Há também oferecimento de animais de estimação para doação e vídeo com bichinhos. Em caso de animal de estimação perdido, vale destacar a solidariedade dos membros do grupo, que postam no campo de comentário da postagem a palavra “Up” para o *post* subir no *feed* de notícias e, assim, ter mais visibilidade. Em 20 de dezembro de 2015, membro postou:

Gente pelo amor de Deus minha cachorrinha sumiu ontem (19/12/2015) em Itapuã-vila velha na avenida resplendor, próximo ao Banco do Brasil. Pessoas de um comercio próximo viu um homem pegando ela...ela é doente toma remédio controlado por favor quem souber entra em contato..ou compartilhem pra me ajudar, estou desesperada⁵¹.

- Solidariedade: Representa 4,5% do conteúdo analisado. Trata-se de campanha de ajuda a hospitais e orfanatos, pedidos de doações, informações sobre grupos de terceiro setor, campanha para arrecadar água para os desabrigados da tragédia da barragem de Mariana (MG). Em 25 de janeiro de 2016, membro postou: “Alguém com cadeira de rodas ou cadeira de banho para doar? Estou com um parente na

⁵⁰ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=217205785287594&set=gm.1061881070517070&type=3&theater>. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁵¹ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=742402372527330&set=gm.1041700532535124&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

família que sofreu um AVC e precisando muito dessas cadeiras. Desde já agradeço quem puder ajudar”.

- Achados e perdidos: membros postam informações de documentos e aparelhos de telefonia celular achados e perdidos, representando 3,75% do conteúdo estudado. Geralmente, os demais membros postam a palavra “UP” para a postagem subir no *feed* de notícias. Em 3 de outubro de 2015, membro do grupo postou foto com o texto: “Achei esse cartão em VILA VELHA próximo ao colégio Marista”⁵². Em 9 de novembro de 2015, outro membro postou: “Boa noite, meu pai perdeu a carteira (cor marrom) nas mediações de Gaivotas Vila Velha, por favor se alguém achar, me avisem por aqui”.

- Curiosidades/entretenimento: 4,02% do conteúdo estudado. Vídeos de humor, piadas, música, turismo e curiosidades da natureza fazem parte dessa categoria. Em 19 de dezembro de 2015, membro postou foto e o seguinte texto: “Ave rara, endêmica da Mata Atlântica e AMEAÇADA de EXTINÇÃO, vista na Lagoa Encantada”⁵³. Vale destacar uma paquera que começou no trânsito e foi parar no grupo. A moça envolvida tentava localizar o rapaz, com número da placa e modelo do veículo, via Utilidade Capixaba – ES – UP. Em 23 de janeiro de 2016, membro postou: “Galera não sou de postar aqui, alguém acredita em paixão à primeira vista? Acho que estou apaixonado. Ela não estava no Cerato branco, mas no 507”, referindo-se ao número da linha do ônibus e à paquera que ficou famosa no grupo estudado.

- Comunicação política: 1,07% das informações postadas no grupo. Trata-se de políticos que usam o grupo para divulgar ações e opiniões. Em 10 de novembro de 2015, o deputado estadual Sérgio Majeski (PSDB) publicou no grupo:

⁵² Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=872781129502449&set=gm.1008271869211324&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁵³ Cf.

<https://www.facebook.com/AppLagoaEncantada/photos/a.575163462534155.1073741826.575103579206810/1085133448203818/?type=3>. Acesso: 15 jun. 2016.

A lama que desce pelo Rio Doce é a parte visível de um lamaçal que inunda, corrói, destrói e mata a nação, que pode ter vários nomes: ineficiência e leniência dos poderes e instituições, promiscuidade entre o público e o privado, ou apenas corrupção!! #porumanovapolítica.

- Religião: Conteúdos religiosos representam 1,07% do conteúdo estudado. Em 7 de outubro de 2015, membro postou:

Saiu o semeador a semear a sua semente. E, quando semeava, uma parte da semente caiu à beira do caminho; e foi pisada, e as aves do céu a comeram. Outra caiu sobre pedra; e, nascida, secou-se porque não havia umidade. E outra caiu no meio dos espinhos; e, crescendo com ela os espinhos, sufocaram-na. Mas outra caiu em boa terra; e, nascida, produziu fruto, cem por um. Dizendo essas coisas, clamava: Quem tem ouvidos para ouvir, ouça. Bom dia!! A Graça e a Paz do Senhor Jesus nos cubram e às nossas famílias hoje.

A postagem recebeu 123 curtidas e 10 comentários, dizendo “amém” ou “bom dia”.

- Elogio: 0,98% dos *posts* são elogios a profissionais e empresas. Em 5 de outubro de 2015, membro publicou foto com o seguinte texto:

Pessoal, boa noite!! Essa dupla faz a diferença. Motorista e cobrador (Fabiano e Deangelis) da linha 121-Jardim Camburi. Estão sempre bem-humorados. Quando embarcamos somos recebidos com um sorriso e um boa tarde, boa noite. Quando desembarcamos o cobrador sempre se despede com a frase "vai com Deus". Não me recordo de algum dia tê-los visto de mau humor. Um exemplo de paciência, educação e amor ao próximo. Com eles a viagem é tão prazerosa que nem sentimos a distância. Que Deus os abençoe e os seus proteja. Eles fazem a diferença!!!⁵⁴.

- Desaparecidos: parentes de pessoas desaparecidas aproveitam o grupo com grande número de participantes para publicar fotos e informações a respeito de pessoas desaparecidas. Também aqui os membros são solidários e postam a palavra “Up” para o *post* subir no *feed* de notícias e, assim, ter mais visibilidade. A categoria representa 0,89% do conteúdo estudado. Em 17 de dezembro de 2015, membro compartilhou uma foto com informações de um rapaz de 26 anos, que estava desaparecido⁵⁵.

- Enquetes: Enquetes e abaixo-assinados digitais representam 0,45% do conteúdo. Em 2 de outubro de 2015, membro postou texto com link:

⁵⁴ Cf.

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=964144093624578&set=pcb.1008794985825679&type=3&relevant_count=1. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁵⁵Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=748945828570083&set=a.194408960690442.46579.100003640197211&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

10 medidas contra a corrupção. Como está o Espírito Santo em total de assinaturas? Confira Total de eleitores capixabas: 2.649.433. Quantos já assinaram: 2.353. Total de assinaturas necessárias: 7.948". Acessem este link: <http://www.combateacorrupcao.mpf.mp.br/10-medidas> e leia o resumo das 10 medidas⁵⁶.

- Gerenciamento do grupo: Representa 0,45% do conteúdo estudado. Traz *posts* com regras divulgadas pelos administradores e sugestões dos membros do grupo para melhor gerenciamento do mesmo. Vale destacar que, de 22 de janeiro a 19 de fevereiro de 2016, o administrador do grupo, João Lopes, promoveu uma campanha de anistia para aceitar de volta os 11 mil membros excluídos ao longo do tempo, por diversos motivos. Leia abaixo o *post* na íntegra e confira *print screen* da *cover* da página no ANEXO C:

Ao longo da existência do Utilidade Capixaba vários membros foram banidos do grupo, hoje exatos 11 mil por motivos diversos. Como parte da reformulação que estamos fazendo no grupo, deliberamos hoje em fazer uma anistia aos banidos. Essa anistia será feita aos poucos e não será irrestrita, alguns perfis continuarão banidos. O Utilidade Capixaba não pertence a nenhum grupo específico, ele foi criado para servir ao público capixaba e esperamos assim continuar cada vez mais forte e ativos. Contamos com a colaboração de todos vocês na fiscalização do grupo nos auxiliando na sua administração, bem como acrescentando *posts* que agreguem valor ao grupo. A administração do Utilidade Capixaba agradece a todos os membros e dá as boas vindas novamente aos anistiados. Desbanimento mode. Juntos somos um.

Aqui cabe ressaltar que há mais de 38 grupos no Facebook com o nome Utilidade Capixaba⁵⁷. No segundo maior (o primeiro é o nosso objeto empírico), o Utilidade Capixaba – ES Original, com 117.125 em 19 de julho de 2016, há nas regras que o grupo não é moderado por perfis *fakes* e anônimos e que ninguém é banido sem antes ter amplo direito à defesa⁵⁸. Pode ter sido essa a motivação da campanha de anistia, promovida no início deste ano no espaço que estudamos, em um exemplo de poder circular, de Foucault (1995).

- Boato: Nos dias estudados, representa 0,26% dos *posts*. Um falso alerta de um cardume de tubarões na Praia de Camburi, em Vitória, em 22 de janeiro de 2016;

⁵⁶Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1523747714583669&set=gm.1007950702576774&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁵⁷ Cf.

https://www.facebook.com/search/top/?q=Utilidade%20Capixaba&init=mag_glass&tas=0.24031478542659368&search_first_focus=1467224770434. Acesso em: 29 jun. 2016.

⁵⁸ Cf. <https://www.facebook.com/groups/UtilidadeCapixabaPulica/>. Acesso em: 19 jul. 2016.

imagem divulgando dois dias de massa grátis do restaurante Spoleto, no Shopping Vitória, em 12 de novembro de 2015⁵⁹; e a aprovação do Governo Federal de verba de R\$ 843 mil, mesmo com a crise, para um documentário sobre a vida do deputado federal Jean Wyllys (PSOL), em 2 de outubro de 2015,⁶⁰ formam a amostra averiguada na metodologia do mês falso.

O alerta do cardume de tubarões foi negado pelos membros do grupo, no chamado “filtro social” observado por Clay Shirky (2010), citado no primeiro capítulo. Membro do grupo postou: “É arraia. Já até passou na TV”, seguido de outros contestando a informação. O mesmo aconteceu com a massa grátis no Spoleto, em dois dias de novembro. Com bom humor, os internautas faziam piada do *post*. Um deles publicou: “É cilada, Bino!”, em uma referência a um bordão utilizado pelo personagem Pedro, interpretado pelo ator Antônio Fagundes, na série de televisão Carga Pesada, exibida de 2003 a 2007, na Rede Globo⁶¹. Além disso, a imagem divulgada no Utilidade Capixaba – ES – UP é de rede social digital e não há referência de tal promoção no Instagram ou Facebook do restaurante, de acordo com busca que realizamos.

Já o pedido de verba para o documentário sobre Jean Wyllys foi negado pelo Ministério da Cultura em maio de 2014, mas tomou as redes sociais como aprovado em outubro de 2015.⁶² Como disse Kapferer (1993), com a fonte desconhecida do boato, o critério de verdade passa a ser puramente social, ou seja, o verdadeiro passa a ser o consenso definido pelo grupo.

Aplicando os tipos de boatos propostos por Kapferer (1993), podemos afirmar, por meio de observação empírica e negativas da imprensa e/ou membros do grupo, que

⁵⁹ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=644477195655863&set=gm.1025198930851951&type=3>. Acesso em: 15 jun. 2016.

⁶⁰ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10207715892161443&set=a.4342144277927.178076.1417073362&type=3&theater>. Acesso: 15 jun. 2016.

⁶¹ Cf. <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/seriados/carga-pesada-2-versao/trama-principal.htm>. Acesso: 01.mar.2016.

⁶² Cf. <http://www.e-farsas.com/o-governo-liberou-843-mil-para-filme-de-jean-wyllys.html>. Acesso: 01.mar.2016.

o falso alerta de cardumes de tubarão é o boato tipo 1, aquele que surge com um acontecimento que impressiona a opinião pública local e que a partir deles, por falta de uma versão oficial rápida e satisfatória, as pessoas criam versões pessoais e coletivas.

O boato da massa grátis no restaurante Spoleto pode ser considerado boato do tipo 5, fruto da imaginação, que surge do nada, mesmo levando em conta que o restaurante costuma postar em suas páginas de redes sociais digitais promoções semanais. Já o boato sobre o deputado Jean Wyllys é do tipo 2, ou seja, o boato intencional para tirar proveito político de um acontecimento.

