

A INFORMAÇÃO E O CONHECIMENTO NA CULTURA DE COMPARTILHAMENTO

AMBIVALÊNCIAS, CONTRADIÇÕES E DESAFIOS

**Edivanio Duarte de Souza
Ronaldo Ferreira de Araujo
(organizadores)**

 **Edufal**

A INFORMAÇÃO E O CONHECIMENTO NA CULTURA DE COMPARTILHAMENTO

AMBIVALÊNCIAS, CONTRADIÇÕES E DESAFIOS



A INFORMAÇÃO E O CONHECIMENTO NA CULTURA DE COMPARTILHAMENTO

AMBIVALÊNCIAS, CONTRADIÇÕES E DESAFIOS

EDIVANIO DUARTE DE SOUZA
RONALDO FERREIRA DE ARAUJO
Organizadores

 **Edufal**
Editora da Universidade Federal de Alagoas
Maceió/AL
2020



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

Reitor

Josealdo Tonholo

Vice-reitora

Eliane Aparecida Holanda Cavalcanti

Diretor da Edufal

Elder Patrick Maia Alves

Conselho Editorial Edufal

Elder Patrick Maia Alves (Presidente)

Fernanda Lins de Lima (Secretária)

Adriana Nunes de Souza

Bruno Cesar Cavalcanti

Cicero Pérciles de Oliveira Carvalho

Elaine Cristina Pimentel Costa

Gauss Silvestre Andrade Lima

Maria Helena Mendes Lessa

João Xavier de Araújo Junior

Jorge Eduardo de Oliveira

Maria Alice Araújo Oliveira

Maria Amélia Jundurian Corá

Michelle Reis de Macedo

Rachel Rocha de Almeida Barros

Thiago Trindade Matias

Walter Matias Lima

Projeto gráfico: Mariana Lessa

Editoração eletrônica: Jorge Santos

Capa: Bruno Felipe de Melo Silva

Revisão: Sonia Labre de Argollo e Castro

Normalização: Janis Christine Angelina Cavalcante

Catálogo na fonte

Universidade Federal de Alagoas

Biblioteca Central

Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 - 1767

I43

A informação e o conhecimento na cultura de compartilhamento

[recurso eletrônico] : ambivalências, contradições e desafios /

Edivânio Duarte de Souza, Ronaldo Ferreira de Araújo,

organizadores.– Maceió, AL: EDUFAL; 2020.

106 p. : il.

E-book.

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-5624-002-2.

1. Disseminação da informação. 2. Recuperação da informação. 3.

Organização do conhecimento. I. Souza, Edivânio Duarte de. II.

Araújo, Ronaldo Ferreira de.

CDU: 004.78:025.4.036

Direitos desta edição reservados à

Edufal - Editora da Universidade Federal de Alagoas

Av. Lourival Melo Mota, s/n - Campus A. C. Simões

CIC - Centro de Interesse Comunitário

Cidade Universitária, Maceió/AL Cep.: 57072-970

Contatos: www.edufal.com.br | contato@edufal.com.br | (82) 3214-1111/1113

Editora afiliada:



Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

“A história transformou-se numa transformação da história prestes a acontecer. A ordem das coisas é a especulação permanente sobre o que pode acontecer. Age-se em função da informação sobre o que pode acontecer e do que se faz crer que se sabe sobre o que pode acontecer.” (Fernando Ilharco, 2006).

SUMÁRIO

<u>INTRODUÇÃO.....</u>	<u>8</u>
------------------------	----------

PRIMEIRAS PALAVRAS

EDIVANIO DUARTE DE SOUZA, RONALDO FERREIRA DE ARAUJO

<u>CAPÍTULO I - INFORMAÇÃO, MEMÓRIA E CONHECIMENTO: ELEMENTOS DE UMA CULTURA DE COMPARTILHAMENTO.....</u>	<u>16</u>
---	-----------

EDIVANIO DUARTE DE SOUZA, MARIA DE LOURDES LIMA

<u>CAPÍTULO II - O REDIMENSIONAMENTO DO SUJEITO INFORMACIONAL NO CIBERESPAÇO E AS FAKES NEWS: LACUNAS TEÓRICAS E PRÁTICAS</u>	<u>36</u>
---	-----------

MARIA LÍVIA PACHÊCO DE OLIVEIRA,

EDIVANIO DUARTE DE SOUZA

<u>CAPÍTULO III - COMUNICAÇÃO POLÍTICA E DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO DE CAMPANHAS ONLINE NO FACEBOOK</u>	<u>56</u>
---	-----------

RONALDO FERREIRA DE ARAÚJO,

SARAH RÚBIA DE OLIVEIRA SANTOS

CAPÍTULO IV - INTERAÇÕES EM VIDEOCLIPES COM MENSAGEM
SOCIAL NO YOUTUBE: UMA ANÁLISE DO VMA MTV2015..... 75

RONALDO FERREIRA DE ARAUJO,

VICTOR DE ALMEIDA PIRES, BRUNO FELIPE DE MELO SILVA

CAPÍTULO V - BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE UMA CULTURA
DE COLABORAÇÃO..... 92

EDIVANIO DUARTE DE SOUZA,

MARIA LÍVIA PACHÊCO DE OLIVEIRA

OS AUTORES..... 101

INTRODUÇÃO

PRIMEIRAS PALAVRAS

Edivanio Duarte de Souza
Ronaldo Ferreira de Araujo

Em uma economia globalizada altamente orientada à competitividade e ao consumo, a informação e o conhecimento são elementos cruciais para o incentivo e o cultivo do compartilhamento, na medida em que se trata de insumos que, além de seu valor estratégico, têm como características fundamentais a recursividade e a reflexividade.

Embora a informação seja um fenômeno intrínseco à existência humana em sociedade, no último século vem recebendo maior atenção por parte dos estudiosos, principalmente, em decorrência do uso das tecnologias digitais de informação e comunicação no compartilhamento da informação e no espanto diante das diversas formas com que questões complexas e importantes vêm sendo tratadas por parte da sociedade.

Preliminarmente, considera-se, a partir de Buckland (1991) e Silva (2006), que a ação do sujeito é produtora e definidora da informação, na medida em que a apropriação e o compartilhamento desta, entre outros processos, se dão nas relações dinâmicas e

complexas entre as estruturas internas do sujeito e as estruturas externas dotadas de informatividade. A informação é tributária das suas condições internas e externas, carregando em si a marca dos conteúdos e dos diferentes processos resultantes da ação humana – apropriar, compartilhar, recortar, descontextualizar, recontextualizar, etc. Há uma relação fundamental entre a informação e seu contexto de produção, que inclui os sujeitos, as políticas, os artefatos e os conteúdos informacionais envolvidos¹.

Esta coletânea vem em hora oportuna para se refletir sobre o fenômeno informacional no contexto da cultura de compartilhamento, que se caracteriza essencialmente por uma passagem do paradigma de acumulação para o paradigma de acesso e, mais recentemente, num regime de informação e comunicação que vem se configurando em um possível “paradigma da participação” (*participation paradigm*)² ou mesmo “paradigma do compartilhamento” (*sharing paradigm*)³. Entendemos que os dois anteriores teriam na evolução da Internet e nos recursos de interação e engajamento da Web social um espaço privilegiado de intensa produção e consumo de conteúdos com potencialidades de ampliação de visibilidade e mesmo viralização com desdobramentos políticos, sociais e culturais.

A interação condicionada pelas tecnologias digitais promove a interface entre um conjunto de memórias distribuídas

¹ Esse conjunto de elementos que compõem as possibilidades e condições dos processos informacionais vem sendo estudado na Ciência da Informação sob a designação de “regime de informação”.

² O paradigma da participação emerge como resultado das críticas e análises apresentadas pelo pesquisador Emile McAnany (2012) quanto aos paradigmas comunicacionais que moldam um novo paradigma da Comunicação para o Desenvolvimento, que passa a ser considerado como um processo dialético integrado e multidimensional, originado nos valores de cada sociedade, de forma democrática e participativa.

³ Como argumentado por Juliet Schor (2014), o paradigma de compartilhamento pode ser representado por uma ampla variedade de plataformas digitais e atividades *off-line* com diferentes estruturas organizacionais, modelos de governança e objetivos. Para a autora, o paradigma contribui na tentativa de reduzir a elasticidade do conceito de “economia compartilhada” e, ao mesmo tempo, limitar suas fronteiras.

em diferentes lugares e tempos. Na história dos registros da informação e do conhecimento, como observam Castells (2000), Lévy (2000, 2010), Mattelart (2002) e Silva (2006), entre outros, há uma crescente ampliação de “artefatos” e “mentefatos”, em favor do compartilhamento, construindo uma grande rede de coleta, arquivamento e disponibilização de informação e conhecimento, como, por exemplo, os grandes sistemas de disponibilização de publicações científicas. Agora, é importante refletir sobre as condições de disponibilização, distribuição e uso dessas infraestruturas de informação e conhecimento.

Como lidar com a informação, a memória e o conhecimento em tempos e espaços fundados numa “cultura líquida” descrita por Bauman (2007)? Como desenvolver e, até mesmo, confiar em práticas de compartilhamento em situações permeadas de competitividade? Como exercitar o processo colaborativo, em espaços e tempos caracterizados pelo individualismo e pela fragilidade nas relações humanas? Essas e outras questões subjacentes tangenciam as discussões empreendidas nos textos que se seguem.

Numa referência às arquiteturas contemporâneas das organizações urbanas, extensivamente descritas por Bauman (2007), observa-se que há no ciberespaço alguns espaços e infovias compartilhados, outros, porém, entrincheirados, interditados e proibidos à grande parte da coletividade. Nestes espaços, a individualidade e a segregação imperam, e os interesses coletivos e a solidariedade são constantemente violados, subjugados e, até mesmo, massacrados. Em virtude da grande quantidade de sujeitos em trânsito, há sempre a presença da ambivalência entre a *mixofobia* e *mixofilia*, mas essa coexistência é bastante prejudicada posto que o compartilhamento é condicionado à existência de um “*modus convivendi*” agradável.

As diversas esferas sociais vêm sendo transformadas em arenas de jogos políticos e culturais com base no que Bauman (2007)

denominou de “globalização negativa”. A grande questão é que todos estão, em maior ou menor medida, participando do mesmo jogo com uma grande diferença, a pequena minoria desses participantes define as regras deste, conforme seus interesses particulares, ao passo que a grande maioria sequer as conhece. O grande desafio parece ser criar táticas, estratégias e operações que possibilitem aos sujeitos participar, ativa, consciente e democraticamente, desse jogo que, em última análise, define os lugares de cada um nas relações de poder aparentemente desterritorializados na sociedade contemporânea.

As ações de informação, em particular, se desdobram numa rede de ações que podem resultar em situações irreversíveis. A virtualização espaço-temporal aproxima os contextos de produção e uso da informação estabelecendo, muitas vezes, relações simétricas e constitutivas entre os fatos sociais e os fenômenos informacionais, eles são mutuamente produzidos e, portanto, coexistentes. O compartilhamento de informação não apenas descreve o que aconteceu no passado e o que está acontecendo no presente, mas determina o que irá acontecer no futuro. Não se trata de prever o futuro, mais do que isso, determiná-lo pela força da informação na produção dos fatos sociais.

