

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação

Marcelo Pereira da Silva

(Organizador)

A Influência da Comunicação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
143	<p>A influência da comunicação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-684-3 DOI 10.22533/at.ed.843190710</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.48</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A sociedade contemporânea se caracteriza pelo avanço de investigações e inquietações em busca – e em torno – da epistemologia da Comunicação, por meio de estudos de diversas áreas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Marketing, Design, Produção Audiovisual, etc.

Sob o enfoque de campos teórico-metodológico-empíricos que evidenciam a complexidade da Comunicação e sua pluralidade investigativa, este livro coloca na ribalta a influência da Comunicação, tanto a de massa quanto a virtual, considerando-a como instituição social dotada de poder na qual/pela qual transitam discursos, emergentes formas de socialidade, de interatividade, diálogo, negociação, conflito e convivência.

Levamos em conta a onipresença generalizada da Comunicação, haja vista que sua necessidade confunde-se com o ar e faz surgirem diversas pesquisas acerca de seus efeitos e influências, tanto em nível de emissão como de recepção e circulação de sentidos.

Assim, esta obra reúne artigos de pesquisadores de diferentes regiões do Brasil, preocupados com o status da Comunicação e suas influências no contexto de uma sociedade midiaticizada na qual as redes/mídias, sejam de massa, sejam virtuais, ocupam um lugar central na consolidação da democracia, da participação, na ressignificação de práticas de ensino e na construção de um saber que traduza a complexidade do tecido social e responda às aporias do contemporâneo.

Abordamos a Influência da Comunicação por meio de 25 artigos divididos em 3 partes: A primeira engloba discussões a respeito da influência do Jornalismo em suas muitas nuances na sociedade contemporânea; a segunda envolve a influência do ensino, políticas públicas, Comunicação de marcas e participação social; a terceira abarca a influência da Comunicação no contexto das redes/mídias sociais da Internet

Este arcabouço de produções científicas problematiza os influxos do Jornalismo, do ensino e da prática das atividades/profissões da Comunicação e das Redes e Mídias Sociais digitais. Caracterizada pela inter/trans/multidisciplinaridade e proliferação de tecnologias disruptivas, a Comunicação, ontologicamente, tem como propósito fomentar a aproximação dos pontos de vista, produzindo respeito e tolerância; contrariamente, observamos certo alargamento do fetiche da visibilidade e o alastramento da incompreensão do mundo e do Outro.

Necessitamos renovar as condições teóricas, epistemológicas e práticas da Comunicação e do crucial laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos fortes ventos da globalização, da midiaticização e do consumismo sem bússola.

(Re)conhecer a essencialidade e a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *conditio sine qua non* para a paz no/do mundo e a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais, admitindo seus desafios e dificuldades, mas abraçando as oportunidades e esperanças que da Comunicação emanam.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

PARTE 1: A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	
CAPÍTULO 1	1
A MULHER JORNALISTA NO CINEMA AMERICANO	
Beatriz dos Santos Viana	
DOI 10.22533/at.ed.8431907101	
CAPÍTULO 2	12
RADIOJORNALISMO EM REDE: AS ADAPTAÇÕES DAS RÁDIOS BAND NEWS DIFUSORA E RIO MAR PÓS-MIGRAÇÃO DE AM PARA FM	
Edilene Mafra Mendes de Oliveira	
Gilson Vieira Monteiro	
Manoela Mendes Moura	
Elieana Monteiro de Jesus	
DOI 10.22533/at.ed.8431907102	
CAPÍTULO 3	25
ANÁLISE DA COBERTURA DE PROBLEMAS AMBIENTAIS PELO JORNAL ONLINE “DIÁRIO DE PERNAMBUCO”	
Natascha Almeida Dantas	
Allan Soljenítsin Barreto Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.8431907103	
CAPÍTULO 4	36
PROXIMIDADE NO TELEJORNALISMO: PERSPECTIVAS DE ABORDAGEM NAS ESCALAS LOCAL E REGIONAL	
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho	
DOI 10.22533/at.ed.8431907104	
CAPÍTULO 5	55
A REVISTA WIRED COMO DISPOSITIVO: ANÁLISE INTERPRETATIVA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO DISCURSO MIDIÁTICO	
Thalis Macedo Moura	
DOI 10.22533/at.ed.8431907105	
CAPÍTULO 6	68
“RAZÕES PARA ACREDITAR”: UMA ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DO PORTAL DE BOA NOTÍCIA	
Maria Clara Chagas de Menezes	
Mariana Fontenele Braga de Sena	
DOI 10.22533/at.ed.8431907106	
CAPÍTULO 7	78
ENTRECRUZAMENTOS DE NARRATIVAS HISTÓRICAS E FICCIONAIS: A DESILUSÃO DE HENFIL EM TANGA (1987)	
Márcia Neme Buzalaf	
DOI 10.22533/at.ed.8431907107	