A tabela 3 mostra os resultados obtidos com as análises de conteúdo dos dias estudados:

Tabela 3 – Categorias de conteúdos dos dias estudados		
Categorias	Total	Percentual
Pedido de informação	295	26,25
Alerta/denúncia	162	14,47
Notícias da mídia filtro	146	13,03
Anúncio	125	11,16
Notícias da mídia comentário	115	10,27
Animais de estimação	82	7,32
Solidariedade	51	4,55
Achados e perdidos	42	3,75
Curiosidade/entretenimento	45	4,02
Comunicação política	12	1,07
Religião	12	1,07
Elogio	11	0,98
Desaparecidos	10	0,89
Enquete	5	0,45
Gerenciamento do grupo	5	0,45
Boato	3	0,26
Total	1120	100%

3.2.1 – Boatos midiaticizados

Pela potencial gravidade de seu eco midiaticizado, os boatos merecem um olhar especial neste tipo de estudo. Paralelamente à análise de dados quantitativos, fizemos um trabalho de observação diária do grupo durante oito meses, para confirmação do padrão das postagens e identificação de boatos divulgados. De 01 de julho de 2015 a 29 de fevereiro de 2016, extrapolando o período de mês falso, foi possível confirmar 18 casos de boatos nos dois sentidos propostos por Renard (2007a), boato como informação não verificada e boato como falsa informação. Esse número não leva em consideração os três boatos colhidos durante a aplicação da metodologia do mês falso, apresentados anteriormente.

Geralmente, os temas provocam comoção, preocupação e/ou podem ter consequências graves. Nota-se que, nesses casos, o administrador da página retira do ar o *post* inicial, mas mantém as repercussões. Os próprios membros postam a informação correta no grupo, o chamado “filtro social”, observado por Clay Shirky (2010).

Analisamos os 18 casos observados de acordo com os tipos de boatos, segundo Kapferer (1993), e pudemos categorizá-los por meio de observação empírica, negativa da imprensa e/ou membros. Dez casos foram enquadrados no primeiro tipo de boato, que têm início com um “acontecimento que impressiona a opinião pública local”, em que as pessoas, por falta de mais informações oficiais rápidas e satisfatórias, criam sua versão pessoal e coletiva sobre o ocorrido, selecionando as hipóteses mais satisfatórias. Outros três boatos coletados são do quinto tipo, que é o boato fruto da imaginação, que surge do nada, sem nenhum fato, sinal, detalhe que poderia dar margem a uma outra interpretação. Nascem e renascem espontaneamente.

Acreditamos que dois boatos selecionados são do segundo tipo, o chamado boato intencional, introduzido voluntariamente para tirar proveito político de um acontecimento. Um boato estudado é do quarto tipo, que parte de detalhe, mas foi introduzido no corpo social intencionalmente. Por falta de indícios, por se tratar do

boato como informação ainda não verificada, não tivemos como categorizar dois boatos estudados.

Vale ressaltar que não se pode afirmar que os boatos foram divulgados exclusivamente no Utilidade Capixaba – ES – UP. O grupo é marcadamente um território informacional de reverberações, às vezes de casos que aconteceram em outros locais do país e que ganham repercussão também em grupo de Facebook marcado pela territorialidade que o produz. É o boato em rede, como podemos observar a seguir na explicação dos 18 casos observados:

- Com a frase “Olha que perigo”, membro do grupo publicou foto de uma sacola transparente onde uma cobra saía de um pé de alface, em 7 de julho de 2015. O *post* não dizia onde o fato aconteceu, mas levava a crer que tinha se passado no Espírito Santo. O fato, na verdade, aconteceu em Belo Horizonte, em junho de 2014, como mostrou reportagem⁶³. O *post* foi apagado do grupo e o enquadrámos no primeiro tipo de boato, segundo Kapferer (1993), por ter sido iniciado com um fato que impressiona a opinião pública. Nota-se que o fato ocorreu em Minas Gerais e foi reverberado em outro Estado do país, o que chamamos de boato em rede. Confira no ANEXO D.

- Foto e história de um motoqueiro fantasma, que seria um justiceiro de Teresina, no Piauí, foram publicadas no grupo, em 15 de julho de 2015. A informação teve tanta repercussão que foi negada pela imprensa do Espírito Santo⁶⁴. Importa destacar que o *post* original é do grupo de Facebook Maringá Alerta, que tem as mesmas características do Utilidade Capixaba – ES – UP⁶⁵. Um *post* escapou de ser apagado pelos mediadores e permanecia no ar, em 3 de março de 2016, mesmo depois da confirmação de que o caso é um boato, feita pela imprensa. Foi possível encontrá-lo

⁶³ Cf. <http://www.94fmdourados.com.br/noticias/brasil/mulher-encontra-filhote-de-cobra-em-pacote-de-alface>. Acesso: 03. mar.2016.

⁶⁴ Cf. http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2015/07/noticias/brasil/3902897-motoqueiro-fantasma-que-atuaria-como-justiceiro-em-teresina-nao-existe-segundo-a-policia.html. Acesso: 03. mar.2016.

⁶⁵ Cf. <https://www.facebook.com/maringaalertaoficial/photos/pcb.873143552741574/873143399408256/?type=1>. Acesso: 03. mar.2016.

pela ferramenta de busca disponível no grupo com a palavra “justiceiro”. Analisamos o boato como tipo cinco, fruto da imaginação, que surge do nada, já que não está ligado a nenhum fato que realmente ocorreu. Nesse caso, o *post* dizia que o fato tinha ocorrido no Piauí. Confira no ANEXO E.

- No final de julho de 2015, boato de que uma pastelaria chinesa da cidade de Colatina, Norte do Espírito Santo, estava usando carne de cachorro ganhou grande repercussão no grupo. A informação foi postada com foto, inclusive do proprietário. O boato foi negado pela Polícia Civil, no Facebook, pela imprensa e via membros do grupo. O proprietário disse em reportagem que amarga a redução de 30% na clientela após falsa informação ganhar as redes sociais⁶⁶.

O caso verdadeiro aconteceu no Rio de Janeiro, em abril de 2015, como mostra reportagem da imprensa.⁶⁷ Enquadramos o caso como boato tipo um, que surge a partir de um fato ocorrido, que impressiona a opinião pública. Novamente, é o boato em rede, que é disseminado em várias regiões do país. Esse caso mostra as consequências de um boato disseminado nas redes sociais digitais após atingir o território geográfico. A vítima foi prejudicada moral e financeiramente, tendo manchada a imagem de sua pastelaria por causa de uma inverdade divulgada. Confira no ANEXO F.

- A linha de esmaltes degradê que leva o nome da atriz Bruna Marquezine sofreu com a acusação de que o produto continha grande quantidade de chumbo e, portanto, não poderia ser usado por gestantes, em 4 de agosto de 2015⁶⁸. A fabricante negou nas redes sociais digitais dois dias depois, em 6 de agosto de

⁶⁶ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=683263685107896&set=a.277211202379815.46768.100002728138306&type=1>. Acesso em: 03.mar.2016.

⁶⁷ Cf. <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/04/mpt-investiga-pastelaria-por-uso-de-carne-de-cachorro-e-trabalho-escravo.html>. Acesso em: 03.mar.2016.

⁶⁸ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=944204082304223&set=a.105988986125741.3944.100001439195257&type=1&theater>. Acesso em: 03.mar.2016.

2015. Ambas as versões permaneciam no ar em 3 de março de 2016⁶⁹. Analisamos o boato como tipo cinco, ou seja, fruto da imaginação do público, sem fatos que pudessem tê-lo iniciado. A acusação da falsa informação causa preocupação e comoção social, colocando em dúvida a integridade e responsabilidade da fabricante, criando uma crise de imagem para a artista que licenciou seu nome para o produto. Confira no ANEXO G.

- Foto de dois supostos técnicos de TV a cabo, acusados de assalto, viralizou no grupo. Os rapazes procuraram a polícia. Tudo não passava de boato e a imprensa do Espírito Santo divulgou o acontecido, em 19 de agosto de 2015⁷⁰. Nos comentários do *post* tipo notícias da mídia filtro, informando a verdadeira história, com link para reportagem da mídia, havia os seguintes comentários: “Por isso que não compartilho esse tipo de foto. Acho um absurdo as pessoas compartilharem sem pesquisar. Uma moça no RJ foi morta por conta de boato. Fora outros recentes casos”. Em outro comentário, outro rapaz dizia: “Em Santos uma mulher foi morta por populares tbm por foto divulgada na web”.

Analisamos o boato como tipo um, ou seja, surgido a partir de um fato verídico (os rapazes realmente eram técnicos de TV a cabo). Como consequência do boato, ambos foram vítimas de calúnia e difamação. Um deles chegou a dizer, na reportagem, que foi questionado pelo filho sobre o acontecido. Ainda segundo a reportagem, na época do boato, havia forte boato nas redes sociais digitais sobre falsos técnicos de TV a cabo que usavam esse disfarce para promover assaltos. Confira anexo H.

- A notícia de que crianças estavam sendo sequestradas em Vila Velha e, principalmente, na Serra ganhou repercussão por vários dias em agosto de 2015 no grupo e até mesmo na imprensa, após uma mãe chegar a prestar depoimento contando como tentaram tirar sua filha de seus braços. Reportagens começaram a

⁶⁹ Cf.

<https://www.facebook.com/Mylicedro/photos/a.279905525414439.65206.212425602162432/907223786015940/?type=1>. Acesso em: 03.mar.2016.

⁷⁰ Cf. <http://gazetaonline.globo.com/conteudo/2015/08/noticias/cidades/3906228-vitimas-de-boato-sobre-assaltos-tecnicos-de-tv-procuram-a-policia.html>. Acesso em: 03.mar.2016.

ser veiculadas em 12 de agosto de 2015⁷¹. Os relatos diziam que um homem em um carro preto tentava sequestrar recém-nascidos.

Era tudo boato. A mãe que prestou o depoimento, uma dona de casa de 27 anos, estava mentindo. Após ser desmascarada pela polícia, disse que divulgou a “brincadeira” nas redes sociais porque sofre de depressão devido a um aborto. Ela foi indiciada por comunicação de falso crime⁷². Um membro do grupo postou a informação verdadeira comentando: “Ta aí gente. Muito cuidado com o que compartilham!! Matéria está no G1 e na CBN!!!” No dia em que o delegado informou que a história não passava de um boato, em 26 de agosto de 2015, o mediador João Lopes postou: “Cadê os desorientados do grupo? Marquem aqui!! Estou doido para banir hoje!!!”

Analisamos o boato como tipo um, que surge a partir de um fato, a denúncia da mãe, que posteriormente foi desmascarada. O caso causou comoção social e muita preocupação nos pais e chegou a ser amplamente divulgado na imprensa, antes de ser negado pelo delegado. Em nossa ética social, uma mãe, denunciando uma tentativa de sequestro, está acima de qualquer suspeita. Mas uma mãe que faz uma grave denúncia, falsa, coloca em xeque a credibilidade do cidadão comum como fonte e divulgador de “notícias” e nos faz duvidar, desconfiar do outro. Ver ANEXO I.

- Ainda em agosto de 2015, flagramos um *post* de uma mulher que acusava um homem de ser esturador. A publicação tinha uma arte com fotos do acusado e a palavra “esturador”. O mediador apagou o *post* e ele recolocado no ar horas depois e, novamente, apagado. Isso motivou o mediador João Lopes a chamar a atenção dos membros, com o seguinte texto: “Para quem não se lembra o caso do Guarujá SP ilustra bem o que pode acontecer com o UC caso alguém venha a ser assassinado depois de uma publicação acusatória no grupo. Isso é coisa séria e quem deve resolver é o poder executivo e poder judiciário. A máquina pública serve

⁷¹ Cf. <http://m.folhavoria.com.br/policia/noticia/2015/08/policia-investiga-suposta-quadrilha-de-sequestradores-de-criancas-na-serra.html>. Acesso em: 03.mar.2016.

⁷² Cf. <http://gazetaonline.globo.com/ conteudo/2015/08/noticias/cidades/3907018-mulher-e-indiciada-por-dar-inicio-a-onda-de-boatos-de-sequestro-na-serra.html>. Acesso: 03.mar.2016.

para isso. Por esse motivo o *post* foi apagado”. Acompanhava o texto do mediador um link para reportagem do G1 sobre o caso do Guarujá Alerta, já narrado na introdução desta dissertação.

Por falta de indícios e mais informações a respeito, não há como analisar a postagem de acordo com Kapferer. Mantivemos a história por ser um boato no primeiro sentido do termo, segundo Kapferer, ou seja, uma informação que ainda não foi verificada. A grave acusação não ganhou repercussão na imprensa, apenas teve filtro social dos membros. Alguns apoiavam a divulgação e pediam providências da polícia, outros alertavam para o risco de linchamento, a exemplo do que ocorreu em Morrinhos, no Guarujá. Ver ANEXO J.