Os últimos acontecimentos, a exemplo do Brexit no Reino Unido e das eleições presidenciais no Brasil e nos Estados Unidos da América, demonstram a dimensão do valor estratégico da informação e as implicações de sua circulação em alta escala nas mídias sociais na influência de hábitos, comportamentos e tomadas de decisões, e mesmo para a definição dos rumos das sociedades contemporâneas.

O contexto da pós-verdade, pelo menos momentaneamente, coloca em paralelo dois capitais culturais historicamente distanciados pela Modernidade, o capital técnico-científico e o capital mitológico e ritual. Na esfera da informação, o grande fundamento desse fato social são a participação popular promovida pelo acesso às redes

sociais via tecnologias digitais e a crescente sedimentação de uma cultura de compartilhamento. Surgem vários gurus que se arvoram a produzir eventos nas diversas esferas sociais, políticas, econômicas e culturais.

Esta coletânea aborda em linhas gerais algumas temáticas importantes que ocupam, em grande medida, os debates acerca do fenômeno informacional neste momento contemporâneo caracterizado como pós-verdade em virtude dos critérios adotados na definição da qualidade e do valor da informação, em diferentes contextos econômicos, políticos, tecnológicos e culturais. Os textos que a compõem, sem pretensões exaustivas e conclusivas, assumem a perspectiva de ensaios.

Essas reflexões fazem parte de uma rede de debates que sustenta os diferentes comportamentos e competências em informação dos sujeitos. Além das históricas relações entre conhecimento, informação, cultura, documento e memória, o atual contexto reflexivo abre um leque de possibilidades para o conhecimento em informação, institucionalizado no campo da Ciência da Informação e de áreas afins.

Além desta introdução, intitulada *Primeiras Palavras*, que busca contextualizar o compartilhamento da informação e do conhecimento em um domínio de estudo marcado por ambivalências, contradições e desafios, a obra é completada por mais cinco capítulos.

O primeiro capítulo, intitulado *Informação, memória e conhecimento: elementos de uma cultura de compartilhamento*, apresenta uma discussão sobre a rede conceitual que fundamenta a história dos registros da cultura e do conhecimento. Neste contexto, considera, em grande medida, a infraestrutura tradicionalmente organizada em torno das instituições de memória, arquivo, biblioteca, centro de documentação e museu. A partir de uma perspectiva crítica, procura refletir sobre a memória no contexto da cibercultura permeada pelo caráter de memória estendida que as tecnologias digitais assumem

neste domínio e, principalmente, pela transitoriedade presente na contemporaneidade. Em arremate, discute sobre as condições do emergente regime de colaboração, tomando como referência a conexão, a interação e a participação, no contexto de precariedade que caracteriza as relações humanas.

O segundo capítulo, intitulado *O redimensionamento do sujeito informacional no ciberespaço e as fake news: lacunas teóricas e práticas*, traz à tona uma reflexão sobre as principais questões teóricas no campo da Ciência da Informação a respeito do fenômeno da disseminação de notícias falsas no ciberespaço, bem como aponta fatores práticos sobre as possibilidades de contenção do processo contínuo de desinformação em rede. A ênfase no sujeito informacional sugere que a tecnologia *per se* não será provedora de um processo autorregulador capaz de controlar a disseminação de *fake news*, restando um longo caminho a ser percorrido coletivamente entre as diversas partes envolvidas no fenômeno.

O terceiro capítulo, intitulado *Comunicação política e disseminação da informação de campanhas online no Facebook*, apresenta estudo que analisa a comunicação política e a disseminação da informação de candidatos à prefeitura da cidade de Maceió durante as eleições de 2016 no Facebook. Os candidatos foram caracterizados pela visibilidade e engajamento na rede e a comunicação política é descrita pelo perfil de disseminação da informação quanto aos dias e horários de publicação; os recursos informacionais utilizados; e a categorização das postagens. A análise da comunicação política durante o período eleitoral pode fornecer informações importantes sobre o perfil informacional dos candidatos e esclarecer por que uns recebem mais atenção *online* do que outros.

O quarto capítulo, intitulado *Interações em vídeos clips com mensagem social no YouTube: uma análise do VMA MTV 2015*, apresenta uma pesquisa que teve por objetivo investigar a mediação

da informação e a repercussão de músicas com mensagem social na Web social, tendo em vista sua representatividade em termos de temas e ações de informação de interação. A análise é voltada à compreensão dos temas/problemas sociais mais abordados e descrita por meio das métricas de visibilidade, engajamento e conversão. Os indicadores confirmam o YouTube como plataforma de mediação da informação para disponibilização de conteúdo e ações de interação em torno de vídeos com mensagem social.

E, por fim, o quinto capítulo, intitulado *Breves considerações sobre uma cultura de colaboração*, é um texto das considerações finais da obra, que tem como objetivo o levantamento de novos questionamentos em decorrência dos textos apresentados, em um sentido muito mais provocativo que conclusivo. Faz-se de suma importância que o teor crítico seja um elemento marcante ao se tratar das relações informacionais entre os sujeitos e as tecnologias, principalmente em razão da alta mutabilidade dos fenômenos em rede e das consequências diretas destes na vida em sociedade. Assim, tanto em seu caráter teórico quanto no sentido mais prático – com os relatos de pesquisas apresentados, a obra busca prover uma discussão diversificada em torno da informação e do conhecimento neste momento histórico ímpar, em que o desenvolvimento tecnológico está provendo a possibilidade de uma cultura do compartilhamento até então não experimentada.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007. 119p.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. *Journal of the American Society for Information Science (JASIS)*, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 617p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).

CASTELLS, M. *Fim de milénio*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 497p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 3).

D'ANCONA, M. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Barueri: Faro Editorial, 2018. 142p.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 2000. 203p.

LÉVY, P. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010. 270p.

MATTELART, A. *História da sociedade da informação*. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2006. 197p.

MCANANY, E. G. *Saving the World: a brief history of communication for development and social change*. Urbana, Chicago and Springfield: University of Illinois Press, 2012.

SCHOR, J. B. *Debating the sharing economy*: great Transition Initiative, Tellusb Institute. 2014. Disponível em: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharingeconomy>. Acesso em: 18 jun. 2019.

SILVA, A. M. *A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico*. Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 2006. 176p.

CAPÍTULO I

INFORMAÇÃO, MEMÓRIA E CONHECIMENTO: ELEMENTOS DE UMA CULTURA DE COMPARTILHAMENTO

Edivanio Duarte de Souza
Maria de Lourdes Lima

Introdução

Estabelecer elos entre *informação*, *memória* e *conhecimento* consiste em reconsiderar a noção de *patrimônio*, como síntese de um conjunto de bens materiais e imateriais de valor histórico, cultural, social, político e artístico, sem os quais a ciência, o pensamento e a arte permaneceriam inertes e estagnadas quanto aos seus respectivos processos de criação e de recriação. Logo, a informação combinada à memória acaba por gerar as condições efetivas que dão corpo e sentido à (re)produção do conhecimento, seja pelo viés da arte, da filosofia ou ciência.

Portanto, cabe tomar cada um desses conceitos, em separado, com base em uma teia de relações que se forma a partir dele, em particular, e/ou em combinação com os demais. Desde que seus papéis sejam, continuamente, reconfigurados, a depender de circunstâncias históricas efetivas. Neste sentido, é o nosso propósito, no âmbito dessas considerações iniciais, dar forma a este corpo de especulação e proposição. O que nos leva a inferir a *informação*, do ponto de vista

simbólico, como estruturas que têm “[...] a competência de gerar conhecimento para o indivíduo e o seu meio”. (SMIT; BARRETO, 2002, p. 18).

Ricouer (2007, p. 142), referindo-se à dualidade entre *memória* individual e coletiva, também identifica uma memória tripartite que se manifesta em relação a *si*, aos *próximos* e aos *outros*. Contudo, a memória passa a ser, simultaneamente, a representação de um sinal de ausência. Mas também confirma a marca de uma presença. Eis o traço da ambiguidade também presente na Fotografia e no Cinema.

Seguindo essa linha de interpretação do objeto que se define a partir do que dele se espera como dispositivo e recorrência, passemos à leitura que Burke (2003, p. 19) faz do *conhecimento*. Para ele a “informação” está para “conhecimento”, assim como o “cru” está para o “cozido”. Neste sentido, o cozido deriva, necessariamente, de um processamento, de uma sistematização. Para isso, Burke (2003) aponta o sistema de classificação do conhecimento, utilizando-se das formas de organização de currículos, bibliotecas, museus e enciclopédias, entre outros.

O que passamos a observar em torno desses quatro indicadores constituídos pela informação, memória, conhecimento e patrimônio, este definido pela literatura, por sua vez, ora como histórico, ora como cultural, é a capacidade de um se definir a partir do outro. No marco da Ciência da Informação, torna-se inexequível examinar a informação desvinculada das noções de memória, assim como se torna insatisfatória uma leitura que observe o conhecimento isolado das definições de informação e memória.

Em outras palavras, podemos ter uma síntese da noção de patrimônio em combinação com informação, memória e conhecimento. Com base nesta teia de possibilidades podemos estabelecer alguns questionamentos que envolvem os processos de (se) informar e conhecer. Primeiro, em que consiste essa tensão

entre as formas de representação da informação, da memória, do conhecimento e do patrimônio, face à realidade líquida descrita por Bauman (2007)? E mais, como situar as políticas públicas governamentais no tocante às instituições de cultura que se destinam à produção e ao compartilhamento de informação e de conhecimento?

Este é, todavia, o *leitmotiv* de nossas considerações em relação ao acesso à informação disponível a pesquisadores em instituições de pesquisa. Fica patente o eco de instrumentos legais que insistem no Direito à Informação e no Direito à Memória. Sem que esse direito se converta em prática adotada institucionalmente, a lei, necessariamente, torna-se mero instrumento de retórica.

Outro dilema que se observa localmente é o risco de determinados acervos, ou estoques de informação, diante da mudança temporária de gestões administrativas, nem sempre respaldadas pelo critério de conselhos de representação que se façam presentes em instituições de natureza pública, na forma de Conselhos Consultivos constituídos por profissionais, devidamente, qualificados em matéria de formação profissional. É possível que nos falte este canal de representação, na relação entre Sociedade e Estado.

Emergência da cultura do acesso

Os estudos da informação estão relacionados a conhecimentos originários de diferentes áreas, como Arquivologia, Biblioteconomia, Diplomática, Documentação, Museologia e Paleografia, que, em suas distintas abordagens, se dedicam aos estudos e às práticas de registro da informação, do conhecimento e da cultura. Desde os tablets de argila, passando pelos manuscritos e as iluminuras, e alcançando mais recentemente as contemporâneas tecnologias digitais.