CAPÍTULO 8 87

DEUS SALVE O REI E O GOVERNO BRASILEIRO: APROXIMAÇÕES ENTRE A FICÇÃO E A REALIDADE

Evelyn Iris Leite Morales Conde
Fábio Mamoré Conde

DOI 10.22533/at.ed.8431907108

PARTE 2: A INFLUÊNCIA DO ENSINO, POLÍTICAS PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO DE MARCAS E PARTICIPAÇÃO

CAPÍTULO 9 99

COMUNICAÇÃO DE RISCO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL: UMA PERSPECTIVA INCLUSIVA DE COMUNIDADES TRADICIONAIS EM PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO NO RIO SÃO FRANCISCO

Michele Amorim Becker
Sonia Aguiar Lopes

DOI 10.22533/at.ed.8431907109

CAPÍTULO 10 111

COMUNICAÇÃO DE MARCAS TERRITORIAIS: UM MODELO DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL E DE CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES NO E COM O LUGAR

Patrícia Cerqueira Reis

DOI 10.22533/at.ed.84319071010

CAPÍTULO 11 125

DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DO DESIGN THINKING PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS PUBLICITÁRIOS: UMA EXPERIÊNCIA EM SALA DE AULA

Amarinildo Osório de Souza
Camilla Rosas Gomes
Jhonatas Lima de Souza
Melissa Lima Cabral

DOI 10.22533/at.ed.84319071011

CAPÍTULO 12 141

EDUCOMUNICAÇÃO, DISCIPLINA OPTATIVA NOS CURSOS DE LICENCIATURA DO IFCE – CAMPUS ACARÁU

Amaurícia Lopes Rocha Brandão

DOI 10.22533/at.ed.84319071012

CAPÍTULO 13 153

ELEMENTOS PARA A CONSTRUÇÃO DE POLÍTICAS DE ACESSO ABERTO PARA UNIVERSIDADES BRASILEIRAS

Ivanilma de Oliveira Gama
Lidiane dos Santos Carvalho

DOI 10.22533/at.ed.84319071013

CAPÍTULO 14 160

MODERNIDADE LÍQUIDA: A ESTABILIDADE DOS SERVIDORES PÚBLICOS BRASILEIROS FRENTE ÀS INCERTEZAS DA PÓS-MODERNIDADE

Gustavo Freitas Pena Vieira
Rose Mara Vidal de Souza

DOI 10.22533/at.ed.84319071014

CAPÍTULO 15 173

O MERCADO DA BIBLIODIVERSIDADE: UMA BREVE ANÁLISE DA DINÂMICA DE CAPITALS DAS EDITORAS PATUÁ E LOTE 42

Samara Mirian Coutinho

DOI 10.22533/at.ed.84319071015

CAPÍTULO 16 185

PODCAST ANTROPOFÁGICO: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA PRODUÇÕES SONORAS EM COMUNICAÇÃO

Luan Correia Cunha Santos
Lisiane Machado Aguiar

DOI 10.22533/at.ed.84319071016

CAPÍTULO 17 197

O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA

Bárbara dos Santos Oliveira
Crislene Susane Fernandes Moreira
Alexandre Bruno Gouveia Costa

DOI 10.22533/at.ed.84319071017

CAPÍTULO 18 208

OS FATORES PROJETUAIS DE CRIAÇÃO DA CAPA DO DISCO *CLUBE DA ESQUINA* (1972)

Valéria Nanci de Macêdo Santana

DOI 10.22533/at.ed.84319071018

PARTE 3: A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO E DAS REDES SOCIAIS DA INTERNET

CAPÍTULO 19 217

CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS NA CENOGRAFIA “FUI ENGANADO PELA EMPRESA!” – O DISCURSO DO CONSUMIDOR NO SITE DE REDE SOCIAL RECLAME AQUI