- Em 18 de setembro de 2015, *post* mostra foto do senador Aécio Neves comemorando a aprovação da CPMF, em 2002, como presidente da Câmara dos Deputados⁷³. Na verdade, a foto é da eleição de Aécio Neves (PSDB) para presidente da Câmara dos Deputados, em 2001, como mostra comentário que desmente o *post* inicial, com link para Flickr (site na internet de hospedagem e partilha de fotos) do político⁷⁴. Nos comentários, além dos desmentidos, muita discussão e palavras de baixo calão entre membros com inclinação política contrária.

Enquadramos o caso como o segundo tipo de boato, que é o intencional, provocado, introduzido voluntariamente para tirar proveito político, destacado por Kapferer como tipo de boato comum de acontecer próximo às eleições. Na polarização política que vive o Brasil, Aécio Neves é um de seus principais atores. Ele perdeu a eleição para Dilma Rousseff (PT), em 2014, e, desde então, faz ferrenha oposição ao governo petista. Ver ANEXO L.

⁷³ Cf.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1646624195617588&set=gm.1001790639859447&type=3>. Acesso: 03.mar.2016.

⁷⁴ Cf. <https://www.flickr.com/photos/aecioneves/8361474543/in/album-72157632590679872/>. Acesso: 03.mar.2016.

- Em 2 de novembro de 2015, o dono de uma creche foi assassinado, no bairro Mestre Álvaro, na Serra. A suspeita da motivação do crime é um boato de que a vítima teria abusado sexualmente de uma criança da escola. A polícia informou que havia recebido uma denúncia de suspeita de abuso sexual de uma aluna. O caso ainda está sendo investigado, segundo informações da imprensa⁷⁵. Em um comentário do *post*, um membro dizia: “Cuidado com postar boatos na net! Já deu cana quando se tratava de rapto de crianças”.

Não flagramos o *post* inicial, apenas a repercussão. Não foi possível categorizar o boato, pois a acusação de estupro que pesava contra a vítima e as motivações para o crime ainda não foram confirmadas pela polícia. Ver ANEXO M.

- Em 8 de novembro de 2015, *post* informa que a foto de uma criança jogando uma pedra em policial do Bope é falsa⁷⁶. Trata-se de uma montagem. Um dos comentários dizia: “Malditas pessoas que ficam criando estas imagens distorcendo os fatos, nojo”. Trata-se do tipo um de boato, ou seja, o que surge a partir de um fato que causa comoção social. Segundo o site www.boato.org, dedicado a negar falsas informações disseminadas na internet, o boato surgiu como reverberação da morte do menino Eduardo de Jesus, de 10 anos, morto com um tiro em frente de casa, no Complexo do Alemão, Rio de Janeiro, durante confronto entre traficantes e a polícia. O boato teria surgido na mesma semana da divulgação da decisão da justiça de não indiciar os policiais responsáveis pela morte do menino por considerar que o tiro foi acidental, em legítima defesa. Ver ANEXO N.

- Em 17 de novembro de 2015, membro postou a frase “Alguém explica isso por favor pq não estou entendendo?????” Junto, imagem de um suposto decreto assinado pela presidente Dilma Rousseff (PT) considerando como natural o desastre da barragem em Mariana, Minas Gerais. Os próprios membros do grupo filtraram socialmente a informação. Um dos comentários dizia: “Reclamam do governo mas a

⁷⁵ Cf. <http://agazeta.redegazeta.com.br/conteudo/2015/11/noticias/cidades/3913480-dono-de-creche-e-morto-a-tiros-na-frente-da-esposa-na-serra.html>. Acesso:04.mar.2016.

⁷⁶ Cf. <http://www.boatos.org/crimes/foto-de-crianca-jogando-pedra-em-policial-do-bope-e-falsa.html>. Acesso em: 04.mar.2016.

culpa de tanta besteira é desse povo que é tão facilmente manipulado. Qualquer montagem ou notícias falsas e um monte ‘cai matando’. Poucos têm discernimento!!!” Enquadramos o caso como o segundo tipo de boato, que é o intencional, introduzido voluntariamente, a partir de um acontecimento, para tirar proveito político. Ver ANEXO O.

- Em 27 de novembro de 2015, a então secretária de Comunicação de Guarapari, Andrea Monteiro, postou reportagem da TV Guarapari que negava que a lama, proveniente da barragem da Samarco que se rompeu em Mariana, Minas Gerais, tivesse chegado ao balneário de Guarapari, Espírito Santo⁷⁷. Acreditamos que se trata do primeiro tipo de boato, que surge a partir de um acontecimento que impressiona a opinião pública, porque na época havia boatos de que a lama tinha atingido todo o litoral capixaba. Ver ANEXO P.

- Em 12 de dezembro de 2015, um vídeo foi postado em que um homem, sem camisa, sentado em um sofá, fala que a microcefalia em recém-nascidos seria provocada por vacina de rubéola vencida⁷⁸. Nos comentários, *post* de arte do Ministério da Saúde negando a informação⁷⁹ e vídeo de um professor de biologia explicando por que isso é boato⁸⁰. Mesmo assim, alguns membros duvidavam da informação correta. Outros, criticavam a divulgação de boatos. Um comentário diz: “As pessoas têm preguiça de pesquisar a verdade e ficam passando boatos estúpidos a torto e direito. pqp”. Outro comentário dizia: “Não acredito muito nessa história de vacina. E menos ainda na história do mosquito”. Trata-se do primeiro tipo de boato, surgido a partir de um fato que impressiona a opinião pública e, por falta de uma explicação oficial rápida e convincente, as pessoas montam suas versões pessoais e coletivas para o fato. Ver ANEXO Q.

⁷⁷ Cf. <https://www.facebook.com/190893557623589/videos/1012609512118652/>. Acesso em: 04.mar.2016.

⁷⁸ Cf. <https://www.facebook.com/100010065960486/videos/187807501564781/>. Acesso: 04.mar.2016.

⁷⁹ Cf. <https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1126990507319564/?type=3&theater>. Acesso: 04.mar.2016.

⁸⁰ Cf. <https://www.facebook.com/biologiajubilitut/videos/1169979293084430/>. Acesso: 04.mar.2016.

- Em 15 de dezembro de 2015, uma arte com imagens de mosquito dizia que mosquitos geneticamente modificados foram soltos no Brasil em 2014 e isso seria a causa do zica vírus e da microcefalia. O filtro para o boato foi social. Um comentário dizia: “Isso não procede. Galera pesquisem no Google antes de espalhar boatos”. Trata-se do primeiro tipo de boato, que surge de um acontecimento que impressiona a opinião pública. Por falta de explicação oficial satisfatória, o grupo seleciona hipóteses que lhe parecem mais apropriadas. Ver ANEXO R.

- A cantora Cláudia Leitte se envolveu numa polêmica ao ter aprovado projeto de lançamento de uma autobiografia pela Lei Rouanet. Após duras críticas pelas redes sociais digitais, a cantora anunciou que desistiu de usar a autorização do Ministério da Cultura para captar recursos para a obra. A desistência não teve o mesmo poder de disseminação. A antiga notícia reverberou por dias no grupo e continuou a circular mesmo após a divulgação da desistência. Em 18 de fevereiro de 2016, *post* informa que a notícia agora é falsa⁸¹. Mais uma vez, trata-se do primeiro tipo de boato, surgido a partir de um acontecimento que impressiona a opinião pública. As críticas de membros das redes sociais digitais foram determinantes para a cantora desistir de usar a Lei Rouanet, mas os membros das redes sociais digitais ignoraram, por dias, a desistência da cantora. Ver ANEXO S.

- Em 7 de fevereiro de 2016, o deputado federal Jair Bolsonaro (PSC) publicou uma foto de um casal de crianças vestidas de policial dizendo que ela teria causado revolta dos direitos humanos; ao lado de uma foto que mostra um menino com “roupas de menina”, capa da revista Nova Escola, que ganhou prêmio de melhor capa de 2015, e nenhuma revolta.⁸² Na verdade, a foto das crianças vestidas de policial não causou revolta dos direitos humanos. O deputado misturou um fato inverídico com um verídico e confundiu a opinião pública com discurso de inversão de valores. Analisamos o material como quarto tipo de boato, que parte de um detalhe que passou despercebido, neste caso uma notícia verdadeira junto de uma falsa, e é disseminado deliberadamente no corpo social. Ver ANEXO T.

⁸¹ Cf. <http://www.boatos.org/entretenimento/claudia-leitte-ganhou-r-356-mil-para-lancar-livro.html>. Acesso: 04.mar.2016.

⁸² Cf. <http://www.e-farsas.com/foto-criancas-fardadas-causou-revolta-nos-direitos-humanos.html>. Acesso: 04.mar.2016.

- Durante o carnaval de Salvador, um vídeo viralizou nas redes sociais. Nele, uma ambulante enchia uma garrafa de água mineral, vazia e sem rótulo, de água derretida do gelo de seu isopor. A divulgação foi feita dizendo que a ambulante vendia a água suja como mineral. A mulher foi localizada, teve filhos apreendidos pelo Conselho Tutelar e não vendeu nada no carnaval de Salvador. Quando prestou esclarecimentos, disse que quando o bloco As Muquiranas passa os ambulantes jogam água para refrescar os foliões. Ela não vendeu a água. Apenas manteve a tradição de jogar água no bloco. A história foi tema de reportagens e foi repercutida no grupo, em 10 de fevereiro de 2016.⁸³ Trata-se do primeiro tipo de boato, que surge a partir de um acontecimento, neste caso o vídeo que mostrava a vendedora enchendo a garrafinha com água proveniente do gelo derretido, e impressiona a opinião pública. Ver ANEXO U.

- Em 15 de fevereiro de 2016, publicação alerta que é falsa a informação de que o Desafio da Maternidade, no Facebook, foi organizado por uma rede de pedófilos. O desafio faz o estilo de uma corrente, em que as amigas marcam outras amigas, que são mães, na rede social e as desafiam a postar três fotos mostrando o motivo de serem felizes sendo mães. O *post* dizia: “Vamos pesquisar antes de compartilhar”? Junto, trazia imagem da publicação original dizendo que o desafio era organizado por uma rede de pedófilos, segundo informações do Conselho Tutelar. O *post* também trazia link para reportagem negando o boato⁸⁴. Dias depois, outro *post*, em 18 de fevereiro, avisa que a Rádio CBN informou que era boato. Analisamos o caso como o quinto tipo de boato, segundo Kapferer, ou seja, o que surge do nada, sem nenhum detalhe que possa ter dado margem à falsa interpretação. Ver ANEXO V.

Como se percebe, a localização de boatos e sua exclusão não são suficientes para acabar com sua ocorrência no grupo em que se entra voluntariamente. Falando nisso, a seguir, a pesquisa sobre as motivações de ingresso no Utilidade Capixaba – ES – UP.

⁸³ Cf. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1227640677250694&set=pcb.1227640810584014&type=3>. Acesso: 04.mar.2016.

⁸⁴ Cf. <http://www.boatos.org/tecnologia/desafio-da-maternidade-foi-criado-por-pedofilos.html>. Acesso: 04.mar.2016.

3.2.2 - Pesquisa com membros do grupo

Para responder à questão colocada que indaga qual a motivação para participar do grupo, realizamos uma pesquisa *on-line* no Utilidade Capixaba – ES – UP, de 13 a 27 de maio de 2016. Durante 15 dias, postamos diariamente no grupo o link para o questionário feito no site Survey Monkey, acompanhado de texto, diferente a cada dia, que incentivava a participação. Obtivemos a participação de 111 respondentes.

A pesquisa nos mostrou que os membros são essencialmente jovens de 26 e 35 anos, representados por 39,64%; seguidos por 25,23% de respondentes que disseram ter entre 18 e 25 anos. Trata-se da geração que cresceu com a popularização da internet e das redes sociais digitais, contemporânea das mudanças nos fluxos da comunicação. Veja tabela 4 abaixo:

Tabela 4 - Idade:		
Opções de respostas	Percentual	Número de respondentes
Entre 18 e 25 anos	25,23%	28
Entre 26 e 35 anos	39,64%	44
Entre 36 e 45 anos	21,62%	24
Mais de 46 anos	13,51%	15

Os membros têm bom nível de escolaridade. A maioria, 38,18%, tem pós-graduação, seguida de 37,27% com curso superior completo ou em andamento. Com ensino médio ou técnico profissionalizante, há 24,54%. Nenhum respondente disse ter apenas ensino fundamental. Trata-se de pessoas com potencial para produzir e disseminar conteúdos de qualidade. Mesmo assim, nota-se muitos erros de português nas postagens estudadas.