A partir de um levantamento histórico de pelo menos 250 anos, Burke (2012) constata que há um processo crescente de “tecnologização do conhecimento” com o desenvolvimento e a

aplicação, em escalas surpreendentes, de novos instrumentos de observação, mensuração, registro, recuperação e disseminação de informações e conhecimento. A padronização auxiliou sobremaneira, principalmente, na organização e na divulgação da informação e do conhecimento. A atuação de instituições (arquivos, bibliotecas e museus), o uso de instrumentos (catálogos, formulários e questionários) e a realização de eventos (reuniões científicas) contribuíram bastante com esses progressos.

O patrimônio cultural da humanidade está gravado na diversidade de memórias que constituem, nas palavras de Silva (2006), o conjunto de “mentefatos” e “artefatos” disponíveis na história das sociedades.

Numa aproximação aos três tempos dos espíritos de Lévy (2000b), esse patrimônio se encontra registrado na memória dos sujeitos (*a oralidade primária*), nos diferentes impressos (*a escrita*) e nas tecnologias digitais (*a informática*). Na oralidade primária, a função da palavra vai além da comunicação cotidiana entre os sujeitos, pois objetiva a gestão da memória social⁴. No tempo da escrita, ocorre a possibilidade de intercalação do tempo entre distintos momentos de emissão e recepção da mensagem, estabelecendo a comunicação diferida. Trata-se de uma forma de estender indefinidamente a memória, posto que a memória está semiobjetivada na escrita. E, no tempo da informática, a memória social se encontra em constante processo de transformação e totalmente objetivada e mediada em diferentes artefatos.

É importante frisar, a partir das palavras de Lévy (2000b), que esses tempos, também denominados de polos, não correspondem de

⁴ Lévy (2000b) faz a diferenciação entre *oralidade primária* e *oralidade secundária*, considerando a fala e a escrita. Na primeira categoria, o arcabouço cultural está fundado nas lembranças dos indivíduos. Ela tem como fundamento o “conto” e a “narrativa”, que perenizam os “mitos” e “ritos”. Na segunda, às estratégias oralistas é adicionado um conjunto de representações inscritas em diversos artefatos permitindo a transmissão de informação de forma duradoura, sistemática e autônoma.

modo simples a épocas determinadas, mas, em cada instante e em cada lugar, os três polos estão sempre presentes com grau de intensidade variável. A distinção entre esses é sublinhada para explicitar que o uso de determinado tipo de tecnologia intelectual enfatiza certos valores, dimensões e imagens ao redor dos quais se organizam determinados tipos de culturas e sociabilidades.

Fundado num novo regime de conservação, a conservação patrimonial, o mundo contemporâneo faz uso das instituições seculares de memória afiguradas nos arquivos, bibliotecas e museus, que, como destacara Silva (2006), até o século XVIII, estiveram, principalmente, a serviço da administração zeladora e da promoção da cultura superior. A partir daí, as manifestações culturais passaram do domínio privado para o público, tanto na perspectiva erudita quanto na popular. Começa-se a vislumbrar um aparato tecnológico que, a partir do século XX, ampliaria as capacidades humanas de produzir, memorizar e processar informação e conhecimento.

Nessa virada para uma cultura informacional, por assim dizer, destaca-se o importante papel dos advogados belgas Paul Otlet (1868-1944) e Henri La Fontaine (1854-1943), que, em fins do século XIX, procuraram romper com a tradição biblioteconômica ao propor a documentação. Embora muito do que Otlet e La Fontaine tenham idealizado não tenha sido posto em prática, eles são reconhecidos pela antecipação de um conjunto de ideias que representaram os desdobramentos no domínio da informação e de suas respectivas tecnologias. É forçoso considerar, em Rayward (1997) e Silva (2006), que o *Traité de documentation, le livre sur livre*, publicado em 1934, não apenas apresenta a ampliação da noção de documento, como prevê a multiplicação de diversos suportes como base para o aumento da produção, organização e disponibilização de informação.

O documento, em sentido amplo, a partir de Otlet passa a compreender uma diversidade de suportes, como a carta, o cartão,

a ficha, a fotografia, a imagem, o jornal, o livro, o panfleto e o selo, entre outras inscrições. Então, mais que isso, a ideia de uma rede universal de documentação fundamentada na cultura de cooperação por intermédio de uma rede de arquivos, bibliotecas, centros de documentação e museus antecipava, em grande medida, a concepção de Internet. Há uma preocupação não somente na organização dos documentos, mas a possibilidade de recuperação eficiente dos conteúdos informacionais que aqueles comportam.

A grande relevância dos projetos de Otlet e La Fontaine se encontra justamente na proposta de análise aprofundada do conteúdo do documento que superava a tradição biblioteconômica de análise e descrição, física e temática, do livro. Esse empreendimento tinha por base o princípio monográfico, segundo o qual “[...] as publicações científicas são apenas elementos, partes, capítulos, parágrafos de uma enciclopédia de documentos que engloba o universo.” (MATTELART, 2002, p. 47-48).

De modo convergente, o avanço da Arquivologia, da Biblioteconomia, da Documentação e da Recuperação da Informação, nos Estados Unidos e em outros países como o Brasil, contribuiu com o emergente processo de acesso à informação.

A aproximação de vários domínios de conhecimento parece apontar para a emergência de um denominador comum, a promoção do acesso à informação, fundado em uma cultura de compartilhamento. Há na tessitura desses acontecimentos históricos uma mudança de paradigma caracterizada por Silva (2006) como a passagem de uma visão custodial e patrimonialista para uma visão pós-custodial e aberta, centradas, respectivamente, na acumulação de documentos e no acesso aos conteúdos informacionais. Embora essa mudança paradigmática, no contexto bibliográfico, só venha ser observada mais nitidamente no início do século XXI, seus fundamentos estão presentes nos idos do século XVIII com a atuação dos pioneiros belgas.

Da mesma forma, no contexto da documentação administrativa, constata-se um processo de transformação nos arquivos a partir do final do século XIX, com a publicação, em 1898, do *Handleiding voor het ordenen en beschrijven van archiven*, de autoria de autoria de S. Müller (1848-1922), J. A. Feith (1858-1913) e R. Fruin (1857-1935), mais conhecido como *Manual dos Arquivista Holandeses*. A respeito desse processo de transição na Arquivologia, Silva (2006) pondera que, aparentemente, os holandeses elaboraram um manual de descrição e ordenação para os arquivos, sem apresentar nenhuma novidade epistemológica subjacente ao instrumento normativo e técnico, mas, juntamente com a publicação, em 1922, da obra *A manual of archive administration* do britânico Hilary Jenkinson (1882-1961), aquele representou uma mudança de perspectiva, bem como a ruptura profissional entre arquivistas, que resultou na organização de dois grupos, os arquivistas eruditos dedicados à custódia do patrimônio documental e os arquivistas técnicos ou especialistas práticos – denominados de *records managers*, nos Estados Unidos da América e na Grã-Bretanha – dedicados a resolver problemas concretos nas organizações ativas.

Essas transformações históricas ganharam contornos que afetaram sobremaneira a história da documentação, bibliográfica e arquivística, que já nos séculos XX e XXI apresentam indícios de convergência em torno de um paradigma de acesso à informação, nas áreas afins que se dedicam ao estudo e à organização da informação em seus diversos matizes. Em um esforço de síntese, Souza (2015) pondera que os problemas bibliográficos se transformaram em problemas documentais e, posteriormente, em problemas informacionais e tecnológicos.

Em síntese, é importante considerar que existe uma longa tradição histórica de instituições e profissões que se dedicam ao registro, ao tratamento, à organização e à conservação de acervos bibliográficos, documentais e, mais recentemente, informacionais.

Porém, com as profundas transformações sociais, políticas e econômicas pelas quais passou a sociedade, no final do século XIX e início do século XX, esses processos e serviços foram ampliados com a adoção do paradigma de acesso e a aplicação das tecnologias digitais de informação e comunicação. Isso resultou, em certa medida, na aproximação e, por vezes, na confluência de muitas disciplinas envolvidas naqueles processos.

A Era da Informação: redes de informação, conhecimento e poder

O século XX inaugura a Era da Informação, caracterizada pelo direcionamento à cultura fundada na alta penetrabilidade das tecnologias digitais e na maleabilidade da estrutura de rede, em processos contínuos de avanços e recuos, homogeneidades e heterogeneidades, inclusões e exclusões, simetrias e assimetrias, que sustentam as ambivalências, as contradições e os desafios do mundo contemporâneo. Nunca se teve tanta informação registrada disponível e, contrariamente, nunca se teve tanta desinformação por grande parte da sociedade.

Burke (2012) situa sua mais recente história social do conhecimento na coexistência e interação de tendências e correntes contrárias que promovem o equilíbrio e, por vezes, o desequilíbrio. Nesses movimentos abertos, errantes e transitórios, que caracterizam a economia global, há também uma tendência à exploração superficial do conhecimento, existindo, por vezes, tentativas de estabelecer relações mais profundas com algumas temáticas, teorias e áreas de conhecimento.

Embora, numa primeira aproximação, pareça contraditório, a construção de redes e a consequente dinâmica de fluxos, longe de se constituir em descentralização de informação, memória e conhecimento, são produtos e processos do alto poder de centralidade potencializado pelas tecnologias digitais. Essa rede de

funcionamento condiciona a integração e a dinâmica desses fluxos de poder que sustentam a organização social, política e econômica vigente. É fundamental compreender, a partir de Castells (2000), que essa centralização se ergue como um processo crescente de expansão de suas redes de acesso e domínios múltiplos de sociabilidades.

Os estudos de Castells (1999, 2000, 2003) demonstram que o desenvolvimento da sociedade da informação está, em grande medida, diretamente relacionado à capacidade que determinadas regiões ou países têm de agir estrategicamente com base em informação e conhecimento. Não por acaso, o espaço privilegiado da emergência e da difusão das tecnologias digitais está circunscrito nas grandes metrópoles, notadamente, dos Estados Unidos da América e da Europa. O que caracteriza a sociedade informacional, portanto, é sua capacidade de centralizar conhecimentos técnicos e científicos, mão de obra qualificada, instituições e empresas investidoras e consumidoras de produtos e serviços, em um processo cada vez mais dinâmico e recursivo.

A ordem social contemporânea vem se revelando como espaço constituído por instrumentos, ao mesmo tempo, de inclusão e exclusão, nos vários setores da sociedade. Uma de suas principais características se encontra na forma de interação entre os sujeitos, individuais e coletivos, a sociedade e o Estado, redimensionada pela estrutura das tecnologias digitais que possibilitaram a manutenção de seu modo de produção capitalista e, complementarmente, contribuíram com a emergência do *informacionalismo*⁵ como modelo de desenvolvimento.