Marcelo Pereira da Silva

DOI 10.22533/at.ed.84319071019

CAPÍTULO 20 230

AS POTENCIALIDADES DA REDE SOCIAL NA ALAVANCAGEM DE EVENTOS ACADÊMICOS

Valéria Macedo
Daniele Dantas
Rodrigo Duarte Guedes
Marcos do Couto Bezerra Cavalcanti

DOI 10.22533/at.ed.84319071020

CAPÍTULO 21	243
A COBERTURA JORNALÍSTICA DA IMPRENSA EM ÉPOCA DE NOVAS TECNOLOGIAS E ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS	
Aline da Silva Novaes Vitória de Figueiredo Brandão Souza	
DOI 10.22533/at.ed.84319071021	
CAPÍTULO 22	252
EVOcando CARTÕES POSTAIS NO INSTAGRAM: ESTUDO AUTOMATIZADO DE IMAGENS	
Tarcízio Silva Mariana Zanotti	
DOI 10.22533/at.ed.84319071022	
CAPÍTULO 23	266
COMO OS BRASILEIROS PERCEBEM O INSTANTÂNEO ATRAVÉS DA EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA FOTOGRAFIA DIGITAL	
Beatriz Vieira e Silva	
DOI 10.22533/at.ed.84319071023	
CAPÍTULO 24	277
REDES SOCIAIS NA INTERNET E A ECONOMIA ÉTNICA: BREVE ESTUDO SOBRE O AFROEMPREENDEDORISMO NO BRASIL	
Taís Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.84319071024	
CAPÍTULO 25	290
PERSPECTIVAS FOLKCOMUNICACIONAIS: UM OLHAR SOBRE LAMBADÃO E INTERATIVIDADE	
Aline Wendpap Nunes de Siqueira Joilson Francisco da Conceição	
DOI 10.22533/at.ed.84319071025	
CAPÍTULO 26	302
SEMIÓTICA E MEMÉTICA NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	
Eduardo Correa de Godoy Maria Clotilde Perez	
DOI 10.22533/at.ed.84319071026	
SOBRE O ORGANIZADOR	314
ÍNDICE REMISSIVO	315

A COBERTURA JORNALÍSTICA DA IMPRENSA EM ÉPOCA DE NOVAS TECNOLOGIAS E ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS

Aline da Silva Novaes

Centro Universitário Ibmecc/RJ e UNESA
Rio de Janeiro, RJ

Vitória de Figueiredo Brandão Souza

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
(PUC-Rio)
Rio de Janeiro, RJ

RESUMO: Este trabalho apresenta uma análise da cobertura jornalística de massa em um momento em que as novas tecnologias e o ativismo nas redes sociais influenciam a rotina de produção do jornalismo. Assim, o objetivo é verificar como e em que medida os movimentos reivindicatórios da *web* possuem a capacidade de pautar a grande mídia. Com essa finalidade, serão realizados estudos de caso. Nesse sentido, o foco se volta para matérias publicadas em veículos de grande circulação em território nacional, como *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberativismo; Jornalismo; Redes Sociais.

THE JOURNALISTIC COVERAGE OF THE PRESS IN TIME OF NEW TECHNOLOGIES AND ACTIVISM IN SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT: This paper presents an analysis of mass journalistic coverage at a time when new

technologies and activism in social networks influence the routine of journalism production. Thus, the objective is to verify how and to what extent the web's claims movements have the ability to guide the mainstream media. To this end, case studies will be conducted. The focus is on articles published in vehicles of great circulation in Brazil, such as "O Globo", "Folha de S. Paulo" and "O Estado de S. Paulo".

KEYWORDS: Ciberativismo; Journalism; Social networks.

1 | INTRODUÇÃO

Acredita-se que a perspectiva-base que permeia o contexto do ciberativismo está alicerçada em concepções da comunicação digital. Nesse âmbito, destacam-se conceitos como ciberespaço, hipermídia, cibercultura e a democratização da mídia.

Dessa forma, as análises preliminares realizadas se direcionaram no que diz respeito ao escopo do novo modelo de comunicação. Isto é, o rompimento do modelo matemático da comunicação (emissor-receptor-meio) e a transição do mesmo para uma realidade na qual todos somos emissores.

Embora não seja possível precisar uma data específica no que diz respeito ao prenúncio do ciberativismo no Brasil, é possível traçar

paralelos em termos da popularização da prática a partir da ascensão do número de usuários da internet no país. Dessa forma, se faz necessária a associação entre o processo de democratização do acesso à web e o crescente engajamento da população brasileira no diálogo virtual a partir do fim dos anos 1990 e início dos anos 2000.