Perguntados como eles se informam diariamente, o leque de opções comprova Cardoso (2010), quando fala que a comunicação se faz em rede, ou seja, a dieta de mídia de cada cidadão é composta por uma gama de diferentes tipos de fontes de notícia. A internet é o suporte preferido. Sites de notícias lideram as respostas, atingindo 83,78%, seguidos do Utilidade Capixaba – ES – UP, com 68,47%.

Os tradicionais suportes de notícias em jornais impressos, TV e rádio só aparecem na terceira posição, com 67,57%. Para 53,15%, o WhatsApp é fonte de informação e, por último, as conversas pessoalmente, entre amigos e conhecidos, ficaram com 46,85%. Houve ainda três respondentes que escreveram nos comentários que se informam pelo Facebook, por noticiários estrangeiros e sites internacionais.

Podemos afirmar que os jovens membros preferem se informar pela internet, seja por sites de notícias, seja por redes sociais digitais. Surpreende o Utilidade Capixaba – ES – UP figurar à frente da mídia tradicional. Também chama a atenção que a comunicação face a face ficou em último lugar, o que nos mostra que a comunicação mediada pelo computador ou telefones móveis superam as conversas presenciais. Confira a tabela 5:

Tabela 5 - Como você se informa diariamente?		
Pode marcar mais de uma resposta:		
Opções de respostas	Percentual	Número de respondentes
Jornais impressos, TV, rádio	67,57%	75
Sites de notícias	83,78%	93
Utilidade Capixaba - ES - UP	68,47%	76
Conversas, pessoalmente, entre amigos e conhecidos	46,85%	52
WhatsApp	53,15%	59
Outro (especifique)	2,70%	3

Para isso, 61,11% acessam o Utilidade Capixaba – ES – UP ao longo de todo o dia. A parte da noite é apontada por 22,22%. Pela tarde, o grupo é acessado por 10,19% e 6,48% costumam acessá-lo apenas pela manhã. Assim, durante todo o dia, o grupo é acessado por seus membros durante todo o dia.

A pergunta-chave da pesquisa, sobre as razões que motivam a participação no Utilidade Capixaba – ES – UP, dava possibilidade de o respondente eleger mais de uma alternativa de resposta. Os resultados mostraram que 76,58% buscam por informações em tempo real, seguidos de 42,34% que querem informar-se dos assuntos que estão dominando a internet. Mostrando interesse na territorialidade

capixaba, 38,74% apontaram como motivação a participação nas discussões sobre a comunidade/Estado.

Em uma sociedade midiaticizada e hiperconectada, as respostas deixaram claro que a principal motivação para participar do grupo é a busca por notícias e informações em tempo real

A busca por cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas atraiu apenas 18,92%. A busca por diversão e entretenimento, 18,02%, e 16,22% estão no grupo apenas para passar o tempo livre. Nove respondentes escreveram relatos no campo destinado a comentários, dizendo que participam por curiosidade, para “ler as tretas”, para buscar serviços, sugestões ou pedir ajuda. Outros disseram participar para conhecer as opiniões sobre diversos assuntos e um se apresentou como assessor de imprensa e justificou precisar acompanhar como o assessorado é retratado no Utilidade Capixaba – ES – UP. Veja tabela 6 abaixo:

Tabela 6 - Quais as razões que motivam sua participação no Utilidade Capixaba – ES – UP? Pode marcar mais de uma alternativa:		
Opções de respostas	Percentual	Número de respondentes
Busca de informações em tempo real	76,58%	85
Informar-se dos assuntos que estão dominando a internet	42,34%	47
Participar de discussões sobre a comunidade/Estado	38,74%	43
Busca de cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas	18,92%	21
Busca por diversão e entretenimento	18,02%	20
Passar tempo livre	16,22%	18
Outro (especifique)	8,11%	9
Total	100%	111

E qual a principal vantagem do grupo? Informação colaborativa feita com a ajuda dos membros, que têm permissão para escrever o que quiser foi a resposta de 59,09%. Para 26,36%, a vantagem é participar de discussões que afetam a vida dos moradores do Espírito Santo, o que mostra novamente o interesse dos membros na territorialidade capixaba que marca o grupo. Apenas 6,36% apontam a gratuidade. Nove respondentes, o que corresponde a 8,18%, escreveram no campo de

comentários e apontaram o imediatismo, com informação atualizada a todo momento, como vantagem. Um deles escreveu: “Informações mais atualizadas que os jornais, principalmente em greves, acidentes, locais de trânsito intenso, onde estão ocorrendo roubos etc”. Há ainda os que levam na brincadeira e dizem que só querem “rir dos comentários ignorantes” ou “ver os barracos”.

Notamos que a busca por cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas teve baixo número de respondentes quando questionamos a motivação em participar, mas é apontada como a principal vantagem do grupo.

Também chama a atenção o fato de que 48,18% dos respondentes apenas leem os *posts* do grupo, em um comportamento passivo frente a um território *on-line* de conteúdo participativo. Outros 21,82% leem e costumam participar com curtidas e comentários. Apenas 20,91% leem e costumam participar com postagens, comentários, curtidas e compartilhamentos, em um comportamento mais ativo. Outros 9,09% leem e costumam participar apenas com curtidas.

Dos respondentes, 74,55% já leram uma notícia falsa no Utilidade Capixaba – ES – UP. E como eles souberam da versão verdadeira? Para 58,33%, o desmentido foi publicado no Utilidade Capixaba – ES – UP, seguidos de 48,81% que leram em sites de notícias. Já 28,57% souberam da versão verdadeira por programas de TV, jornais impressos e rádio. Dez respondentes, o que corresponde a 11,90%, escreveram no campo destinado a comentários dizendo que buscaram fontes confiáveis sobre o assunto, sem especificar quais são elas. Um deles citou o site *e-farsas* como local para verificar se uma informação é falsa.

Nessa questão, novamente fica clara a preferência dos respondentes pelo suporte internet. No estudo de boatos que fizemos, encontramos duas formas de negativas feitas no grupo: o filtro social, feito pelos próprios membros; e a postagem de links de notícias da imprensa tradicional com a versão verdadeira do fato. Outro dado surpreendeu: 69,16% confiam nas informações que leem no Utilidade Capixaba – ES – UP, mesmo a maioria ter afirmado já ter lido boatos no espaço.

3.3 - Análise ética e os desafios da comunicação no grupo

Analisaremos o conteúdo do Utilidade Capixaba – ES – UP do ponto de vista da ética como mediação. Para isso, voltamos em Orlandi (2012). “Na segunda etapa, a partir do objeto discursivo, o analista vai incidir uma análise que procura relacionar as formações discursivas distintas [...] com a formação ideológica que rege essas relações” (ORLANDI, 2012, p. 78). Assim, chega-se à “constituição dos processos discursivos” que são responsáveis pelos efeitos dos sentidos.

Para isso, vamos retomar Comparato (2006) e os princípios cardeais das normas universais de comportamento, fundamento de toda vida ética: a verdade, a justiça e o amor. Os três desdobram-se e especificam-se nos princípios de liberdade, igualdade, segurança e solidariedade e são nessas especificações que vamos nos ater. Antes disso, cabe ressaltar que todos os princípios estão relacionados e interdependentes, como mostramos no capítulo 2.

Analisando as 16 categorias de conteúdo criadas, é possível identificar os princípios éticos, propostos por Comparato. Nota-se que há uma busca por Solidariedade nas postagens do Utilidade Capixaba – ES – UP. Como bem definiu Comparato (2006), a solidariedade reúne as pessoas no seio de uma comunidade, totaliza todas as somas e complementa e aperfeiçoa a liberdade, a igualdade e a segurança. Assim, todos são chamados para defender o que lhes é comum. Assim, as categorias Pedido de Informação, Animais de estimação, Solidariedade, Achados e perdidos e Desaparecidos são exemplo dessa necessidade de buscar auxílio no outro. Juntas, elas somam a maioria das postagens, 42,71%.

Nota-se a Liberdade, que para Comparato é atributo do ser humano que o distingue dos demais seres vivos, nas categorias Notícias da mídia filtro, Anúncios, Notícias da mídia comentário, Curiosidades/entretenimento, Reclamação, Comunicação política, Religião, Elogio e enquetes, que somam 39,37%. Isso porque os membros têm a liberdade de postar, comentar, opinar e até mesmo buscar divertimento no grupo. Com as redes sociais na internet, como já dissemos, o usuário amplifica e recircula as notícias da mídia, dão opinião a respeito de tudo o que for de interesse e

disseminam conteúdos diversos, seja de comunicação institucional, política, religioso, de humor e entretenimento na rede.

Já a Segurança, que para Comparato garante mecanismos de atuação solidária, está presente nas categorias Alerta/denúncia e Boato, que representam 13,39% das postagens. Como disse o autor, “quanto à segurança, ela só pode realizar-se em sua plenitude quando cada qual zela pelo bem de todos e a sociedade pelo bem de cada um de seus membros” (COMPARATO, 2006, p. 577).

Assim, a busca por segurança está presente nas postagens que alertam sobre algum fato ocorrido e no boato, já que a maioria dos boatos estudados se refere a narrativas que causam preocupação ou comoção social, apesar de seu efeito ser o inverso: a insegurança no consumo de notícias e nas relações sociais. Podemos afirmar que o boato é dúbio: o propagamos em busca de segurança, mas nossa ação gera insegurança, medo e desconfiança em relação ao outro.

Por último, a Igualdade, que é a essência da justiça, permeia todo o grupo de informação colaborativa, mas pode ser destacada na categoria Gerenciamento de conteúdo, que representa 0,45% das postagens estudadas. Mesmo com a punição de exclusão em caso de não obediência às regras estabelecidas, a categoria traz a possibilidade de diálogo com os mediadores do grupo para o gerenciamento do mesmo.

Assim, as 16 categorias de conteúdo se reduzem a quatro princípios éticos: Solidariedade, Liberdade, Segurança e Igualdade. Ainda que não se contemplem plenamente, os preceitos éticos estão presentes, todos adaptados e modificados pela vivência prática do cotidiano, que é balizadora de como almejamos essas relações.

Com isso, chegamos na terceira etapa de Orlandi, em que se passa dos processos discursivos para a ideologia, esta entendida pela autora a partir da linguagem e não com viés sociológico. “Não a tratamos como visão de mundo, nem como ocultamento da realidade, mas como mecanismo estruturante do processo de

significação” (2012, p. 96). Assim, a ideologia é a prova da “relação da história com a língua”, afetando e sendo afetado pelo sujeito.

Levando em consideração a ideologia, no entendimento de Orlandi (2012), e buscando o padrão ético a partir dos parâmetros avaliados, chegamos a quatro macrocategorias, capazes de englobar todas as demais:

Tabela 7 – Macrocategorias			
Macrocategoria	Categorias de conteúdo	Categoria ética	%
Serviço	Pedido de Informação, Animais de estimação, Solidariedade, Achados e perdidos e Desaparecidos	Solidariedade	42,71
Boatos	Alerta/denúncia e Boato	Segurança	13,39
Remediação	Notícias da mídia filtro, Anúncios, Notícias da mídia comentário, Reclamação, Comunicação política, Religião, Elogio e enquetes	Liberdade	35,35
Entretenimento	Curiosidades/entretenimento	Liberdade	4,02

A macrocategoria Serviço reúne as seguintes categorias de conteúdo: Pedido de Informação, Animais de estimação, Solidariedade, Achados e perdidos e Desaparecidos. Ela abrange a categoria ética Solidariedade e tem a maioria do material estudado, 42,71%. Assim, os membros do grupo procuram a ajuda do outro para pedidos de informação que impactam o cotidiano do sujeito ordinário, buscam auxílio para recuperar parentes e animais de estimação perdidos, ou mesmo ajuda para doações para atividades filantrópicas e serviço on-line de achados e perdidos.

Já a macrocategoria Boato abrange as categorias de conteúdo Alerta/denúncia e Boato, enquadrados na categoria ética Segurança. Aqui, o boato é tratado nos dois sentidos do termo, segundo Renard. Como já dissemos, o primeiro deles dialoga com Kapferer e define boato como informação não-verificada. Se o boato, após verificado, for exato, daí passa a ser chamado informação. O segundo tem o boato como informação falsa após checagem da informação e comprovada inexatidão da mesma. Vale ressaltar que a categoria Alerta/denúncia tem alto potencial de disseminação de boatos.