A exclusiva disponibilização de informação não garante participação, competitividade e, muito menos, gera riqueza e controle de produção. É necessário um conjunto de condições que possibilite

⁵ O *informacionalismo* se estabelece como modelo de desenvolvimento do modo de produção capitalista com base no círculo virtuoso segundo o qual existe uma ação do conhecimento sobre os próprios conhecimentos como fonte principal de produtividade.

o compartilhamento, a apropriação, a reapropriação e o uso efetivo de informação e conhecimento. Ocorre que, na maioria das vezes, essas condições se encontram nas grandes infraestruturas dos países ricos ou, quando muito, em países em desenvolvimento, nos espaços das corporações multinacionais. Isso quer dizer que as grandes corporações, naturalmente, sobressaem na medida em que dispõem de um grande aparato tecnológico que possibilita a produção, o armazenamento, o tratamento, a disponibilização e a aplicação estratégica segundo as suas necessidades específicas e as condições e exigências dos mercados.

É imprescindível destacar também as competências exigidas para o efetivo processo de apropriação da informação, que envolve conhecimento, habilidade e atitude no trato com a informação e o conhecimento. Em países com alto índice de analfabetismo como o Brasil, essas exigências, para grande parte da sociedade, tornam-se inalcançáveis, não podendo sequer se falar em paradigma de acesso.

Na tentativa de gestão dessas ambivalências sociais, o Estado contemporâneo⁶ se ergue como uma das principais figuras na promoção do acesso à informação, tanto pelo seu papel político-institucional ordenador quanto pelo seu compromisso social intrínseco na promoção dos interesses coletivos e do bem comum dos cidadãos. Nesse contexto amplo, destacam-se como características

⁶ O Estado contemporâneo é inaugurado, na segunda década do século XX com a promulgação da Constituição Mexicana de 1917, e caracteriza-se essencialmente pela manutenção dos Direitos Individuais, abrangência dos Direitos Sociais e Coletivos no rol dos Direitos Fundamentais, e intervenção do Estado nos domínios econômicos e sociais como forma de assegurar a efetividade desses direitos. Os últimos acontecimentos sociais, políticos e econômicos, descritos por Castells (1999, 2000, 2003) e, de modo sublinhado, por Bauman (2007), demonstram que a atuação dos Estados-nacionais torna-se cada mais complexa porque grande parte daquelas conquistas está presa a decisões políticas locais, mas condicionada às conexões da globalização aberta e errante. Há, portanto, na contemporaneidade uma perda de poder por parte dos entes estatais na relação com mercado global. O fato é que, conforme Bauman (2007), os poderes que estabelecem as condições sob as quais agimos atualmente fluem num espaço *global*, ao passo que nossas instituições políticas permanecem, como antes, amplamente presas aos espaços físico-geográficos *locais*.

principais do Estado contemporâneo, além da manutenção dos direitos individuais e coletivos historicamente consagrados, o estabelecimento de garantias que possibilitem assegurar a efetividade desses direitos. Porém, não se pode perder de vista que:

Os verdadeiros poderes que modelam as condições sob as quais agimos atualmente fluem num espaço *global*, enquanto nossas instituições de ação política permanecem amplamente presas ao solo – elas são, tal como antes, *locais*. (BAUMAN, p. 87, grifo do autor).

Com efeito conviver com as inseguranças do presente e as incertezas do futuro, pelo menos neste momento, parece ser a opção disponível nessa nova antropologia líquida tão bem desenhada por Bauman (2007), principalmente, no que se refere aos paradoxos impostos pelos fluxos globais, que caracterizam os espaços abertos, e pelos pontos locais relativamente estáveis, que são lugares de resistências e identidades fragmentadas. O fato é que os espaços dos fluxos podem escapar do controle de qualquer localidade, porém, esta se torna cada vez mais impotente diante das forças que regem aqueles. A rigor, conclui o autor, trata-se de encontrar soluções locais para problemas globalmente construídos. Essa situação induz, muitas vezes, a movimentos de rebeldia e marginalidade.

O regime de colaboração: conexão, interação e participação

No cenário contemporâneo, o regime de colaboração afigura-se com o surgimento das complexidades do sujeito que assume os papéis coexistentes de produtor e consumidor de informação e conhecimento. Esse regime ganha força e formatos diversos na reestruturação de redes sociais e na constituição da inteligência coletiva que, na perspectiva de Lévy (2000a, 2000b), tem fundamentos na antropologia do ciberespaço.

As redes sociais eletrônicas e o processo de descentralização por elas promovido condicionam a conexão e a interação entre os sujeitos, e possibilitam a participação em construções coletivas, fazendo emergir novas formas de sociabilidades humanas. Além de serem espaços de acesso, apresentam-se como arena de construção de memórias a partir das narrativas individuais e coletivas de diferentes grupos sociais.

Em um esforço teórico-metodológico, a conexão tem como um dos principais fundamentos a releitura da memória estendida ou ampliada, em Lévy (2000b), com base nas potencialidades das tecnologias da inteligência, que promovem a extensão da “memória de trabalho biológica”. Para tanto, ressignifica estes conceitos a partir da noção de memória presente em Ricouer (1997, 2003), entendida não somente como instrumento para conservar dados mnemônicos, mas, sobretudo, como a capacidade de ressignificação das coisas e de si mesmo por intermédio de um processo de rememoração. As tecnologias da inteligência são discutidas, complementarmente, a partir de Lévy (2000b), nessa perspectiva dual da finalidade do artefato, meio de inscrição externa, que funciona como instrumento de conservação (registro) e de rememoração (recuperação) de informação e conhecimento.

Há uma delimitação da noção de memória como matriz de apropriação de informação e conhecimento, ou extensivamente, nas palavras de Ricouer (2003), como matriz da história, embora não se perca de vista a memória como objeto da história, em sentido amplo, e da história dos registros da informação e do conhecimento, em sentido estrito.

A primeira condição da memória é a conservação, mesmo em estado desativado, mas de possível ativação. A segunda, então, é a representação do ausente recuperado a partir de um conjunto de estratégias de ativação e rememoração.

A memória trabalha com um processo de elaboração de representações e associações de ideais. Com efeito, quanto mais numerosas e complexas as associações, melhores os resultados mnemônicos. Esse complexo de associações forma um esquema de memória que pode ser ativado em diferentes circunstâncias e por diferentes caminhos associativos, conectando entre si itens rememorados. Esse esquema, por sua vez, é irrigado por uma densa rede de comunicação de informações. (LÉVY, 2000b).

Além disso, complementa Lévy (2000b), a *intensidade das associações*, a maior ou menor profundidade do nível de processamento na elaboração de uma representação, desempenha papel mnemônico fundamental. A *implicação emocional* dos sujeitos ante o item a ser lembrado resulta também em performances diferenciadas.

A interação é condição essencial ao alcance de melhores performances, pois, quanto maior o esforço realizado na elaboração da informação, mais ativo se encontra sobre esta o estado de memória do sujeito. Da mesma forma, a participação é essencial, visto que, quanto mais envolvido pessoalmente com a informação estiver o sujeito, mais facilmente esta será rememorada e, por conseguinte, recuperada.

As tecnologias da inteligência também ampliam a noção de memória coletiva porque potencializam entre os sujeitos a interação, a participação e o compartilhamento. Elas inauguram uma rede potencialmente infinita de inscrição, leitura e rememoração. Essas tecnologias ampliam o campo de percepção e atuação dos sujeitos em escalas surpreendentes, inaugurando um novo regime de (se) informar, conhecer e realizar trocas intelectuais. O perigo se encontra no comportamento desenvolvido pela pluralidade de sujeitos, diante das dificuldades e facilidades encontradas. Há aí possibilidades e condições para formas diversas de interação e participação. Na nova antropologia social, esclarece Bauman (2007), as identidades locais são negociadas, formadas e reformadas a partir das interações com as pressões globalizantes.

Então, duas questões precisam ser ponderadas, na construção da memória coletiva, a qualidade de interação e o nível de participação que condicionam o compartilhamento de informação e conhecimento. Apesar da diversidade e abrangência conceitual, ao discutir a interação mediada pelas tecnologias digitais, interessam as possibilidades de participação e produção colaborativa, que têm fundamentalmente como base as “interações mútuas”.

Ao observar a variação qualitativa para o significado de interação, que vai desde um simples *click* a uma relação mais profunda como uma relação amorosa, Primo (2011) classificou os tipos de relacionamentos em “interações mútuas” e “interações reativas”. Naquelas os sujeitos se organizam em torno de problematizações contínuas e de busca por soluções momentâneas que podem resultar em novos problemas. Nestas, por sua vez, há preliminarmente o estabelecimento de condições iniciais para o relacionamento entre os sujeitos, tendo como base as relações potenciais de estímulo-resposta.

Na cultura de compartilhamento, como pondera Primo (2011), interessa mais de perto o estudo do “relacionamento entre os interagentes”, participantes de uma interação, na medida em que adota uma perspectiva dialógica e participativa, tomando como referência uma abordagem sistêmico-relacional. Com efeito, contempla as “interações entre sujeitos”, “entre máquinas” e/ou “entre sujeitos e máquinas” por intermédio de uma pluralidade de diálogos, bate-papo em fóruns, janelas de comentários, lista de discussões, etc.

Burke (2012) destaca um crescente processo de colaboração com as tecnologias de informação e a globalização do conhecimento, mas considera bastante distante do que Marshall McLuhan (1911-1980) denominou de “Aldeia Global”. Além da infraestrutura de rede excludente, o inglês, que é considerado a língua global, *globish*, se apresenta de forma assimétrica no processo de colaboração, havendo o que denominou de “troca desigual de texto”, posto que é muito

maior a quantidade de estudos traduzidos do inglês do que de outros idiomas para este.

Há um processo crescente do que Burke (2012) denominou de “feudalismo da informação”, movimento em que grandes corporações privatizam coisas que antes eram de domínio público a partir do patenteamento, a exemplo do Google com suas tendências monopolistas. Ao mesmo tempo em que avança o projeto de “ciência aberta” considera-se o monopólio da “ciência fechada” com o acesso às melhores publicações condicionado a pagamentos e manutenção de assinaturas.

Nesses espaços, desencadeiam-se comportamentos individualistas, exclusivistas, segregacionistas, conduzindo a uma guerra, mesmo que velada, desconhecida ou pouco conhecida no ciberespaço. A partir de Bauman (2007), observa-se que os “espaços dos fluxos” são (não) lugares onde se fincam as raízes da atual precariedade da condição humana. Há aí também os “espaços interditados” que quebram a lógica solidária do compartilhamento idealizado na vida comunal.

Este é, porém, um novo *modus convivendi* do qual não se pode escapar, por isso, como aconselha Bauman (2007), o espaço deve ser constantemente analisado, monitorado, experimentado e reexperimentado, de forma a torná-lo, pelo menos, em melhores condições de convivência. Com efeito, compartilhar experiências sem um espaço comum torna-se impossível.

As mídias digitais, como ponderou Martino (2015), permitem a construção de espaços comuns e as diversas formas de relacionamentos humanos, porém, há ainda uma grande exclusão que tem origens e consequências econômicas, políticas e sociais, apesar do uso de diversas estratégias para diminuir o hiato entre conectados e desconectados. Isso para falar apenas no acesso às tecnologias e aos conteúdos digitais mais populares, por assim dizer, sem considerar a qualidade na interação que envolve, sobretudo, participação ativa. Ocorre que a interação

não é uma questão de meio em si, mas essencialmente da forma de relacionamento praticada pelos interagentes.