A *web* chegou ao país no ano de 1986, como uma forma de rede acadêmica de computadores denominada São Paulo Academic Network. Em torno dos anos 1994 e 1995, a partir de incentivos comerciais, a internet se expandiu além do contexto acadêmico, eventualmente levando à criação do Comitê Gestor da Internet (CGI) pelo Ministério de Ciência e Tecnologia e o Ministério das Comunicações. No ano 1995, com a distribuição de domínios .com.br por parte da FAPESP, houve significativo aumento do interesse nacional pela rede, que refletiu em registros de marcas de peso com seu próprio domínio nacional, tais como UOL, Estadão, IBM e Unibanco.

A partir da virada do milênio, por conta de seu sucesso comercial, a internet deixou o âmbito acadêmico para se tornar uma ferramenta da população. Nessa nova lógica, o ciberespaço se transformou em mais um ambiente de manutenção de relações interpessoais. Nas palavras de William Gibson, autor canadense-americano:

Ciberespaço. Uma alucinação consensual diariamente experimentada por bilhões de operadores legítimos, em cada país, por crianças a quem são ensinados conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados extraídos de bancos de cada computador do sistema humano. Complexidade impensável. Linhas de luz alinhadas no não espaço da mente, clusters e constelações de dados. (GIBSON, 1984, p.53)

Embora o ciberespaço seja uma instância não material, é possível articular um olhar sobre a evolução do contexto virtual brasileiro e seu impacto na construção de relações humanas, tendo como base as redes sociais utilizadas ao longo do processo de democratização do acesso à internet no país.

O Orkut, a rede social mais utilizada no Brasil no início dos anos 2000, alcançou, em seu ápice, 29 milhões de usuários, até ser superada pelo Facebook no ano de 2011 (segundo o Ibope). Com o advento do Orkut e do MSN, serviço de mensagens instantâneas da Microsoft, a web se tornou aspecto rotineiro da população brasileira. Com base nesse novo contexto de interação com o ciberespaço, o ciberativismo encontrou meios de se transportar para o plano físico, partindo de fóruns, blogs, e páginas virtuais. O Orkut, tendo uma dinâmica baseada em “comunidades”, ou seja, grupos virtuais nos quais indivíduos com interesses similares poderiam interagir, inaugurou uma nova maneira de se relacionar. A organização de grupos não mais se limitava a variáveis como distância física e dificuldade de escolha de horários, era possível que manifestações iniciassem a qualquer momento, e até mesmo transcender os limites do território nacional.

Com base nesse novo cenário, o ciberativismo surge como uma quebra do paradigma de onipotência da grande mídia, e de seus critérios de noticiabilidade,

caracterizados não apenas pelo subjetivismo do olhar do jornalista, mas também pelos interesses monetários dos veículos em questão.

Antes da emergência do ativismo e da nova mídia parecia que toda resistência ao capitalismo globalizado estava fadada aos gemidos impotentes da recusa à globalização ou à lamentação melancólica do contínuo enfraquecimento dos velhos meios de luta (sindicatos, partidos, estatização dos serviços...). Em contrapartida a essa falta de opções da resistência, a mídia corporativa global, que se sustenta na exploração das atualidades, sempre tinha para oferecer um torpe leque de escolhas que apimentavam o aborrecimento do nosso dia a dia. (ANTOUN, 2001, p. 140)

Salienta-se o modo como a popularização da internet proporcionou maior força à resistência da até então unilateral lógica capitalista. Os “velhos” meios de luta se submetem a um processo de modernização proporcionado por intermédio da internet. Esse ambiente virtual tornou viável o contato entre simpatizantes de uma mesma causa, independente da distância.

O ciberespaço tornou possível o rompimento não só do unilateralismo do sistema econômico vigente, como a reestruturação da dinâmica comunicacional com base em uma construção horizontal. Dessa forma, deixou de lado a imposição de uma hierarquia dominada pelos grandes meios. Com a dinâmica digital dos meios de comunicação, todo e qualquer usuário pode se fazer ouvir, como revela Eisenberg:

[...] na internet há as interações 'um a um' ou 'muitos a muitos' - em que os indivíduos são simultaneamente produtores e receptores de informação - e as que decorrem de mensagens produzidas por um ou alguns indivíduos e que são consumidas, de forma passiva, durante a 'navegação'. (EISENBERG, 2001, p. 7)

O consumo passivo de informação é abordado em inúmeras peças pertencentes à bibliografia deste estudo. A quebra do paradigma matemático da comunicação (emissor, receptor e meio) é responsável pela promoção de uma nova lógica comunicacional, na qual os indivíduos engajados no contexto digital estabelecem um novo modelo de comunicação. Nesse cenário, usuários de redes sociais se caracterizam tanto como emissores e receptores, e o meio se torna um ambiente acessível a todos.