A macrocategoria Remediação traz uma característica intrínseca à internet e aos grupos nas redes sociais digitais: as diferentes mediações e remediações sobre um mesmo fato. Aqui estão as categorias de conteúdo Notícias da mídia filtro, Anúncios, Notícias da mídia comentário, Reclamação, Comunicação política, Religião, Elogio e enquetes. O membro do grupo pode postar, comentar, curtir, compartilhar informações diversas. É o espaço para a opinião e reações aos acontecimentos do dia. Não é à toa que classificamos esses conteúdos na categoria ética Liberdade. Vale ressaltar que, apesar das regras, a Liberdade permeia todo o Utilidade Capixaba – ES – UP. Aqui é onde há maior o índice de incomunicação e intolerância por causa das opiniões diferentes, principalmente de conteúdo político.

Já a macrocategoria Entretenimento reúne os conteúdos de Curiosidades/entretenimento, também enquadrados na categoria ética Liberdade. Ressaltamos que a diferenciação se impõe pelo conteúdo ser voltado para o humor, o turismo, a busca por relaxamento.

Como já dissemos, o ser humano não vive sem se comunicar e, para viver em sociedade, define pactos éticos para garantir a convivência nos territórios geográficos. Em grupos fechados em redes sociais digitais na internet, acontece o mesmo. Há um acordo, um código de ética, para garantir a convivência dos membros no território informacional.

No regime de comunicação e ética do Utilidade Capixaba – ES – UP, as agressões são proibidas, mas é comum flagrarmos a chamada incomunicação no grupo. Assim, a comunicação como construir pontes entre pontos de vista diferentes, preconizada por Sodré, muitas vezes não se torna realidade. Nessas regras, chama a atenção o fato de não ser proibido disseminar boatos. Eles são recorrentes e podem trazer graves consequências.

Mesmo com essas controvérsias, pudemos notar os princípios éticos apontados por Comparato, animados e modificados pelas relações da vida cotidiana. Isso porque a ética também é produtora de comportamento e, como Chauí apontou no segundo capítulo, pode transformar-se de acordo com as novas necessidades que vão surgindo nas relações que vicejam em um território. Como ponderou Comparato, o

mundo oficial, ou seja, os das normas vigentes, nunca é um retrato fiel do mundo não-oficial, isto é, dos costumes e ideais coletivos da vida.

Nesse sentido, a comunicação e a ética no território digital do Utilidade Capixaba – ES – UP se assemelha com a comunicação e a ética dos territórios geográficos, mas a presunção do anonimato no mundo digital acelera o conflito e há menor investimento na manutenção da polidez, como alertou Recuero no capítulo um. Se no território geográfico um conflito pode afastar os envolvidos de uma relação, mas com possibilidade de haver tentativa de reaproximação, no Utilidade Capixaba – ES – UP um conflito ou desobediência às regras podem terminar com a exclusão do membro do grupo com apenas um clique. É a ética do mundo digital juntando os iguais e separando os diferentes.

CONCLUSÃO

Conforme vimos nos capítulos introdutórios desta dissertação, vivemos em uma sociedade em rede (Castells, 1999), midiaticizada (Sodré, 2013), em que o que é percebido como real passa a ser cada vez mais o que é propagado no mundo digital. É a chamada cibercultura (Lemos, 2003), que relaciona a sociedade, a cultura e as novas tecnologias.

Nessa ambiência, o cidadão comum passou a ter acesso a ferramentas de produção e distribuição de conteúdo, fato que alterou os fluxos da comunicação e transformou a comunicação em massa em comunicação em rede (Cardoso, 2010), onde cada pessoa elege suas fontes e seu cardápio de mídia, de acordo com seu interesse.

Essas mudanças aumentaram a quantidade de informação em circulação, mas Wolton (2010) alerta que “informar não é comunicar”. Para ele, a informação é apenas a mensagem, sendo que a comunicação exige relação. Como disse Sodré (2014), comunicar é agir em comum.

Assim, a comunicação esbarra no outro, na alteridade, e seu desafio é aprender a conviver entre pontos de vista diferentes – o desafio da “ação”, estudado por Arendt (2014).

Mas Wolton aponta que os receptores resistem às informações de que eles não gostam ou com as quais não concordam, gerando incomunicação, ou seja, quando não há sintonia, apenas discordância. Dessa forma, aprender a conviver em paz, respeitando as diferenças, seria o grande desafio na contemporaneidade.

Nessa alteridade impositiva, negocia-se eticamente a convivência. Aqui, ética é entendida como mediação, como acordo balizador para a conduta, o que permite a convivência (Chauí, 2008).

Nessa linha de pensamento, estudamos as redes sociais digitais, o desafio da comunicação e a ética e informação em grupos *on-line*. Para isso, elegemos um

grupo no Facebook com forte identificação territorial: o Utilidade Capixaba – ES – UP, com 139.143 membros, em 19 de julho de 2016, o maior entre os seus pares.

Buscamos entender o tipo de conteúdo que circula, incluindo a verificação da dinâmica de seus fluxos, nesses grupos colaborativos marcados pela identificação territorial. Identificar as razões que motivam a participação dos usuários, e estabelecer a forma e os objetivos de gestão e de sustentabilidade do grupo também foram objetivos almejados e atingidos nesta dissertação.

Para desenvolver nossos estudos, partimos da hipótese de que ao mesmo tempo que informa e empodera o cidadão comum, que busca cidadania ativa ao participar de grupos colaborativos, as redes sociais na internet também são uma rede de boatos, trazendo a questão ética da informação/desinformação, e suas consequências para o debate.

Para entender o tipo de informação que circula em um grupo fechado marcado por identificação territorial, fomos buscar a metodologia mais adequada. Após leituras, chegamos na etnografia e foi esse o caminho seguido em quatro etapas. Na primeira etapa da pesquisa, fizemos ampla revisão teórica e coletamos dois dias de *posts* do grupo estudado, utilizando dados fornecidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), desta mesma universidade.

Por meio de mineração desses dados brutos e análise de conteúdos, foi possível estabelecer as principais características de postagens, fixando padrões de *posts*. O conteúdo foi verificado e categorizado. Paralelamente à análise de dados quantitativos, fizemos um trabalho de observação diária do grupo durante 45 dias, para confirmação do padrão das publicações e identificação de boatos divulgados. De 23 de maio de 2015 a 6 de julho de 2015, foi possível confirmar e coletar manualmente cinco casos de boatos.

A experiência da primeira fase da pesquisa nos mostrou que os *posts* que originaram os boatos eram apagados pelos gestores do grupo, mantendo no ar apenas as repercussões. Muitas vezes, os próprios membros postavam a

informação correta no grupo. Ficou evidente o desafio de aprofundar as abordagens metodológicas qualitativamente.

Assim, optamos pela imersão do pesquisador, com coleta manual, para aprofundar qualitativamente a pesquisa. Na segunda etapa da pesquisa, por meio de um mês falso (primeira semana de outubro de 2015, segunda semana de novembro, terceira semana de dezembro e quarta semana de janeiro de 2016), coletamos manualmente 40 postagens diárias e aleatórias do grupo por meio de imersão do pesquisador, como dissemos, totalizando 1.120 postagens.

Para analisar os dados coletados, seguimos o passo a passo de análise do discurso proposto por Orlandi (2012) e criamos 16 categorias de conteúdo. Paralelamente à análise de dados quantitativos, fizemos um trabalho de observação diária do grupo durante oito meses, para confirmação do padrão das postagens e identificação de boatos divulgados.

De 01 de julho de 2015 a 29 de fevereiro de 2016, foi possível confirmar 18 boatos. Notamos que os boatos não foram divulgados exclusivamente no Utilidade Capixaba – ES – UP. O grupo é marcadamente um território informacional de reverberações.

Além disso, para verificar a sustentabilidade do grupo e suas formas de gerenciamento, uma entrevista em profundidade com o administrador mais antigo do grupo foi feita na terceira etapa de investigação.

Ainda seguindo o passo a passo de Orlandi e analisando as 16 categorias de conteúdo criadas, foi possível identificar os princípios éticos da Solidariedade, Liberdade, Segurança e Igualdade, propostos por Comparato (2006), modificados e adaptados pela ética da convivência, mas sendo balizador de como almejamos essas relações. Assim, foi possível chegar a quatro macrocategorias de conteúdo, capazes de englobar todas as demais categorias: Serviço, Boatos, Remediação e Entretenimento.

Criado para oferecer informação colaborativa, como informou o administrador durante a entrevista presencial, podemos afirmar que o grupo estudado cumpre seu

papel: 42,71% do conteúdo analisado é referente a serviços, como revelou a pesquisa de conteúdo que realizamos. Como dissemos, o grupo é também, marcadamente, um território digital de reverberações. Tanto que 35,35% do conteúdo pesquisado é referente à remediação. Aqui chama a atenção a incomunicação, tão bem explicada por Wolton (2010) e a dificuldade em se estabelecer um diálogo respeitoso para defender ideias contrárias. Os conflitos e agressões verbais são diários.

O Utilidade Capixaba – ES – UP também é uma rede de boatos. Do material analisado, 13,13% estão na macrocategoria Boato. Aqui, preocupa o poder de disseminação e as graves consequências que podem causar. Geralmente, são apagados do grupo após denúncia de um membro, no filtro social de Shirky (2010), ou negado via imprensa e reverberado no grupo. Também é um espaço de entretenimento, tema de 4,02% do conteúdo estudado.

Por fim, na quarta etapa de busca de material empírico, para pesquisar os motivos que atraem a participação das pessoas, o método escolhido foi uma pesquisa quantitativa, postada no grupo, de 13 a 27 de maio de 2016. Durante 15 dias, postamos diariamente no grupo o link para o questionário feito no site Survey Monkey. Obtivemos a participação de 111 respondentes.

A pesquisa nos mostrou que os membros são jovens entre 18 e 35 anos (64,87%). Trata-se da geração que cresceu com a popularização da internet e das redes sociais digitais. Os membros têm bom nível de escolaridade (75,45% com pós-graduação, superior completo ou em andamento). Mesmo assim, há muitos erros de português no grupo, que possui textos que se aproximam da conversa oral, como observou Recuero (2014).

Para se informar diariamente, a internet é o suporte preferido. Sites de notícias lideram as respostas, atingindo 83,78%, seguidos do Utilidade Capixaba – ES – UP, com 68,47%. Os tradicionais suportes de notícias em jornais impressos, TV e rádio só aparecem na terceira posição, com 67,57%.

E qual a principal vantagem do grupo? Informação colaborativa feita com a ajuda dos membros, que têm permissão para escrever o que quiser foi a resposta de 59,09%. Para 26,36%, a vantagem é participar de discussões que afetam a vida dos moradores do Espírito Santo, o que mostra novamente o interesse dos membros na territorialidade capixaba que marca o grupo. Notamos que a busca por cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas teve baixo número de respondentes quando questionamos a motivação em participar, mas é apontada como a principal vantagem do grupo.

Também chama a atenção o fato de que 48,18% dos respondentes apenas leem os *posts* do grupo, em um comportamento passivo frente a um território *on-line* de conteúdo participativo. Apenas 20,91% leem e costumam participar com postagens, comentários, curtidas e compartilhamentos, em um comportamento mais ativo.

A pesquisa, em suas várias etapas, nos revelou que a busca por notícias e informações em tempo real é a principal razão para as pessoas entrarem no Utilidade Capixaba – ES – UP (76,58%). Além disso, elas confiam no que leem ali (69,16%), mesmo o espaço estando eivado por boatos. Dos respondentes, 74,55% já leram uma notícia falsa no Utilidade Capixaba – ES – UP. E como eles souberam da versão verdadeira? Para 58,33%, o desmentido foi publicado no Utilidade Capixaba – ES – UP, seguidos de 48,81% que leram em sites de notícias.

Considerando a busca de informações como a da principal motivação de entrada no grupo, chama a atenção também o fato de que o código de ética do Utilidade Capixaba – ES – UP não proíba, explícita e terminantemente, a divulgação de boatos e mentiras, que são recorrentes no espaço e portam o potencial de provocar graves consequências, incluindo mortes, como temos assistido.

No tocante ao conteúdo, a publicidade parece ser algo mais preocupante para os gestores. A moderação é feita por meio de três perfis fakes, para evitar represálias e incômodos nos perfis pessoais. Fica claro que o grupo é um clube de amigos, pouco democrático, centralizador, que se comporta como proprietários do espaço e julga as postagens como se estivesse em um tribunal de júri popular. Não é à toa que dois administradores são advogados. Ao mesmo tempo que o Gestor A, nosso

entrevistado, afirma que o conteúdo é de responsabilidade dos membros, aos mesmos são impostas regras, como a não publicação de anúncios, cuja desobediência acarreta a exclusão do membro do grupo. Assim, propaganda só é permitida se autorizada, em clara relação de poder e de troca, e é usada pelos próprios administradores, como flagramos.