Considerações finais

O grande edifício da informação, da memória e do conhecimento idealizado por Otlet e La Fontaine tem na sua essência e no seu alcance o sonho da organização, da segurança e da convivência pacífica entre as nações. As seculares instituições de memória, arquivos, bibliotecas, centros de documentação e museus, mesmo com suas contradições e ambivalências, guardam a preocupação com a promoção das respostas para os diversos problemas enfrentados pelas sociedades humanas.

Neste novo espaço antropológico, para usar as palavras de Lévy (2000a, 200b), a informação, a memória e o conhecimento são redimensionados e ressignificados, na medida em que apresentam novas condições de produção, mediação, apropriação e uso.

É importante considerar que, a partir de uma abordagem democrática, ter efetivo acesso à informação, à memória e ao conhecimento significa dispor, além de uma infraestrutura tecnológica, dos demais elementos que condicionam a efetiva apropriação da informação e da produção de conhecimento, como forma de participação no regime em curso.

Um dos maiores problemas contemporâneos é o excesso de informação e, paradoxalmente, o processo de exclusão que a caracteriza. A informação é, recursivamente, um processo e um produto do conhecimento. Nessa dinâmica, o reconhecimento e a reapropriação têm como referência a recorrência à memória, em um complexo processo de rememoração. A informação e o conhecimento têm como característica essencial a reflexividade, ou seja, a potencialidade de produzir efeitos sobre si mesmo.

A memória é ampliada pelas tecnologias digitais que se apresentam como extensão da inteligência humana. Essas promovem

descentralização, maleabilidade e interação entre diferentes memórias. Além da condição humana histórica, como diria Ricouer (2007), o esquecimento tem papel crucial nesta rede de conceitos que envolvem a história dos registros da informação e do conhecimento. Ocorre que essa infraestrutura também promove o esquecimento, que desconecta os sujeitos da rede e da história, evidenciando o caráter seletivo da inscrição, do arquivo e da memória.

Um imediato e profundo esquecimento de informações defasadas e o rápido envelhecimento de hábitos pode ser mais importante para o próximo sucesso do que a memorização de lances do passado e a construção de estratégias sobre um alicerce estabelecido pelo aprendizado prévio. (BAUMAN, 2007, p. 9-10).

O conhecimento é resultado do processamento da informação, a partir de diferentes processos (coleta, análise, apropriação, disseminação e uso), há inexoravelmente uma ampliação desses processos e da informação em si em diferentes estágios de maturação em direção ao processo de conhecer. O conhecimento, por sua vez, é o grande motor desse ciclo virtuoso nessa nova organização social, pois ele sustenta a dinâmica de recursividade, que promove realimentação e inovação crescente.

Agora, é imprescindível considerar que a inovação pertence imediatamente aos seus respectivos inventores e especialistas. O amplo uso e a popularização dessa invenção, por sua vez, exigem tempo de maturação, principalmente, em virtude da ampliação do número de variáveis que os condicionam como, por exemplo, competência técnica, disponibilidade financeira e espaço de aplicação.

A sociedade e, particularmente, o Estado dispõem de um aparato que possibilita a promoção da crescente participação do sujeito nos processos informacionais, mas tem como desafio instituir estratégias que estabeleçam minimamente equilíbrio entre as

forças globais e locais. Com efeito, o regime de compartilhamento não apenas promove informação, memória e conhecimento, mas, complementarmente, desinformação, esquecimento e desconhecimento, quando desconecta o ser da rede ou, o que pode ser pior, o conecta de forma inadequada.

Enfim, as tecnologias digitais são dispositivos interativos que promovem ações mútuas e simultâneas entre os usuários da rede, em um crescente processo de colaboração. São o espaço e o tempo do diálogo, do relacionamento, da amizade, da inclusão; mas são, também, do jogo, da militância, da rixa e da exclusão. São o espaço e o tempo da ambivalência, da contradição e dos permanentes desafios.

Referências

BAUMAN, Z. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 119p.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. *Journal of the American Society for Information Science (JASIS)*, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.

BURKE, P. *Uma história social do conhecimento I: de Gutenberg a Diderot*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 241p.

BURKE, P. *Uma história social do conhecimento II: da Enciclopédia à Wikipédia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 414p.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 617p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).

CASTELLS, M. *O fim de milênio*. São Paulo: Paz e Terra, 2003. 559p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 3).

CASTELLS, M. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 530p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 2).

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000a. 212p.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 2000b. 203p.

MARTINO, L. M. S. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 291p.

MATTELART, A. *História da sociedade da informação*. São Paulo: Edições Loyola, 2002. 197p.

MORIN, E. *O método V. A humanidade da humanidade: a identidade humana*. 5. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2012. 309p.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura e cognição*. 3. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2011. 239p.

RAYWARD, W. B. The origins of Information Science and the International Institute of Bibliography/International Federation for Information and Documentation (FID). *Journal of the American Society for Information Science*, New York, v. 48, n. 4, p. 289-300, apr. 1997.

RICOUER, P. *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas, SP, Editora da UNICAMP, 2007. 537p.

RICOUER, P. Memória, história e esquecimento. In: HAUNTING MEMORIES? HISTORY IN EUROPE AFTER

AUTHORITARIANISM, 2003. Budapeste. *Proceedings...*
Budapeste, 2003.

SILVA, A. M. *A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico*. Porto, Portugal: Edições Afrontamento, 2006. 176p.

SMIT, J. W.; BARRETO, A. A. Ciência da informação: base conceitual para a formação do profissional. In: VALENTIM, M. L. P. (Org.). *Formação do profissional da informação*. São Paulo: Polis, 2002. Cap. 1, p. 9-23.

SOUZA, E. D. *A Ciência da Informação: fundamentos epistêmico-discursivos do campo científico e do objeto de estudo*. Maceió: Edufal, 2015. 222p.

CAPÍTULO II

O REDIMENSIONAMENTO DO SUJEITO INFORMACIONAL NO CIBERESPAÇO E AS FAKE NEWS: LACUNAS TEÓRICAS E PRÁTICAS

Maria Livia Pachêco de Oliveira
Edivanio Duarte de Souza

Introdução

O domínio do código escrito foi prerrogativa básica de inserção efetiva dos sujeitos no espaço público político por muito tempo. Entre letrados e não letrados, a sociedade estabeleceu suas divisões de classes, funções e poderes. Chegar à Ágora – aos espaços coletivos de debate e contestação, era um privilégio de poucos; muito embora as desigualdades sociais perdurem, há em curso um fenômeno que ameniza esse distanciamento entre as partes sociais, por meio do intenso, abrupto e incessante acesso à informação via os meios de comunicação digital em rede.

O modelo colaborativo do fluxo informacional no ciberespaço é uma verdadeira revolução, se comparado aos primórdios da Internet. Desde a velocidade de conexão à quantidade de informação disponível, o modo passivo da Internet 1.0⁷ sofreu inúmeras transformações, sendo as mais evidentes a possibilidade de multiplicidade de vozes no ciberespaço, a interatividade e a conectividade ininterrupta.

Historicamente, discussões sobre as visões da Internet transitam entre uma perspectiva excessivamente negativista e outra puramente benfeitora, as quais deram origem às mais variadas vertentes de estudos, ganhando ênfase, na literatura das ciências sociais, aquelas que trilham um caminho mediano, ponderado e crítico. Pode-se inferir que a literatura da área da Ciência da Informação passava por um momento bastante resolutivo há uma década: discutia-se a inclusão digital como prerrogativa da inclusão social efetiva; as competências informacionais despontavam com otimismo em vistas aos problemas informacionais; o acesso à informação via tecnologias estava sendo facilitado por meio de políticas públicas de acesso e de uso, no caso brasileiro; enfim, a despeito dos inúmeros problemas irresolutos, parecia haver uma estabilização conceitual em relação ao desenvolvimento tecnológico e ao *boom* informacional iniciado em meados da década de 90. Eis que o cenário muda em uma velocidade inesperada e, mais uma vez, há a urgência de novas reflexões e de posturas teóricas e práticas distintas. Esta mudança deu-se em razão da instauração da Internet 3.0⁸ e, majoritariamente, ao barateamento tecnológico, que possibilitou o acesso massivo aos *smartphones* e similares. As discussões teóricas supracitadas não perderam sua relevância nem ignoravam as questões que agora se fazem relevantes, pelo contrário, são ainda mais urgentes e necessárias. Faz-se evidente o esforço teórico incessante para a compreensão e as formas de intervenções dos fenômenos atuais, entre eles, o da proliferação das notícias falsas – as *fake news*.

As questões principais que movimentam a produção teórica e prática dos novos fenômenos da informação em rede dizem respeito aos elementos de desordenamento da informação no ciberespaço. Estes fatores perpassam as questões do excesso informacional, dos critérios de confiança, legitimidade e manipulação da informação, e, em um sentido

⁸ Web 3.0 ou Web Semântica (WS) tem a proposta de ser colaborativa, trazendo em tempo real as interações em redes que começaram na geração 2.0.

mais prático, das habilidades necessárias para que o sujeito transite entre as inúmeras formas em que a informação pode se apresentar.

Teoricamente, tais habilidades para o uso da informação encontram suas reflexões, na área da Ciência da Informação, sob os termos associados à *information literacy*, ou seja, as competências informacionais e suas variações conceituais próximas, como o “letramento informacional”, a “competência midiática” e, mais recentemente, a “competência crítica em informação” (BEZERRA, 2015; ELMBORG, 2012). A urgência do desenvolvimento pessoal e coletivo de tais competências parte do pressuposto de que há um novo modo de comportamento informacional em vigência, difícil de lidar em decorrência de sua fluidez e mutação constante. Questionar teoricamente seu funcionamento permitirá pensar no fortalecimento das redes de conhecimento diante dos novos desafios informacionais.

Na questão prática, discutem-se as formas de enfrentamento social do fenômeno das *fake news*, em relação à possibilidade de um movimento autorregulador capaz de identificar e cessar as notícias falsas, envolvendo as empresas de informação (as proprietárias das redes sociais e dos aplicativos mensageiros), os profissionais da informação e comunicação e os usuários comuns da Internet, e, também, quanto ao uso do poder coercitivo social por meio de legislações e das punições criminais decorrentes.

Este capítulo é, em certa medida, uma revisão integrativa realizada a partir de uma abordagem bibliográfica, proveniente das discussões de uma tese em andamento e de uma comunicação realizada no Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB (OLIVEIRA; SOUZA, 2018). O objetivo é elucidar duas possíveis dimensões do tema em questão, ampliando as dimensões da investigação e propondo um olhar diverso à problemática.

Sobre o contexto teórico

A participação social e o exercício da cidadania são dissociáveis do acesso à informação, sendo não somente o acesso a ela suficiente, mas o estímulo para a sua produção crítica, como fundamento para a redução dos cenários de exclusão e marginalização social. Com efeito, o acesso à informação desvinculado de um estado crítico-analítico é mero acúmulo de dados, praticamente irrelevante para o desenvolvimento de processos com potencial de transformação social e atuação consciente dos sujeitos nas práticas informacionais.