O objetivo deste artigo é, sob a luz dos aspectos supracitados, ressaltar o potencial da utilização do ativismo nas redes sociais como influenciador na cobertura midiática de massa. Nesse sentido, o ciberativismo é, também, um apoio à defesa dos direitos humanos.

2 | A COBERTURA JORNALÍSTICA E O ATIVISMO NAS REDES SOCIAIS

Ao adentrarmos em um estudo referente ao ciberativismo, é necessário frisar a imponência da mídia de massa no processo comunicacional, mesmo no contexto da popularização do acesso à internet. Embora a web tenha tornado possível o

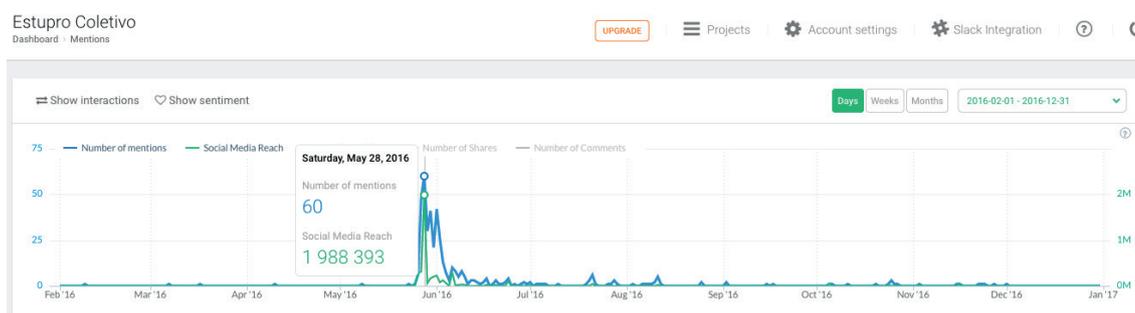
rompimento do monopólio dos grandes conglomerados de comunicação, esses mesmos veículos ainda dominam em grande margem o cenário da comunicação de massa (ZITTRAIN, 2009). Segundo o Ibope (2016), em pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação do governo, quase 90% dos brasileiros ainda se informam pela televisão. Dessa porcentagem, 63% utilizam a TV como principal meio de informação. Na estatística, a internet figura como segundo principal meio, sendo a ferramenta preferida de 26% dos entrevistados e se constituindo como principal fonte de informação de 49%.

Apesar de jornais figurarem como meio principal de 3% da população, essa porcentagem ainda pode ser considerada como de grande relevância, tendo em vista a percepção da internet pelo grande público como ferramenta pouco confiável. Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia, 59% dos entrevistados confiam em jornais. Em relação às notícias publicadas em sites conteúdo, 62% afirmaram que não as consideram como informações de credibilidade.

À luz dessas informações, foram realizados diferentes estudos de caso acerca de matérias jornalísticas sobre situações de infração de direitos humanos. O primeiro caso de infração aos direitos humanos que obteve notória cobertura da grande mídia, concomitantemente a um considerável movimento em redes sociais, foi o estupro coletivo do morro do Barão, na região Oeste do Rio de Janeiro. Para compreender o motivo que torna o caso do Morro do Barão singular no que diz respeito a sua repercussão, é necessário analisar o modo como o ciberativismo exerceu grande papel na instância de pautar a grande mídia.

O rápido compartilhamento das imagens do estupro em redes sociais instigou o surgimento da campanha “Eu Luto Contra a Cultura do Estupro”. Esse movimento foi marcado pela adoção de um filtro na imagem de perfil, assim como pela publicação de histórias de usuárias que sofreram violência sexual. A campanha salientou a necessidade de denúncia e não-banalização do assédio.