Após percorrer todo esse caminho, podemos afirmar que nossa hipótese inicial sofreu alterações, foi enriquecida e, assim, confirmada parcialmente: ao mesmo tempo que informa em tempo real e conecta os membros do grupo com as discussões do dia na internet, as redes sociais digitais também são uma rede de serviços, de reverberações e de boatos, trazendo a questão ética da solidariedade, da liberdade, da igualdade e da segurança e suas consequências para o debate.

A maioria dos membros é formada por jovens, que confia nas informações publicadas no grupo e se informa por sites de internet. Além disso, ainda tem um comportamento passivo nos grupos de redes sociais digitais, apesar de enxergar como principal vantagem desses espaços a busca por cidadania ativa ao poder escrever e divulgar informações e opiniões diversas. Uma das causas pode ser a intolerância com opiniões contrárias, que muitas vezes não são aceitas, gerando incomunicação e o risco de comunitarismo.

O presente estudo não termina aqui. Grupos em redes sociais digitais trazem a possibilidade de distintas e potentes abordagens. Uma delas chama a nossa atenção: a incomunicação gerada a partir de opiniões distintas, principalmente em relação à política. Há grande intolerância em relação ao que é diferente. O risco de comunitarismo é real e está presente em nossa sociedade cada vez mais claramente por causa da tumultuada crise política e econômica que o Brasil atravessa. Vale ressaltar que essa é uma tendência mundial e é uma problemática que precisa ser aprofundada em futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

- ARENDRT, Hannah. **A condição humana**. 12.ed.rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Martin Claret, 2015.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rebelais**. São Paulo: Hucitec, 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 36 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- BOASE, Jeffrey; WELLMAN, Barry. Redes virais: viroses biológicas, computacionais e de mercado. In: DUARTE, Fabio et al (org). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectivas, 2008, p. 65-95.
- BRETAS, Beatriz. Interações cotidianas. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (orgs). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 29-42.
- CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. 9, nº2, p.269-283, 2012. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p269/23345>>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- CANAVILHAS, João. Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático. In: Fernando Irigaray, Dardo Ceballos y Matía Manna (Orgs). **Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles** (p. 119-133). Rosario: Laborde Libro Editor, 2011. Disponível em <es.calameo.com/read/00042286074b870dd0b2a>. Acesso em: 7 jul. 2015.
- CAPRA, Fritjof. Vivendo redes. IN: DUARTE, Fabio et al (org). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectivas, 2008, p. 17-29.
- CARDOSO, Gustavo. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade da informação. In: MORAES, Dênis (org). **Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. 11.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CENTRO de Documentação e Memória. **Chocolates Garoto – 80 anos, uma história de sucesso**. Vila Velha: Chocolates Garoto, 2009. Disponível em: <http://issuu.com/chocolatesgaroto/docs/garo0252_af_v01_090728_livro80anos>. Acesso em: 14 dez. 2015.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano** - 1 Artes de fazer. 20.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13.ed. São Paulo, Ática, 2008.

COMPARATO, Fábio Konder. **Ética**: direito, moral e religião no mundo moderno. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

_____. **Conversações, 1972-1990**. São Paulo: Editora 34, 2013.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Introdução: Rizoma. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 1995, p.11-37.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. 42. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

_____. "O sujeito e o poder". In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 230 -250.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FRAGOSO et al. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeito em comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (orgs). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 61-88.

GIDDENS, Anthony. **Os contornos da alta modernidade**. Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, p. 13-41, 1984.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**, do "fim dos territórios" à multiterritorialização, 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

HEIDEGGER, Martin. **A questão da técnica**. In: Scientiae Studia, São Paulo. V.5, n. , p. 375-398, 2007. Disponível em: <http://www.scientiaestudia.org.br/revista/cont_05_03.asp>. Acesso em: 05 out. 2015.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 10.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

HENRIQUES, Rafael Paes. **A essência da técnica em Heidegger**. *Kalagatos* - revista de filosofia (versão *on-line*), v. 10, p. 335-366, 2013.

JARDIM, Eduardo. **Hannah Arendt: pensadora da crise e de um novo início**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

JOSGRILBERG, Fábio. Cotidiano e sujeito ordinário. In: CITELLI, A. e outros. **Dicionário de comunicação**. Escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

KAPFERER, Jean-Noël. **Boatos: o mais antigo mídia do mundo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em: 20. nov. 2015.

_____. **Mídias Locativas e Territórios Informacionais**. In: ARANTES, Priscila; SANTAELLA, Lúcia. Editora PUC/SP, 2007. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf>. Acesso em: 15. fev. 2016.

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

LINDENBERG NETO el al. **A Gazeta – 80 anos de história**. Vitória: SA A Gazeta, 2008.

MARCARINI, Beatriz. **Como uma informação do Utilidade Capixaba – ES – UP vira notícia no portal Gazeta Online**. 2014. 40f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo), Faculdades Integradas São Pedro (Faesa), Vitória, 2014.

MARCONDES, Danilo. **Textos básicos de ética: de Platão a Foucault**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

MARTINUZZO, José Antonio; TESSAROLO, Marcela (org). **Comunicação e Territorialidades: as pesquisas inaugurais do primeiro Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Espírito Santo**. Vitória, ES: Universidade Federal do Espírito Santo, Departamento de Comunicação Social, 2016, p. 7-16.

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. In: PARENTE, André (org). **Tramas da Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 17-37.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 10.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

PARENTE, André. Enredando o Pensamento: redes de transformação e subjetividade. In: PARENTE, André (org). **Tramas da Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 91-110.

PORTO, Camila. **Facebook Marketing**. São Paulo: Novatec, 2014.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: Controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 13-32.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática. 1993.
 RECUERO, Raquel. A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2. Ed., 2014.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. A rede é a mensagem: Efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. In: Eduardo Vizer. (Org.). **Lo que McLuhan no previó**. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223. Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

_____. Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p.51-69.

RENARD, Jean Bruno. **Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 32, abr. 2007a. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3421/2684>>. Acesso em: 8 abr. 2016.

_____. **Você já sabe da última?** PUCRS INFORMAÇÃO, Porto Alegre, n. 133, p. 24-25, mar/abr. 2007b. Entrevista concedida a Mariana Vicili. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10923/6544>>. Acesso em: 8 abr. 2016.

REULE, Danielle Sandri. **A dinâmica dos rumores na rede: a web como espaço de propagação de boatos virtuais**. 2008. 130f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

SANTAELLA, Lucia. Intersubjetividade nas redes digitais: repercussões na educação. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 33-47.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço – Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SCHUBACK, Márcia, In: HEIDEGGER, **A caminho da Linguagem**, 4. Ed., (2008).

SHIRKY, Clay. **Eles vêm aí**. Lisboa: Actual Editora, 2010.

SILVERSTONE, Roger. A textura da experiência. In: **Por que estudar a mídia**. São Paulo, Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

_____. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

WIENER, Nobert. **Cibernética e Sociedade**. O uso humano de seres humanos. 2.ed. São Paulo: Cultrix, 1954.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

_____. **As contradições do espaço público mediatizado**. In: MESQUITA, Mário (Org.). Revista de Comunicação e Linguagens – Comunicação e Política. Lisboa: Cosmos, 1995.

ZAGO, Gabriela da Silva. Da Circulação à Recirculação Jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: PRIMO, Alex (org). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 211-231.

ANEXOS

ANEXO A

Anúncio autorizado – Parceiro Utilidade Capixaba, postado em 1º de outubro de 2015.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Vai festejar?? Não precisa sair de casa para comprar bebidas, levamos até você, e se já bebeu não é correto dirigir, essa parte nós cuidamos com carinho!! Ligue e peça! 3224-2436 / 99774-2436 - CURTA A FAN PAGE E GANHE ISENÇÃO DA TAXA DE ENTREGA!!!!

4 pessoas curtiram isso.

João Lopes AUTORIZADO - PARCEIRO UTILIDADE CAPIXABA
Curtir · Responder · 1 · 56 min

Escreva um comentário...

Patricia Gonçalves
10 h

O ABRIGO BICHOS CARENTES DE GUARAPARI PRECISA MUITO DE ALIMENTO E MEDICAMENTOS. PRINCIPALMENTE VERMIFUGO PARA AUMENTAR A IMUNIDADE DOS CÃES E SOROGLOBULIM PARA

ANEXO B

Presidente do Centro Comunitário da Ilha do Príncipe, Lucas Henrique Salles Barreiro, divulgou nota oficial digital explicando motivos de manifestação que parou a cidade de Vitória, e pedindo desculpas pelo transtorno.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Escreva um comentário...

Lucas Henrique Salles Barreiro
7 h

NOTA DE DESCULPAS SOBRE AS MANIFESTAÇÕES HOJE NA ILHA DO PRÍNCIPE!

Em nome de toda a comunidade do Bairro Ilha do Príncipe em Vitória, venho a público pedir desculpas a população, sobre o transtorno causado hoje no transito da região com nossa manifestação.

Esclareço que nossa manifestação é contra o sistema "Integra Vitória", e que esse projeto não foi dialogado com as comunidades, dessa forma os moradores do bairro Ilha do Príncipe e também de outras comunidades ficaram muito prejudicados em sua locomoção.

Nós buscamos sempre o dialogo, porém infelizmente não estamos sendo ouvidos por essa gestão, sendo esse o ultimo recurso que encontramos para chamar a atenção para as dificuldades que estamos passando.

Esclareço também que deixamos uma das vias liberadas para a passagem dos veículos, e que já temos um abaixo assinado com mais de 400 assinaturas recolhidas.

Tivemos uma reunião agora pela manhã na Prefeitura e aguardaremos uma resposta para o nosso pleito até amanhã, caso essa resposta não nos atenda, infelizmente continuaremos com nossas manifestações.

Aos que acham que somos bandidos e desocupados, paciência, se não se calar sobre uma coisa que está prejudicando nossa comunidade for ser bandido e desocupado, seremos com frequência, o que não podemos é aguentar calado e ver nossa comunidade ser desrespeitada. Somos um dos bairros mais antigos de Vitória, e merecemos respeito.

ANEXO C

Campanha de anistia aos banidos do grupo, promovida de 22 de janeiro a 19 de fevereiro de 2016.

The screenshot shows the Facebook group page for 'UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP'. The main header features a large graphic with the word 'ANISTIA' (Amnesty) in bold, stylized letters. Below the graphic, the text reads: 'UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP' and 'Grupo fechado'. The page is set to 'Discussão' (Discussion) mode. A post by João Lopes, dated 22 de janeiro às 03:17, is the central focus. The post text states: 'AO LONGO DA EXISTÊNCIA DO UTILIDADE CAPIXABA VÁRIOS MEMBROS FORAM BANIDOS DO GRUPO, HOJE EXATOS 11MIL POR DIVERSOS MOTIVOS. COMO PARTE DA REFORMULAÇÃO QUE ESTAMOS FAZENDO NO GRUPO, DELIBERAMOS HOJE EM FAZER UMA ANISTIA AOS BANIDOS.' The right sidebar shows 'ADICIONAR MEMBROS' (Add members) with a search bar, 'MEMBROS' (128.271 members, 1.387 new), and 'DESCRIÇÃO' (Description) and 'NORMATIVA DO GRUPO' (Group Rules) sections. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock displaying 'POR 2013 PTB2 07/07/2015'.

ANEXO D

Boato postado em 7 de julho de 2015, no Utilidade Capixaba – ES – UP sobre cobra encontrada em um pé de alface.

The screenshot shows the Facebook group page for 'UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP'. The main post is by Ronimara Freitas Shereda Pessoa, shared by Alípio Abreu, dated 1h. The post text says: 'Olha que perigo.' Below the text are two photographs: one showing a snake coiled inside a head of lettuce wrapped in plastic, and another showing the snake on a wooden surface. The right sidebar displays 'PESSOAS QUE VOCÊ TALVEZ CO...' (People you may know) with profiles of Ludmila Freire, Rosana Paste, and Fernanda Figueredo, each with an 'Adicionar aos amigos' (Add friend) button. Below that is 'SOLICITAÇÕES DE AMIZADE' (Friend requests) for Samuel Alves and Evandro Liuth Tassarolo, each with a 'Confirmar amizade' (Confirm friend) button. The bottom of the page shows the Windows taskbar with various application icons and the system clock displaying 'POR 2013 PTB2 07/07/2015'.

ANEXO E

O motoqueiro fantasma, que seria um justiceiro de Teresina, Piauí, era um boato.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcelo Página inicial

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Beto Gagno compartilhou a publicação de Maringá Alerta 6 h

Agora a Dilma e o povo do PT tá tudo ferrado. Nicolas Cage está no Brasil!