Sobre a relação dos sujeitos com as tecnologias de informação e comunicação, há a necessidade de se problematizar o conceito de autonomia, partindo da ideia de que as pessoas se sentem livres – no sentido da autonomia – para acessar, produzir e compartilhar a informação em diversas práticas informacionais em rede. Todavia, a autonomia, essencial para a crítica, é um estado de difícil alcance.

Edgar Morin, em suas explicações sobre o pensamento complexo, lembra que “O ser humano é autônomo, mas a sua autonomia depende do meio exterior.” (MORIN, 2003, p. 15). A autonomia possui um componente de dependência que se refere às variáveis externas, assim, todos os elementos envolvidos na vida social influenciam o modo como as pessoas formam suas concepções, moldam seu pensamento e raciocínio e, conseqüentemente, seu agir no mundo.

O uso autônomo da informação é mais que um preparo especializado do sujeito para lidar com a informação em diferentes contextos e suportes, mas diz respeito a um posicionamento proativo, conexo com o todo social e disposto a contribuir coletivamente. O sujeito autônomo consegue transcender a resolução de um problema apenas do seu ponto de vista, esforçando-se para a compreensão ampla da questão, desde a identificação de suas causas, das variáveis atuantes e das possibilidades resolutivas de ordem coletiva.

O crescimento exponencial da rede dificultou a proposta de um espaço livre de influências – no que se trata de autonomia – havendo uma crescente valorização do individualismo e dos interesses econômicos e políticos na esfera infocomunicacional e a renovação da função mediadora, aqui relacionada ao controle. Essa é uma constatação de Weissberg (2004), propícia na compreensão da dificuldade de uma participação autônoma no ciberespaço, o que direciona a discussão para um lugar distinto de uma visão da ambiência digital como sendo naturalmente democrática.

Para que haja a aproximação de uma participação autônoma e emancipada no ciberespaço, capaz de minimizar forças externas consideradas negativas, e identificar elementos de manipulação e de veracidade duvidosa, os sujeitos precisam desenvolver competências a critério das demandas informacionais emergentes, em um contínuo movimento de adaptação e inovação. A qualidade incerta da informação e a constante expansão de sua quantidade representam grandes desafios para a sociedade, pois os sujeitos necessitam de novas habilidades e aptidões. Neste sentido, os estudos sobre competência informacional se fazem indispensáveis.

A expressão “competência informacional” e outras semelhantes, como “competência em informação”, “competência digital”, “competência midiática” e “alfabetização digital”, entre outras, derivam da expressão central *information literacy*. De acordo com a American Library Association (ALA)⁹, *information literacy* é um conjunto de habilidades que requer dos indivíduos a capacidade de reconhecer quando a informação é necessária e ter a capacidade de localizá-la, avaliá-la e utilizá-la de forma eficaz. Ainda de acordo com

⁹ A American Library Association (ALA) é uma organização norte-americana que promove internacionalmente as bibliotecas e a educação literária. É a maior e mais antiga organização do gênero no mundo inteiro, com mais de 64.600 membros. Foi fundada em 1876 na Filadélfia e registrada em 1879 em Massachusetts. A sua sede está atualmente em Chicago. Disponível em: <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency>. Acesso em: 22 jul. 2018.

a ALA, a *information literacy* constitui a base para a aprendizagem ao longo da vida; é comum a todas as disciplinas, a todos os ambientes de aprendizagem e a todos os níveis de ensino.

A competência em informação permite que os sujeitos delimitem o conteúdo, aprofundem suas investigações e assumam conscientemente maior controle sobre sua própria aprendizagem. Um sujeito competente em informação, ainda segundo a ALA, é capaz de: determinar a extensão de informação necessária; acessar as informações demandadas de forma eficaz e eficiente; avaliar a informação e suas fontes criticamente; incorporar a informação selecionada em seus conhecimentos prévios; usar as informações de forma eficaz para realizar um propósito específico; e entender as questões econômicas, jurídicas e sociais que envolvem o acesso e o uso de informações de forma ética e legal.

A competência informacional tem relação com habilidades para as tecnologias de informação e comunicação, mas possui implicações mais amplas para o sujeito, para a educação e para a sociedade. Essas habilidades tornam os sujeitos aptos para usar as tecnologias, os *softwares*, os bancos de dados e assim por diante, para qualquer tipo de objetivo.

Assim, a competência informacional é o “[...] processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessárias à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica, de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida.” (DUDZIAK, 2001, p. 143); e, ainda, uma educação que auxilia o sujeito a “aprender a aprender”, a ser um pesquisador apto a identificar a informação relevante e a eliminar os ruídos (SILVA *et al.*, 2005).

Com relação ao conceito de competência midiática, Dudziak, Ferreira e Ferrari (2017) afirmam que este foi desenvolvido à parte do conceito de competência informacional. Os antigos estudos de

educação para mídia possivelmente deram vazão ao surgimento dessa nomenclatura, atualmente discutida em conjunto com a competência informacional. A entidade internacional que lidera tal discussão é a UNESCO, promovendo o debate multidisciplinar, organizando compilações de produções científicas (artigos, comunicações e relatórios) e eventos que geralmente culminam em declarações e diretrizes sobre a importância do desenvolvimento da competência informacional e midiática.

Em linhas gerais, o esforço teórico sobre as competências em informação, incluindo a midiática, tem sido exposto e sintetizado em formatos de *frameworks* e *standards* – documentos sistematizados que contêm modos de intervenção dos problemas levantados.

Elmborg (2012) questiona as possíveis restrições causadas pelo estabelecimento de documentos padrão na literatura da área (*frameworks*, *standards*, etc.), pois eles tendem a lidar com a competência em informação como um objeto de estudo delimitado, muito embora a questão crítica seja enfatizada em alguns pontos. Essa estabilidade conceitual dada à competência informacional gera descompasso com as constantes mudanças do cenário informacional, tornando tais documentos fadados à desatualização com relação às demandas emergentes.

O argumento principal para a utilização do termo “competência crítica em informação”, na visão de Elmborg (2012), está na negação do tratamento das competências (sejam quais forem) a partir de conceitos estáveis, defendendo, em contrapartida, uma visão menos operacionalizadora e mais aberta. Considerando a pluralidade e a mudança contínua das práticas informacionais, bem como as diferenças existentes entre os sujeitos e as culturas envolvidas, o termo “competência crítica em informação” parte da ideia de que, ao estandardizar um modelo do que é ser competente em informação, deixa-se em segunda instância as possibilidades de interferência dos

elementos envolvidos (cultura, classe social, necessidades informacionais e nível de escolaridade, entre outros), tendo o sujeito que se adequar aos critérios estabelecidos, em um senso de autonomia constante.

A crítica de Elmborg (2012) para essa cobrança por autonomia, se vista em relação a Morin (2003), é plausível, pois, os elementos que interferem no todo social são impossíveis de previsão, logo, apenas uma parcela seleta da sociedade teria acesso a se tornar um “sujeito competente em informação”. A problematização daquele autor aponta para um pensamento inclusivo, pautado na pedagogia freiriana¹⁰, tratando a informação sob a perspectiva do sujeito, e não o oposto, que sugere ao sujeito o que ele deve fazer para ser competente em informação. Além do mais, Elmborg (2012) recorda que o surgimento dos conceitos de competência tem sua primeira ligação com formas de funcionalidade e produtividade, que visam ao desenvolvimento econômico a partir da capacitação das pessoas, e este é o indício mais forte que remonta à urgência por ele dita em rever o papel da crítica perante tais habilidades requeridas dos sujeitos.

Obviamente que os trabalhos desenvolvidos sobre as competências diversas, em especial a “competência em informação” e “competência midiática”, que geraram os “modelos” criticados por Elmborg (2012), possuem inegável importância pelo fato de problematizarem fenômenos informacionais em seu pleno desenvolvimento, além de servirem como base para diversas outras questões, como a do acesso à informação. Ainda, é forçoso considerar que tais concepções foram e são amplamente utilizadas para a adequação de currículos acadêmicos em todos os níveis educacionais e para a prática de profissionais da informação, pois pontuam elementos essenciais para o uso da informação.

¹⁰ O educador, pedagogo e filósofo brasileiro Paulo Freire desenvolveu o movimento da pedagogia crítica, que se contrapõe a uma educação tecnicista; para o filósofo, a educação deve ser pensada a partir das problematizações sociais pertencentes aos sujeitos envolvidos no processo, sendo os mesmos responsáveis pela sua própria aprendizagem.

Para além das definições conceituais da competência em informação, destaca-se que um dos elementos mais importantes no exercício de um pensamento crítico é o estado de dúvida (BEZERRA; SCHENEIDER; BRISOLA, 2017), pois, a partir da dúvida, desencadeiam-se as necessidades das buscas de fontes, possibilitando análises e discussões sobre determinada questão. Porém, identificar fontes e checar referências antes de atribuir credibilidade à informação tem se tornado uma árdua tarefa, mesmo para pessoas ditas competentes em informação. No caso das *fake news*, por exemplo, a informação falsa bem produzida possui uma rede de informações igualmente ilegítimas que a acompanha, como o uso de *sites* falaciosos, imagens construídas, autores e instituições de renome utilizados apenas para ludibriar o leitor, e assim por diante. Tudo está disponível para uma checagem superficial da informação ao clique do *mouse*, tomando como aliadas a urgência pela informação e a instantaneidade das discussões e questionamentos, pois, como bem alerta Bourdieu (1997), não se pode pensar na urgência.

A importância da competência crítica para tratar das *fake news* recai pontualmente sobre a seguinte questão: sujeitos competentes em informação, se analisados sob os critérios dispostos nos *frameworks* das competências em informação e midiática, nem sempre estão aptos para lidar com a formatação da informação falsa, sendo vítimas de manipulação, a despeito de suas habilidades até então consideradas suficientes.

Em síntese sobre os fundamentos teóricos que balizam a discussão sobre as *fake news* na área da Ciência da Informação, conclui-se que há um estado de abertura de novas possibilidades discursivas. Partindo-se do pressuposto de que a mutabilidade da informação no ciberespaço é um fator que tem dificultado a análise dos fenômenos informacionais em curso, a discussão teórica sobre as competências informacionais não consegue aplacar as *fake news*

por duas questões básicas: o sujeito, mesmo considerado competente em informação, enfrenta o excesso informacional diante de sua própria confusão subjetiva entre os dados expostos e sua visão de mundo; e, em um grau acima, o desenvolvimento das competências informacionais tradicionais é previsto via espaços institucionalizados, acompanhado do ensino formal; logo, há um descompasso evidente entre o ensino regular das competências em informação e a ação dos sujeitos já imersos no ciberespaço, sem que haja previsão de como essa educação para a informação será concebida concomitantemente ao fenômeno em questão, sem que se considere o acesso obrigatório aos espaços formais de educação.