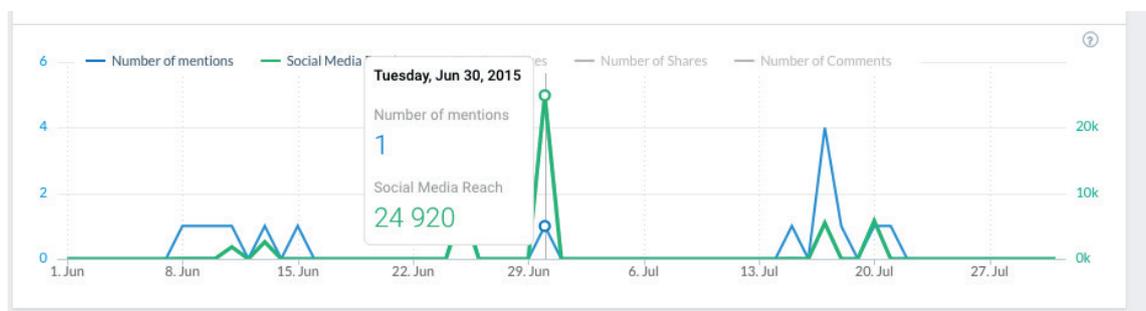
Segundo a ferramenta Brand24, plataforma que permite mensurar o número de interações online com determinado tópico, estima-se que cerca de 1,9 milhões de usuários tiveram algum tipo de interação com o assunto “estupro coletivo” na última semana de maio de 2016. Interação, nesse contexto, se traduz como compartilhamento, visualização e uso de hashtags em redes sociais utilizando as palavras “estupro coletivo”.



A campanha gerou mobilização de milhões de usuários da rede por uma postura resolutiva no caso da jovem, assim como em protesto contra o machismo estrutural.

A fim de elucidar a relevância do ciberativismo no processo de pauta da grande mídia, foi traçada uma comparação com outro caso de estupro coletivo, acontecido no Piauí, que provocou menor reação, tanto nas redes sociais quanto no processo de geração de matérias por grandes veículos.

No caso do Castelo do Piauí, quatro adolescentes, com idade entre 15 a 17 anos, foram estupradas, amarradas, torturadas e atiradas de um penhasco de mais de dez metros por cinco homens. Foi conduzida uma análise similar de maneira a pontuar o impacto dos movimentos reivindicatórios em âmbito virtual na promoção de uma cobertura contínua.



Segundo os dados colhidos, o ponto de maior interação virtual com os termos “estupro coletivo” durante o período de cobertura do caso ocorreu no dia 30 de junho de 2015, quando aproximadamente 25 mil usuários compartilharam, postaram ou leram algum tipo de postagem com essas palavras-chave. Visivelmente, é possível notar como, comparativamente, o caso repercutiu menos que o caso do Morro do Barão. Quando analisado sobre o escopo da geração de suítes, na *Folha de S. Paulo* apenas uma reportagem foi lançada após essa data, no dia 21 de agosto de 2017, dois anos depois. No caso do jornal *O Globo*, também apenas uma suíte foi lançada, no dia dez agosto de 2015. O jornal *O Estado de S. Paulo* não publicou nenhuma suíte após o dia 30 de junho.

Reitera-se, nesse cenário, o modo como os critérios de noticiabilidade exercem papel na construção da notícia, e propõem uma explicação para o modo como, dado a questão de proximidade, o caso do estupro do Morro do Barão obteve maior cobertura tendo em vista que as três publicações analisadas se estabelecem no contexto do Sudeste. Porém, é perceptível o modo como engajamento em redes sociais foi responsável por assegurar uma contínua cobertura do caso.

Dessa forma, torna-se evidente a maneira como o público passa a representar um papel crucial no processo de construção da notícia, ao se constituir como a entidade provedora da narrativa que alicerça o produto jornalístico. Nesse sentido, propõe Henrique Antoun:

A nova mídia desenvolve sua cobertura como um documentário ficcional cujo roteiro vai sendo escrito através das fabulações narradas pelos próprios participantes. Se ela pode abandonar a isenção jornalística e permanecer veraz, deve ser porque sua evidente adesão ao acontecimento se faz para proveito do jornalismo. (ANTOUN, 2001, p.10)

A interação entre usuários em redes sociais promove não apenas o potencial de alcance de determinada publicação jornalística ou narrativa, mas sim instiga o debate e questionamentos (RECUERO, 2009). A partir dos desacordos no âmbito do debate digital, surgem possibilidades para a construção de novas pautas e, por conseguinte, novas notícias.

A fim de buscar uma análise dos impactos negativos das redes sociais, também foram realizados estudos de casos em que as informações disseminadas eram falsas. Nessa linha, podemos ressaltar que o fenômeno das *fake news* está alicerçado não apenas no potencial de um usuário, sem respaldo jornalístico-crítico em alcançar grande público, mas também na psicologia na qual o processo de decisão humano está fundado.