Maringá Alerta adicionou 2 novas fotos.

DESCRIÇÃO
NORMATIVA DO GRUPO

1-OBJETIVOS:
1.1 - SER O PRIMEIRO E MAIOR CANAL DE INFORMAÇÃO COLABORATIVA ... Ver mais

MARCAÇÕES:
Capixaba - Informação · Espírito Santo (estado)

CONVERSAS EM GRUPO
Ana Clara, Luna, Mar...

POR PTB2 19:35 15/07/2015

ANEXO F

Membros do grupo e Polícia Civil negam que pastelaria de Colatina vendia produto com recheio de carne de cachorro.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcelo Página inicial

Larissa Bahiense 17 h

LUCAS NOGUEIRA PATRICIO VC DEVERIA SE ENVERGONHAR AO POSTAR NOTICIA FALSA E CALUNIOSA! TALVEZ VC TENHA FUGIDO DAS AULAS DE GEOGRAFIA, A CIDADE DE COLATINA NÃO PERTENCE AO ESTADO DO RIO DE JANEIRO! SE LIGA CARAI PODE TER CERTEZA QUE TERÁ QUE ARCAR COM A EXPOSIÇÃO DAS IMAGENS POR VC AQUI DIVULGADAS. EU SOU AMIGA DE FRED E DE SUA FAMÍLIA. FAREMOS DE TUDO PARA QUE VC ARQUE JUDICIALMENTE COM ESSA ATITUDE MEDIÓCRE.

Manutenção predial, residencial e comercial.
-Instalações e manutenções elétricas, hidráulicas, alvenarias, pinturas e antenas.
-Reformas e pequenos reparos.
-Consertamos todos os defeitos.

COBRIMOS QUALQUER ORÇAMENTO

Prestação de Serviços.
Pequena empresa - 44 curtidas

POPULARES ENTRE SEUS AMIGOS
JOGOS RECOMENDADOS

BRUNELLA SARTORIO
LUIZ ZARDINI
ANGELO BORTOLON
OLEGARIO AMORIM
FLAVIA PITANGA ...
RAFAEL RIBELLA
KATIA REGINA
SÁVIO L. LOPES
LUCAS NASCIMENTO
ELAINE DAI GOBBO

POR PTB2 15:35 01/08/2015

Polícia Civil usa o Facebook para negar mesmo boato sobre a pastelaria, em Colatina.

15ª Delegacia Regional de Polícia Civil de Colatina.

31 de julho às 16:12 · Editado ·

Foi tomado ciência por esta Delegacia De Polícia que através de meios sociais, esta sendo divulgado, que certo comerciante desta cidade oriundo de outro país, estaria preso, por esta comercializando produto alimentício que não estaria atendendo as normas de vigilância sanitária inclusive, a fotografia do proprietário e do seu estabelecimento estão sendo divulgados.

Frisamos que este fato não condiz com a verdade, que pessoas usando de má fé, podem esta incorrendo no crime de Injúria Racial alocado no artigo 140, §3º, do CPB.

Pena - reclusão de um a três anos e multa.

Lamentavelmente algumas pessoas movidas por sentimentos obscuros (xenóforos e racistas) ainda não aprenderam a viver em sociedade com pluralidade e diversidade em respeito as raças, cor, religiosidade e opção sexual.

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais · Facebook © 2015

ANEXO G

Os esmaltes da linha degradê da atriz Bruna Marquezine sofreu com boato de que continha chumbo. A informação foi negada pela fabricante.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Joelma Moraes compartilhou a própria foto.

4 de agosto às 19:02

Voce sabia?
Eu não sabia e me sinto na obrigação de informar para que as gestantes se previnam.

Colcha Infantil Só R\$59,90 + Brinde
www.casabaher.com
Colcha Infantil Coruja + Brinde de uma Bolsa
Só R\$59,90 em 10x SEM JUROS!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais · Facebook © 2015

Beatriz Marcarini
Angelo Bortolon
Dani Costa Russo
Kamila Nogueira Ro...
Elaine Vieira
Fabiola Botechia
Aline Nunes
Carmem Tristão
Bruno Mayer Tassaroto
Léo Silva

Rafaela, Angelo, Mar...

Pesquisar



ANEXO H

Técnicos de TV foram vítimas de boato de que seriam assaltantes e tiveram foto divulgada no grupo.



ANEXO I

Boato de crianças sequestradas na Serra chamou a atenção da imprensa. Mediador chegou a chamar atenção de membros do grupo.

https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/search/?query=Amanda%20Nara

Amanda Nara compartilhou a própria publicação.
26 de agosto de 2015

Amanda Nara
26 de agosto de 2015

ATENÇÃO PAIS:

Nos últimos dias vem surgindo vários boatos onde se diz que tem um carro preto rondando por perto de escolas e creches e que estão sequestrando crianças. Eu mesma recebi 4 áudios no whats onde a voz desesperada de uma mulher se dizia ter sido quase vítima.

Hoje quando fui deixar meu filho na escola, tinha cerca de 50 mães bastante "alteradas" discutindo com funcionários a respeito do tal carro, que segundo eles estava perto da escola ontem.

Pois bem, eu sou mãe e ando preocupada com esse assunto, porém me causa estranheza nenhum jornal esta publicando esses acontecimentos. Diante disso resolvi procurar o 2ª CIA 6ª BTM Polícia Militar e esclarecer o assunto. Conversei com Policiais que estavam ali presentes, e os mesmos me informaram que não passa de "BOATOS" e que até eles estão recebendo os tais áudios no WhatsApp. Segundo eles não foi registrado nenhum B.O em todo Município de Serra, e que algo errado tem por trás disso, alguém sem o que fazer esta gravando esses áudios e espalhando pelas redes sociais. Então meus queridos (as) não sabemos do que se trata, **NÃO VAMOS COMPARTILHAR**, tem mães que de tão aflitas não estão indo nem trabalhar pra proteger seus filhos.

Temos que zelar sim pela segurança e bem estar da nossa família, mais não podemos acreditar em tudo que ouvimos., ainda mais quando não se tem fundamentos.

Qualquer pessoa em sã consciência que fosse vítima do tal crime, procuraria a Policia pra registrar o caso e não a Rede Social.

Juliely Barth UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP
26 de agosto de 2015

Tá aí gente !! Muito cuidado com o que compartilham !! Matéria está no G1 e na CBN !!!

Carregando... Compartilhar

GAZETAONLINE

ALERTA

Mulher é indiciada por dar início a onda de boatos de sequestro na Serra

A dona de casa, de 27 anos, contou no Facebook que a filha teria sofrido uma tentativa de sequestro

26/08/2015 11:53:34 - Atualizado em 26/08/2015 15:27:44 | Autor: **Caique Verli**

Foto: Marcos Fernandes / Arquivo

A informação que deu origem a uma série de postagens nas redes sociais sobre a suposta atuação de uma gangue que sai de um carro preto e

Curtir Comentar

PATROCINADO Criar anúncio

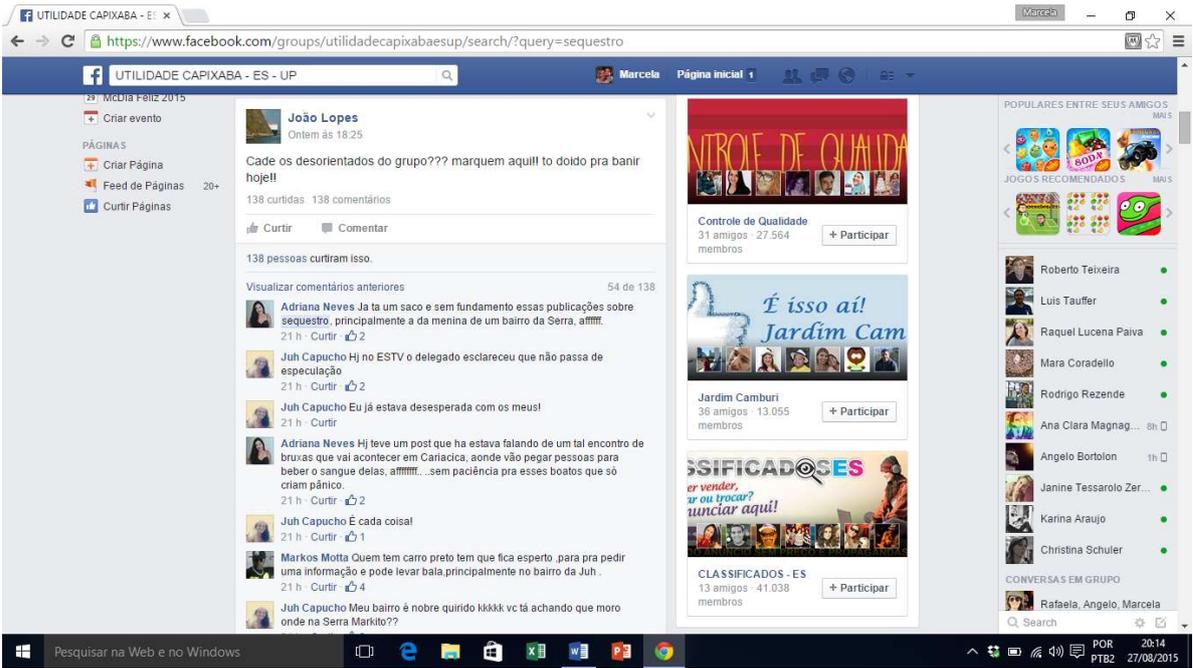
Sou MULHER

A PARTIR DE R\$ **69,90**

Ofertas Incríveis para Mulheres Incríveis!
www.casabaheer.com
Colchas Casal a Partir de R\$69,90 Em Até 10x SEM JUROS + Porta Travesseiro GRÁTIS. Aqui!

Cartões de Visita a partir de **R\$19,99**

Cartões de Visita com 20% OFF!
www.zocprint.com.br
Crie o seu cartão em 5 min. E receba em casa!
Compre já!



ANEXO J

Mulher acusa homem de ser esturpador de criança. Postagem foi feita mais de uma vez e apagada pelos mediadores.



ANEXO L

Foto abaixo é boato e, na verdade, foi feita na eleição de Aécio Neves para a presidência da Câmara dos Deputados, em 2001.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 14

Betinho G. Toso
18 de setembro de 2015



AÉCIO NEVES PRESIDENTE DA CÂMARA APROVANDO A CPMF EM 2002 O TEMPO PASSA, MAS, A GENTE NÃO ESQUECE VIU!

Ronaldo Baracho e outras 182 pessoas · 158 comentários · 3 compartilhamentos

Curtir · Comentar

PATROCINADO Criar anúncio

DEATHLON **29,99** APERFEIÇOE SUAS BRACADEIAS COMPRE JÁ

Seleção de Produtos para Natação!
deathlon.com.br/produtos-natacao
Aqui você encontra tudo o que precisa para nadar com segurança!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais

Facebook © 2016

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 14

Maycon Campos Mal do Petista é achar que todos são desinformados como eles, esta foto foi tirada em 2001 eleição da presidência da camara de deputados federais, a CPMF foi criada em 1996, seu petista MENTIROSO



Curtir · Responder · 14 · 19 de setembro de 2015 às 17:33 · Editado

Maycon Campos
<https://www.flickr.com/photos/maecion.../sets/72157632590679872/>



FLICKR.COM

Curtir · Responder · 2 · 18 de setembro de 2015 às 15:16

PATROCINADO Criar anúncio

DEATHLON **29,99** APERFEIÇOE SUAS BRACADEIAS COMPRE JÁ

Seleção de Produtos para Natação!
deathlon.com.br/produtos-natacao
Aqui você encontra tudo o que precisa para nadar com segurança!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais

Facebook © 2016

ANEXO M

Reverberações sobre assassinato de dono de creche, no município de Serra. A suspeita da motivação do crime é um boato de que a vítima teria abusado sexualmente de uma criança. Mediador chamou atenção dos membros do grupo.



ANEXO N

Foto de criança atirando pedra em policial do Bope é falsa.

66

Curtir Comentar

Jorge Luiz via Boatos.org
8 de novembro de 2015

Foto de criança jogando pedra em policial do Bope é falsa

Boato - Foto de criança jogando pedra em policial do Bope foi compartilhada com a frase "cada curtid, uma pedrada" na internet.