Sobre o aspecto prático

Com as facilidades da Web 3.0 e com a “autonomia” (MORIN, 2003) à disposição, os atores sociais podem experimentar a visibilidade desejada sobre suas próprias produções. A despeito dos problemas recorrentes da postura dos sujeitos neste contexto informacional, vale salientar alguns pontos positivos dessa revolução digital.

Em primeiro lugar, está em curso uma relativização do papel das mídias massivas tradicionais, as quais eram majoritariamente responsáveis pela seleção de conteúdo informativo/noticioso, e que agora, por muitas vezes, são ineficazes para apresentar “em primeira mão” a informação, além de terem seu ponto de vista criticado e ressignificado com mais constância e em menos tempo. Isto é um ganho social pelo fato de descentralizar as fontes de informação, não estando estas sob a guarda total de nenhum canal de comunicação ou de algum suporte informacional específico.

Tais fatores têm gerado um ambiente propício para as mobilizações, sejam elas de cunho político-social ou apenas de entretenimento. O ciberespaço reserva lugar a praticamente tudo: dos movimentos ativistas aos apelos de fãs de celebridades, das

críticas políticas aos memes¹¹, das informações científicas às anedotas fantasiosas ou, ainda, da informação à contrainformação.

As *fake news* encontram à disposição um cenário profícuo: uma estrutura tecnológica suficientemente desenvolvida e usuários dispostos a participar ativamente das práticas informacionais, pois se sentem preparados para se posicionar sobre qualquer tema, visto que qualquer assunto possui explicação e uma síntese pronta para o uso. O fato é que as notícias falsas são motivadas por emoções, crenças, teses simpáticas e convicções pessoais de qualquer espécie. Estas motivações são fundamentadas na cultura própria de cada sociedade, as quais passam por uma rápida avaliação lógica dos sujeitos, dados as suas experiências prévias e seu contexto particular e coletivo.

Grande parte das *fake news* é de fácil identificação por seu teor bizarro, controverso, mal elaborado e sem critérios mínimos de validação, como os argumentos de autoridades (especialistas, universidades, pesquisas, etc.), provas aparentemente concretas (fotos, vídeos, documentos, entre outros) e a indicação de fontes (*sites*, textos, autores, etc.). O problema, porém, encontra-se justamente nas notícias que atendem a todos os critérios mínimos de confiabilidade que se indica checar, sendo ainda adicionados os itens de popularidade do tema e de adequação ao contexto social. A seguir, com a Ilustração 1, tem-se um exemplo de como as *fake news* costumam ser formatadas.

¹¹ Os memes podem ser ideias ou partes de ideias, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida como unidade autônoma.

Ilustração 1 – Exemplo de construção de uma notícia falsa

STJ autoriza cancelamento de CNH em caso de IPVA atrasado. - ASSINE A PETIÇÃO...
www.odetitive.com

Na verdade, a tacada foi ainda pior do que possa parecer. Confira:

1 O STJ autorizou o cancelamento definitivo da CNH de quem estiver com IPVA atrasado ou com nome no SPC e SERASA.

A partir de hoje, quem tiver com IPVA de veículo atrasado ou com nome cadastrado no SPC ou SERASA, terá a CNH automaticamente cancelada. A medida foi aprovada nesta semana pelo STJ.

2 Entenda como funciona:

- SPC ou SERASA dívida até 2 mil reais - CNH suspensa automaticamente por 12 meses.
- SPC ou SERASA dívida acima de 2 mil reais - CNH suspensa por 24 meses e multa.
- IPVA atrasado acima de 3 meses - Cancelamento definitivo da CNH e multa de R\$2.934,70.

3 Em caso de cancelamento da CNH, o indivíduo terá que refazer todo o processo de exames, provas teóricas e físicas e teste psicológico.

Advogados criaram uma petição contra essa autorização, a petição precisa de 500 mil assinaturas para que a proposta seja enviada ao congresso.

4 Se você enviar para 10 contatos ou 3 grupos, e essas pessoas fizerem o mesmo, logo teremos o número de assinaturas suficiente.

<http://www.odetitive.com/2018/06/stj-autoriza-cancelamento-de-cnh-em.html?m=1>

14:24

www.odetitive.com/2018/06/stj-...

O DETETIVE
A verdade é nosso objetivo, imparcialidade é nosso lema!

Fonte: Oliveira e Souza (2018).

Tendo como exemplo a notícia acima disseminada no aplicativo mensageiro Whatsapp, identificam-se elementos comumente presentes na formatação da notícia falsa, com o intuito de parecer legítima:

- 1 - Utilização de argumento de autoridade, visto o poder do órgão público citado, o Superior Tribunal de Justiça; porém, não há *link* que direcione para a fonte primária da informação; assim, a checagem de dados é dificultada.
- 2 - A síntese preparada da referida medida do STJ é um item essencial dada a urgência da informação em

contextos das redes sociais, pois, assim, descarta-se a necessidade de ler a medida na íntegra; logo, o estado de dúvida é dispensado, não passando o sujeito para a etapa da crítica profunda.

3 - Informação de impacto e de forte apelo social, que desencadeia emoções semelhantes (revolta, medo, etc.) e que por isto tende a ganhar adeptos a tal tese; quanto mais adequada à cultura, ao contexto ou à situação, mais fácil se torna gerar empatia com o público, facilitando a crença na informação.

4 - É feita uma chamada para a multiplicação da informação, a partir da ideia de participação cidadã e de compromisso com temas que envolvem a sociedade; as pessoas se sentem partícipes importantes do ciberespaço, e com seus próprios poderes de produção, os quais julgam autônomos, aderem com facilidade às propostas sugeridas, como as petições *on-line*. Verdadeiramente, os *links* levam para páginas com outros fins além das falsas mobilizações, a saber, a publicidade de produtos e serviços.

5 - *Link* para a fonte, fator este amplamente requisitado para conferir legitimidade à informação; todavia, as fontes também podem ser falsas, em um simulacro de legalidade. Algumas fontes falsas usadas como referência são muito semelhantes a fontes consideradas de credibilidade.

Do ponto de vista jurídico, não há uma legislação específica para se tratar de *fake news* no Brasil. Os crimes cometidos a partir da disseminação de notícias falsas é que são passíveis de apuração – injúria, difamação, estelionato, racismo, etc. – as questões relativas à elaboração e disseminação de conteúdos inverídicos, ainda não.

A regulação formal existente que trata da Internet é o Marco Civil da Internet no Brasil, expresso na Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no país, além de lançar diretrizes para a atuação governamental sobre o assunto. A referida lei trata de questões técnicas

sobre a Internet (servidores e suas responsabilidades, neutralidade da rede, proteção aos registros, entre outros), e também aborda os direitos e garantias dos usuários, bem como a atuação esperada pelos cidadãos e pelos poderes públicos diante desse contexto.

O Marco Civil da Internet não conseguiu prever a problemática da disseminação de notícias falsas, mais uma prova do quanto o fenômeno é recente e se fixou de forma inesperada. No entanto, já são públicas as manifestações de projetos de lei no Congresso Nacional brasileiro (consulta realizada no portal do Senado Federal) que visam tratar especificamente das *fake news*, todavia ainda sem aprovação. Avalia-se que tais projetos devem contemplar a preocupação para além da disseminação da notícia em si, centrada em um usuário qualquer, mas das grandes organizações responsáveis pelo disparo de mensagens automáticas via robôs virtuais, bem como a inserção do tema de modo transversal em diversas políticas públicas.

Ainda sobre o Marco Civil, a lei explicita que o uso da Internet no Brasil tem como fundamento a liberdade de expressão, bem como “os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais” (Lei nº 12.965, Cap. I, art. 2º, inciso II); a Internet no Brasil tem por objetivo, entre outros, a promoção “do acesso à informação, ao conhecimento e a participação na vida cultural e na condução de assuntos públicos” (Lei nº 12.965, Cap. I, art. 4º, inciso II). Porém, não são contempladas as questões impeditivas a tais objetivos, sendo a propagação de notícias falsas uma grande oponente à conquista de um elemento essencial a toda e qualquer ação de desenvolvimento humano e social: a verdade, pois no fundamento da mentira e da desinformação não há vazão para as transformações sociais necessárias ao debate público e ao exercício da cidadania.

Como sugere o Marco Civil, ao poder público cabem a criação e o desenvolvimento de programas, projetos e ações que promovam o uso da Internet, contemplando soluções operacionais,

técnicas e estruturais, bem como a oferta de meios de capacitação para a utilização da Internet de modo que esta se constitua num meio capaz de prestar um significativo contributo à promoção da cultura e da cidadania, atuando de forma expressiva e eficaz na prestação de serviços públicos (Lei nº 12.965, Cap. IV, art. 24, incisos VIII, IX e X). Em seguida, no art. 28, assinala-se que “o Estado deve, periodicamente, formular e fomentar estudos, bem como fixar metas, estratégias, planos e cronogramas, referentes ao uso e desenvolvimento da internet no País”. Assim, espera-se que haja um movimento efetivo para que sejam estabelecidos mecanismos eficientes de combate às *fake news*.

De semelhante importância aos marcos legais, está a atuação das grandes corporações de informação, as empresas responsáveis pelos aplicativos mensageiros e as provedoras das redes sociais. O aplicativo Whatsapp, por exemplo, adotou as seguintes medidas: impossibilidade de enviar mensagens para todos os contatos de uma só vez, como forma de reduzir a rapidez de circulação de conteúdo que possivelmente tenha características de *spam*¹², além de sinalizar mensagens com a tarja “encaminhada” como forma de prevenir o destinatário de que o usuário remetente não foi o autor da informação repassada. Estas ações não conseguem barrar as notícias falsas, mas são iniciativas que sinalizam a preocupação com o tema por parte das empresas provedoras dos serviços, mesmo que possa ser derivada de uma preocupação mais econômica própria que social. Para além do Whatsapp, as *fake news* são fartamente encontradas nas redes sociais como Instagram¹³, Facebook¹⁴ e Twitter¹⁵. A integração entre as redes sociais e os aplicativos mensageiros permite o compartilhamento

¹² *Spam* é o termo usado para referir-se às informações enviadas que não foram solicitadas, geralmente enviadas para um grande número de pessoas.

¹³ Instagram é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais.

¹⁴ Facebook é uma rede social de compartilhamento de fotos, vídeos e textos entre seus usuários.

¹⁵ Twitter é uma rede social e um servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do *website* do serviço, por SMS e por *softwares* específicos de gerenciamento.

de mensagens de uma plataforma para outra, fator este de grande relevância no alastramento da notícia.

Outra tendência de enfrentamento às notícias falsas se dá via serviços de checagem de informação, provenientes das mais variadas iniciativas, as chamadas agências de *fact-checking*. A função dessas agências é checar, sob o ponto de vista da averiguação jornalística dos fatos, a procedência da notícia veiculada, atribuindo a ela “selos” que variam de acordo com a metodologia de análise adotada por cada agência.