Uma decisão tomada por um indivíduo perpassa não somente pela racionalidade individual, mas sim por um encadeamento de narrativas construídas em grupo (SLOMAN; FERNBACK, 2017). Como consequência, a interpretação de um rumor, por parte do receptor, resvala sobre o modo como outros indivíduos constroem um olhar perante a suposição.

Com base nos aspectos citados, é possível tecer uma análise acerca das possíveis consequências do uso indevido de redes sociais no Brasil. Para tanto, foi analisado o caso de Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, uma jovem linchada até a morte no município de Guarujá, em São Paulo. Ela foi confundida com uma suposta praticante de rituais que sequestrava crianças na região.

O linchamento de Fabiane é um exemplo extremo das possíveis consequências de um boato digital. A postagem foi inicialmente publicada na página “Guarujá Alerta” no Facebook, que foi desativada após o crime. Na época, a página, até então descrita como “uma página de fatos, acontecimentos, notícias, reclamações e sugestões do morador e turista de Guarujá”, possuía 54.744 curtidas.

Primeiramente, no que se diz respeito à disseminação de informação, é necessário frisar o conceito de cascatas de informação (*information cascades*). Esse conceito está relacionado à ideia de que, quando indivíduos estão conectados por intermédio de uma rede, surge a possibilidade de cada usuário influenciar o comportamento e decisões de outro. Com base em tal realidade, a cascata de informação tem o potencial de ocorrer quando usuários fazem decisões sequencialmente, induzindo outros a repetirem tais ações. A partir dessa instância, indivíduos copiam as ações daqueles que propagaram a informação, construindo suposições acerca do que esses propagadores sabem sobre o assunto (EASLEY; KLEINBERG, 2010).

Enquanto as circunstâncias da morte de Fabiane servem como perfeita representação para as pesadas consequências do efeito de cascata de informação, também é necessário ressaltar o potencial da mídia de massa (não apenas o contexto digital) em se caracterizar como vetor de viabilização de histeria coletiva.

A constante cobertura por parte de grandes veículos, sobretudo no que diz respeito a conteúdo relacionado à violência, contribui para um cenário no qual o público é instigado a adotar um comportamento de preocupação regular. A partir dessa ideia, se faz necessário elucidar a ponderação da crítica literária norte-americana Elaine Showalter sobre o assunto:

[...] A epidemia de distúrbios mistérios, doenças imaginárias e pseudo-memórias criadas hipnoticamente, que têm inundado a mídia, parecem estar atingindo um ápice. Essas histéri-histórias estão se fundindo com paranóias mais generalizadas, renascimentos religiosos, e teorias da conspiração, que têm sempre caracterizado a vida norte-americana, e ansiedades apocalípticas, que sempre acompanharam o fim de um século. Agora, elas estão se dispersando globalmente para infectar outros países e culturas. (SHOWALTER, 1997, p.72)

A propagação de tópicos, por parte da grande mídia, que envolvem perigo ou violência tendem a ter como consequência a inclusão desse tipo de assunto na agenda política, e no imaginário social de uma comunidade. Em 2014, ano em que o linchamento ocorreu, foram registrados 59.626 homicídios, segundo estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FPSP).

O aspecto que atribui um caráter singular ao caso descrito é o modo como este teve seu surgimento baseado integralmente na Internet. O prenúncio do fenômeno de cascata de informação foi constituído a partir do meio digital, e teve como intermediário diferentes redes sociais e aplicativos de mensagens. Embora certamente tenha havido um grau de oralidade na disseminação do rumor, o tom alarmista de uma postagem veiculada em uma página informal, conhecida por seu suposto “jornalismo popular”, ditou a recepção da sociedade para com a aparentemente ameaça de uma sequestradora.