BOATOS.ORG

6 2 comentários

Vera Ferraco
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Helcias Castro
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

PATROCINADO Criar anúncio

Ofertas Incríveis para Mulheres Incríveis!
www.casabaher.com
Colchas Solteiro a Partir de R\$49,90 Em Até 10x SEM JUROS + Porta Travesseiro GRÁTIS. Aquil

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais

Facebook © 2016

ANEXO O

Boato de um suposto decreto assinado pela presidente Dilma Rousseff considerando como natural o desastre do rompimento da barragem da Samarco, em Minas Gerais.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Juliana Harduim
17 de novembro de 2015

Alguém explica isso por favor pq não compreendcompreendo????????

DECRETO Nº 8.572, DE 13 DE NOVEMBRO DE 2015

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere art. 84, caput, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto no art. 20, caput, inciso XVI, da Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990,

DECRETA:

Art. 1º O Decreto nº 5.113, de 22 de junho de 2004, passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 2º

Parágrafo único. Para fins do disposto no inciso XVI do caput do art. 20 da Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990, considera-se também como natural o desastre decorrente do rompimento ou colapso de barragens que ocasiona movimento de massa, com danos a unidades residenciais." (NR)

Art. 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 13 de novembro de 2015; 194º da Independência e 127ª da República.

DILMA ROUSSEFF
Miguel Rossetto

17 20 comentários 2 compartilhamentos

Curtir Comentar

Joseli Rissi
20 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Vera Ferraco
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Helcias Castro
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

PATROCINADO Criar anúncio

PLATAFORMA DE EVENTOS SIMPLES, COMPLETA.

Publique seus eventos!
www.sympla.com.br/como-funciona
Faça uma gestão completa e otimizada do seu evento utilizando as melhores ferramentas!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais

ANEXO P

Então secretária de Comunicação de Guarapari posta no grupo reportagem da TV Guarapari negando que os rejeitos da barragem da Samarco que se rompeu tivessem chegado ao balneário.

→ <https://www.facebook.com/groups/utilidadecapixabaesup/search/?query=tv%20guarapari>

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Andrea Monteiro compartilhou o vídeo de [Tv Guarapari](#).
27 de novembro de 2015

#Guarapari #GuarapariPraiasLimpas #CidadeSaúde



3.666 visualizações

Tv Guarapari
27 de novembro de 2015

#GuarapariForaDaLama #Compartilhe

A prefeitura e a TV Guarapari tem postado fotos das nossas belas praias nas redes sociais para desmentir os boatos de qu...

Jorge Neppi Coiffeur
Veja o que ele compartilhou no perfil dele

SOLICITAÇÕES DE AMIZADE Ver tudo

Brittney Beasley
4 amigos em comum
[Confirmar amizade](#)

PÁGINAS SUGERIDAS Ver tudo

SSB SUPER FAZ TUDO
O GRANDE ALIADO DOS PEQUENOS EMPREENDESORES

Superfz tudo
Reforma residencial · 47 curtidas
[Curtir Página](#)

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio > · Mais ·
Facebook © 2016

ANEXO Q

Boato disseminado em vídeo que diz que a microcefalia em bebês seria provocada por vacina de rubéola vencida, negado pelo Ministério da Saúde.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Ray Anjos
12 de dezembro de 2015

Isso mesmo vejam ai, esse governo vagabundo, assassino e mentiroso.



4

6 comentários

Muuse Maxamed Cali
[Adicionar aos amigos](#)

SOLICITAÇÕES DE AMIZADE Ver tudo

Brittney Beasley
4 amigos em comum
[Confirmar amizade](#)

PATROCINADO Criar anúncio

GVT Empresas
assine.gvt.com.br
A comunicação da sua empresa com economia e agilidade. Conheça nossos planos!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio > · Mais ·
Facebook © 2016

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

4 6 comentários

Curtir Comentar

Ver mais 2 comentários

Pedro Henrique Da Cunha
<https://www.facebook.com/minsaude/photos/a.205936522758305.51623.175330465818911/1126990507319564/?type=3&permPage=1>



MITO: VACINA NÃO É CAUSA DE SURTO DE MICROCEFALIA

O Ministério da Saúde esclarece que todas as vacinas ofertadas pelo Programa Nacional de Imunização (PNI) são seguras e não há nenhuma evidência de que possam causar microcefalia.

As vacinas são fundamentais para proteger o bebê contra doenças graves. Nenhuma das vacinas administradas durante a gestação contém vírus ou outros agentes vivos.

Compartilhe sempre informações de fontes seguras.

#saudeverdade blog.saude.gov.br SUS /minsaude

Ministério da Saúde
11 de dezembro de 2015 ·

Curtir Página

Viviane Jureves
9 amigos em comum
[Adicionar aos amigos](#)

SOLICITAÇÕES DE AMIZADE Ver tudo

Brittney Beasley
4 amigos em comum
[Confirmar amizade](#)

PATROCINADO Criar anúncio



Faça o MBA FGV.
www.fgv.br
Ser bem-sucedido é ser comprometido. No trabalho e na vida. Faça o MBA FGV.

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais ·
Facebook © 2016

ANEXO R

Boato de que o zica vírus foi provocado por mosquitos geneticamente modificados, que foram soltos no Brasil.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Lenon Marvila compartilhou a foto de **Osmario Junior**.
15 de dezembro de 2015

Não me recordo, mas procede?



2014
MILHÕES DE MOSQUITOS "GENETICAMENTE MODIFICADOS" FORAM SOLTOS NO BRASIL...

2015
MAIS DE 750 CASOS DE ZIKA VIRUS, E 680 RÉCEM-NASCIDOS COM MICROCEFALIA, CONFIRMADOS NO BRASIL!

Osmario Junior
7 de dezembro de 2015 · Recife, PE

Joseli Rissi
20 amigos em comum
[Adicionar aos amigos](#)

Vera Ferraco
2 amigos em comum
[Adicionar aos amigos](#)

Helcias Castro
2 amigos em comum
[Adicionar aos amigos](#)

PATROCINADO Criar anúncio



Flyers Personalizados
www.printi.com.br
Flyers personalizados a partir de R\$ 12,99 e frete grátis!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais ·
Facebook © 2016

ANEXO S

Após polêmica nas redes sociais, cantora Cláudia Leitte desiste de verba da Lei Rouanet para lançamento de uma autobiografia, mas a desistência não teve o mesmo poder de disseminação.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Sarau Feminista
Criar evento

Jorge Luiz
18 de fevereiro às 20:58



Claudia Leitte ganhou R\$ 356 mil para lançar livro #boato (agora é) ✓

Entenda o que há de verdade e de boato no caso que envolve Ministério da Cultura, produtora Ciel e cantora [Claudia Leitte](#). Clique e entenda

BOATOS.ORG

1 comentário

Curtir Comentar Compartilhar

GRUPOS SUGERIDOS Ver todos

Controle de Qualidade
146 amigos · 42.927 membros

+ Participar

UTILIDADE CAPIXABA UP - ORIGINAL
92 amigos · 71.107 membros

+ Participar

ANEXO T

Postagem do deputado Jair Bolsonaro causou polêmica por misturar fato inverídico com verídico.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

UTILIDADE CAPIX...
Discentes PÓSCOM... 5
Discentes PÓSCOM... 1
Aula Comunicação ... 3
Organização Music...
Apresentação Ruth
Comunicação cotid...
Novos grupos 18
Criar grupo

APLICATIVOS
Jogos 2
Neste dia
QTest Social

André Pimentel
7 de fevereiro às 22:46 · Guarapari

E pensar que 23 mil pessoas compartilharam e outras tantas floodaram a UC contra uma indignação que nunca existiu...

<http://www.e-farsas.com/foto-criancas-fardadas-causou-revolta-nos-direitos-humanos.html>

Texto diz que a foto de crianças com farda de policial causou revolta nos direitos humanos enquanto que foto de criança travestida ganhou prêmios! Será?

E-FARSAS.COM

8

7 comentários

Curtir Comentar Compartilhar

MEMBROS 131.228 membros (679 novos)

Convidar por e-mail

DESCRIÇÃO
NORMATIVA DO GRUPO

1-OBJETIVOS:
1.1 - SER O PRIMEIRO E MAIOR C... Ver mais

TIPO DE GRUPO
Apoio

TAGS
Capixaba - Informação - Espírito Santo

ANEXO U

Boato de que ambulante vendia água de gelo derretido, em carnaval de Salvador, prejudicou as vendas da vítima.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Priscila Soares Buzato compartilhou o vídeo de Val Costa.

13 de fevereiro às 20:02 · Argolas

<https://m.facebook.com/story.php...>

14:38

1.719.401 visualizações

Val Costa
10 de fevereiro às 15:48 · Salvador, BA

Recente foi vinculada uma filmagem (feita por um folião) de uma ambulante enchendo uma garrafa de água mineral com água de desgelado e logo caio na mídia naciona...

Ver mais

30 9 comentários

Curtir Comentar

SOLICITAÇÕES DE AMIZADE Ver tudo

Brittney Beasley
5 amigos em comum
Confirmar amizade

PATROCINADO Criar anúncio

CONTE COM A GVT PARA SUA EMPRESA CRESCER

GVT Empresas
assine gvt.com.br
A comunicação da sua empresa com economia e agilidade. Conheça nossos planos!

Português (Brasil) · Privacidade · Termos · Cookies · Anúncios · Opções de anúncio · Mais · Facebook © 2016

ANEXO V

Boato de que uma corrente no Facebook, chamada de Desafio da Maternidade, foi organizada por rede de pedófilos.

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Jorge Luiz

18 de fevereiro às 23:27

Vamos pesquisar antes de compartilhar?

5 hrs · 4

Like Page

Atenção!!! Está rolando no face um Desafio Maternidade. Não postem fotos de crianças. Trata-se de uma quadrilha de pedófilos querendo o ter um grande número de fotos de crianças de várias idade. Por favor repassem essa mensagem para o máximo de pessoas que puderem. Recebi hoje do CONSELHO TUTELAR COMPARTILHEM PELO AMOR DOS ANJOS... Beijos boa noite

Like Comment Share

40,117 others like this. Top Comments

132.377 shares 1.9K comments

Desafio da maternidade foi criado por pedófilos, diz polícia #boato - Boatos.org

Desafio da maternidade foi criado por pedófilos, diz polícia #boato De Edgard Matsuki | 18/02/2016 0 Comentários Boato – Não participe do Desafio da...

BOATOS.ORG

27 9 comentários 24 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Classificados ES
98 amigos · 114.312 membros
+ Participar

PESSOAS QUE VOCÊ TALVEZ CO... Ver tudo

Raquel Machado Galvão
1 amigo em comum
Adicionar aos amigos

Mari Matos Tamásio
Adicionar aos amigos

Viviane Jureves
9 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Vera Ferraco
2 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Joseli Rissi
19 amigos em comum
Adicionar aos amigos

Ricardo Vervloet
67 amigos em comum
Adicionar aos amigos

UTILIDADE CAPIXABA - ES - UP

Marcela Página inicial 20+

Cesar S. Moraes
18 de fevereiro às 09:25 - Serra

DESAFIO DA MATERNIDADE NO FACEBOOK.
ALERTA AS MÃES QUE TEM FEITO POSTAGEM COM FOTOS DE FILHOS.
* Vc já postou tbm? *

Temos visto um DESAFIO da MATERNIDADE no facebook onde se pede que mães postem fotos relacionado a gestação e com filhos E hoje ouvindo a CBN Vitória por volta de 11:00 hrs, e no quadro NETWORKING MODERNO ouvi uma comentarista em REDES SOCIAIS (Angela Abdo)sendo entrevistada pela Fernanda Queiroz e mesma no final da entrevista alertando sobre esse DESAFIO , onde ela enfatiza um ALERTA para os cuidados a ser tomado e ressaltou que há uma denúncia que isso é prática de uma REDE de PEDOFÍLIA. (Muito cuidado com a exposição de sua vida e dos filhos)!

Eu sugeri a CBN através de mensagens via messenger e whatsapp que faça uma pauta sobre o assunto e o debata com maior amplitude .

Às 15:20hrs a CBN pautou a matéria com a Adriana Müller sendo entrevistada pela Patricia Vallim e a mesma afirmou que não passa de boatos a suposta denúncia , agradeço a CBN Vitória pelo esclarecimento .

Joseli Rissi
23 amigos em comum
Adicionar aos amigos

SOLICITAÇÕES DE AMIZADE

Brittney Beasley
5 amigos em comum
Confirmar amizade

PATROCINADO Criar

OS MELHORES DESTINOS INTERNACIONAIS
www.tam.com.br
Conheça países e culturas diferentes por pouco.