Algo que chama atenção no rescaldo do processo jurídico do caso é, como citado anteriormente, a ausência de grandes movimentações em contexto digital acerca da busca por justiça. Ao contrário do caso do Morro do Barão, em que as respostas ao crime foram fervorosas campanhas online, o linchamento do Guarujá não incitou movimentos expressivos em redes sociais, salvo por postagens de familiares e entes queridos. Esse fenômeno é visivelmente ligado ao contexto no qual o linchamento ocorreu. Tendo em vista o envolvimento de mais de 1.000 pessoas, incluindo crianças e adolescentes, o senso de vergonha e desejo por acobertar a situação é compreensível, mas não justificável. Embora a conectividade seja responsável por instigar o debate e a reivindicação, ela também possui um papel no fomento de um fenômeno denominado apatia coletiva.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os casos discutidos previamente, assim como a implicação dos mesmos no contexto digital, é perceptível o modo como as redes sociais impulsionam e estimulam a expressão pessoal e a manifestação de ideias em um contexto de ágora virtual, possibilitando o compartilhamento de ideias com um público dificilmente quantificável por parte dos usuários. Porém, enquanto é importante reconhecer o potencial positivo das redes virtuais e do impacto das mesmas acerca da construção social, também é de suma relevância reconhecer a maneira como existem adversidades em relação à ruptura do modelo clássico de comunicação.

O atual paradigma comunicacional, em que todos são emissores e receptores constantemente, traz consigo o defeito de, inerentemente, ser responsável pela geração de ruídos que podem, por fim, impactar a compreensão e a propagação de causas do movimento reivindicatório em si.

Mais uma vez, salienta-se o modo como a popularização da internet proporcionou maior força à resistência da até então unilateral lógica capitalista. Os “velhos” meios de luta se modernizaram por intermédio da internet, que tornou viável o contato entre simpatizantes de uma mesma causa, independentemente da distância. Porém, cabe também discutir os impactos da conectividade sobre a promoção de uma dinâmica potencialmente destrutiva perante aos processos sociais.

REFERÊNCIAS

ANTOUN, Henrique. Jornalismo e Ativismo na Hipermídia. In: **Revista da FAMECOS**, no. 16, pp. 135-147. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

ARRUDA, Renata Kelly. **Super Notícia: um jornal entre leitores**. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, p. 165. 20 15. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/254147/1/Arruda_RenataKellyde_D.pdf>. Acesso em 20 Jan. 2018

EASLEY, David & KLEINBERG, Jon. **Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World**. Cambridge: Cambridge University Press. 2010.

EISENBERG, José. **Política, democratização e cidadania na Internet**. Entrevista concedida à Revista Ciência Hoje, Minas Gerais, vol.29, número 169, março de 2001, pp.6-10. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/entrevista.pdf>

GIBSON, William. **Neuromancer**. Nova Iorque: Ace Books, 1984.

GIDDENS, A. **Capitalismo e Moderna Teoria Social**. 6. Ed. Lisboa: Editora Presença, 1972.

HANNA, R., ROHM, A., & CRITTENDEN, V. L. (2011). **We're all connected**: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54, 265-273. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-182, Summer 1972.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In.: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

RODRIGUES, Luciana Ribeiro; PIMENTA, Francisco José Paoliello. We are legion: A utilização de mídias sociais como recurso de mobilização no ciberativismo realizado pelo Anonymous Brasil. In: **Anais eletrônicos do XVIII Intercom Sudeste**. Bauru: UNESP, 2013. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0207-1.pdf>>. Acesso em: 5 de jan. 2018.

SHANNON, C.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

SHOWALTER, Elaine. **Hystories: Hysterical Epidemics and Modern Culture**. Columbia: Columbia University Press. 1997.

SLOMAN, Steven & FERNBACK, Philip. **The knowledge illusion: why we never think alone**. New York: Riverhead Books, 2017.

ZITTRAIN, Jonathan L. **The Generative Internet**. Communications of the ACM – Rural engineering development. Volume 52, Issue 1, January 2009. Disponível em:

https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/9385626/Zittrain_Generative%20Internet.pdf?sequence=1. Acesso em 10 mar. 2018.

SOBRE O ORGANIZADOR

Marcelo Pereira da Silva - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018).

Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016).

Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009).

Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003).

Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar “Cultura e Sociedade”, do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís.

É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018.

Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão.

E-mail: marcelosilva_rp@hotmail.com

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aprendizagem 125, 127, 131, 133, 139, 140

Artes 28, 73, 74, 75, 145, 187, 270, 300, 302, 314

E

Ensino 15, 92, 95, 96, 97, 125, 127, 131, 132, 133, 136, 139, 140, 141, 142, 148, 149, 151, 153, 163, 166, 235

I

Interdisciplinaridade 84, 231, 241

M

Matemática 303

Metodologia 13, 14, 19, 25, 31, 34, 56, 59, 100, 112, 127, 132, 139, 141, 153, 159, 166, 197, 198, 220, 230, 232, 281, 303

R

Resolução de problemas 127, 278

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-684-3