O aprofundamento em tais metodologias de checagem é um caminho interessante para que se possa averiguar como estas ações podem operar em dois sentidos: o primeiro, mais pontual, barrando a circulação de notícias falsas, se a checagem for realizada com rapidez; o segundo, mais extenso, contínuo e lento, diz respeito à possibilidade de um aprendizado social coletivo, em que a metodologia de análise seja incorporada às práticas do sujeito informacional contemporâneo.

Em suma, do ponto de vista prático sobre o tratamento do fenômeno das *fake news*, também há uma urgência por reformulações e buscas incessantes de formas de contenção, prevenção e punições aos usuários, empresas e instituições. A possibilidade de que haja uma autorregulação entre as partes e o fenômeno estudado aparenta ser baixa, pois a circulação de notícias falaciosas alimenta um sistema intenso e lucrativo nos aspectos econômicos (visibilidade de conteúdos publicitários via *links* falsos, por exemplo), sociais (possibilidade de ascensão de manifestações, violência, desordenamento coletivo e desobediência civil com base em suposições) e políticos – este último nitidamente verificável com as últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos e no Brasil, em que se questiona o uso de robôs em disparos de notícias falsas nas redes.

Considerações finais

As *fake news* de caráter mais prejudiciais à sociedade são aquelas que passam pelo crivo da crítica superficial ou possuem

intermediadores ditos de confiança, seja pela posição social que ocupam ou por sua legitimidade naturalmente concebida pela maior parte da população, como as grandes empresas midiáticas.

O elemento-chave na propagação e no consentimento das narrativas falsas atuais é o comportamento do público: a indiferença (D'ANCONA, 2018). É mais conveniente compactuar com fatos de interesse pessoal do que fazer uso de um exaustivo exercício de busca de informação de fontes diversas, além da necessidade de estabelecimento de uma postura crítica analítica que permitiria chegar a fatos antagônicos e, talvez, à própria verdade.

Volta-se, então, à questão inicial do papel do sujeito informacional frente aos complexos desafios trazidos pelo excesso informacional em rede, refutando-se a ideia de que possa haver uma fonte de informação confiável em sua totalidade, e, menos ainda, mecanismos eficientes de checagem de informações, sejam eles automáticos ou com relação às competências informacionais dos usuários.

Inseridos em redes sociais, compartilhando modos de interação em comum, disponibilizando dados pessoais, gostos e posicionamentos políticos, fazendo uso dos recursos de imagem e áudio, retuitando, compreendendo e difundindo memes, satirizando e ironizando, e assim por diante, torna-se plenamente plausível a ideia de que o comportamento individual e coletivo em rede esteja em grande parte sendo útil à confusão e à perda do senso de realidade (D'ANCONA, 2018).

Assim, tanto do ponto de vista teórico quanto prático, as possibilidades resolutivas sobre o fenômeno encontram dificuldades de fixação e de atuação em decorrência de um número alto de variáveis problemáticas, que vão desde as questões técnicas do ciberespaço, até o emaranhado emocional, afetivo e intelectual (comumente pouco escolarizado) dos sujeitos que propagam as *fake news*, na certeza de serem verdades ou com propósitos escusos, individuais e antiéticos.

A discussão teórico-conceitual sobre as competências em informação frente às *fake news* se encontra num período crítico de atuação, pois, além de ser um fenômeno mutável, difícil de delimitações e projeções, tem impacto social direto, não havendo ainda tempo de maturação necessária para reflexões mais profundas e concisas.

Na prática, segue-se com a expectativa de medidas regulamentadoras mais eficazes a respeito da contenção dos danos causados pela disseminação das notícias falsas. O desafio de tais medidas é como regular a atuação no ciberespaço considerando o direito à preservação de dados e à privacidade do usuário, em outras palavras, pensa-se como é possível prover segurança em rede sem estabelecer algum tipo de controle e censura prejudiciais ao desenvolvimento democrático da informação em rede.

Compreender as distinções entre a sátira e a mentira, entre a ironia e a literalidade, entre o real e o criado não se constitui em simples tarefa quando existem emoções atuando, além de vozes de não especialistas que descobriram que podem ocupar exatamente o mesmo espaço de um. D'Ancona (2018, p. 60) é categórico ao afirmar que “[...] conspiramos, involuntariamente ou não, na desvalorização da verdade [...]” e esta afirmação é essencial para que não haja a particularização de culpados, mas que seja assumida uma responsabilidade coletiva em busca de uma estabilização do que se considera historicamente como o ideal de verdade.

Referências

BEZERRA, A. C. Vigilância e filtragem de conteúdo nas redes digitais: desafios para a competência crítica em informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 16., 2015, João Pessoa. *Anais [...]* João Pessoa: ANCIB, 2015 Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2716/1034>.

Acesso em: 05 jul. 2018.

BEZERRA, A. C.; SCHNEIDER, M.; BRISOLA, A. Pensamento reflexivo e gosto informacional: disposições para competência crítica em informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v.27, n. 1, p. 7-16, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/31114/17408>. Acesso em: 20 jul. 2018.

BOURDIEU, P. O estúdio e seus bastidores. In: BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. Cap. 1, p. 15-54.

BRASIL. Congresso Nacional. *Lei nº 12.965, de 23 de Abril de 2014*. Dispõe sobre princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24.4.2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm#art32. Acesso em: 09 dez. 2015.

D'ANCONA, M. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DUDZIAK, E. A. *Information literacy e o papel educacional das bibliotecas*. São Paulo. 2001. 187 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-30112004-151029/publico/Dudziak2.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2018.

DUDZIAK, E. A.; FERREIRA, S. M. S. P.; FERRARI, A. C. Competência informacional e midiática: uma revisão dos principais marcos políticos expressos por declarações e documentos. *Revista*

brasileira de Biblioteconomia e Documentação, São Paulo, v. 13, n. esp., p. 213-253, jan./jul. 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/675/577>. Acesso em: 10 abr. 2018.

ELMBORG, J. Critical information literacy: Definitions and challenges. In: WILKINSON, C. W.; BRUCH, C. (Orgs). *Transforming information literacy programs: Intersecting frontiers of self, library culture, and campus community*. Chicago, IL: Association of College and Research Libraries, 2012. Disponível em: http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=slis_pubs. Acesso em: 20 jun. 2018.

MORIN, E. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, F. M.; SILVA, J. M. (Orgs.). *Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura*. 3. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. p. 13-36.

OLIVEIRA, M. L. P.; SOUZA, E. D. A competência crítica em informação no contexto das fake news: os desafios do sujeito informacional no ciberespaço. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. *Anais [...]* Londrina: UEL, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102566>. Acesso em: 19 jun. 2019.

SILVA, H. *et al.* Inclusão digital e educação para a competência informacional: uma questão de ética e cidadania. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 34, n. 1, p. 28-36, 2005. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1099/1216>. Acesso em: 23 jun. 2018.

WEISSBERG, J. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, A. *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 113-141.

CAPÍTULO III

COMUNICAÇÃO POLÍTICA E DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO DE CAMPANHAS ONLINE NO FACEBOOK

Ronaldo Ferreira de Araújo
Sarah Rúbia de Oliveira Santos

Introdução

As tecnologias de informação introduziram meios diferenciados para a comunicação política. Na Internet, as redes sociais possibilitaram aos agentes políticos gerir suas campanhas eleitorais e comunicar sobre seus programas e suas agendas para todos aqueles que possuem acesso e têm interesse nas informações disponibilizadas.

O diferencial entre essas novas mídias e os meios de comunicação tradicionais é que presenciamos uma abertura maior de canais dialógicos nos quais políticos e agentes públicos podem receber respostas e *feedbacks* imediatos aos conteúdos publicados na plataforma, permitindo, assim, a verificação da maneira com que é recebida aquela informação, ampliando os efeitos da comunicação e participação política.

Para Canavilhas (2009, p. 2) o conceito de comunicação política tem evoluído ao longo dos tempos e extrapola os estudos das relações entre governos e cidadãos, uma vez que seu objeto progrediu para um campo mais vasto que inclui “tudo o que está relacionado com

o papel da comunicação na vida política”. Nesse contexto, nas palavras de Matos (2006, p. 61) a atualização dos estudos de comunicação política “privilegia, de forma evidente, as mensagens políticas, as políticas de comunicação governamental, as campanhas eleitorais e as mídias envolvidas neste processo (em especial a televisão, e mais tarde, a internet)”.

Ao refletirmos sobre a comunicação política na era da Internet podemos considerar que se reconhece que, direta ou indiretamente, os novos dispositivos como as redes digitais começaram a ter um papel importante no processo de comunicação política, porque empoderaram e dão voz aos cidadãos e promovem aproximação e maior contato com políticos (CANAVILHAS, 2009). E, tendo em vista a importância das redes sociais na Internet no contexto político no que se refere à participação e mobilização atualmente, o presente estudo pretende analisar a comunicação política e a disseminação da informação por parte dos candidatos à prefeitura da cidade de Maceió durante o pleito eleitoral de 2016 no Facebook.

Tais elementos em conjunto podem indicar o desempenho das campanhas e a performance dos candidatos e possibilitam, por exemplo, compreender as características das publicações que recebem mais ou menos atenção do público. Além disso, o comportamento informacional de cada candidato pode esclarecer por que uns recebem mais atenção *online* do que outros.

O capítulo procura retratar a disseminação da informação na comunicação política em campanhas *online* no Facebook, em seguida apresenta os métodos utilizados para a coleta e análise dos dados da pesquisa empírica, para então apresentar e discutir os resultados e discorrer sobre as considerações finais do estudo.

Disseminação da informação em campanhas *online* no Facebook

As mídias sociais como Twitter e Facebook introduziram novas formas de comunicação política, engajamento cívico e compar-

tilhamento da informação por atores sociais e gestores e agentes políticos. Os programas de partidos políticos, antes disseminados através dos meios tradicionais de comunicação, como o rádio e a televisão, ou por meio do *website* dos candidatos, ganham um novo alcance com o dinamismo dessas novas mídias.

De acordo com Aggio (2011, p. 2) “as campanhas superam as barreiras de seus websites e se lançam naqueles espaços online onde grande parte dos cidadãos que utiliza a internet constrói perfis, interage, produz e consome informações numa relação de envolvimento, compartilhamento e cooperação”.

O ciberespaço se apresenta como ambiente de participação e interação, que fornece os meios para trocas infocomunicacionais entre os diversos atores, inclusive os agentes políticos e seu eleitorado (ARAÚJO, 2014). Este espaço se tornou uma grande ágora eletrônica em que a “diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (CASTELLS, 2003, p. 115) e permite aos indivíduos debater sobre assuntos de interesse comunitário, expor suas opiniões e deliberar.

Para exemplificar a dimensão que os debates gerados no ciberespaço alcançam, Silva (2014) cita alguns movimentos que tiveram início nas mídias sociais ou que foram impulsionados por causa delas, a saber: o Movimento Passe Livre, em São Paulo; Fórum de Lutas Contra o Aumento da Passagem, no Rio de Janeiro; Primavera Árabe, sobretudo as insurreições populares na Tunísia e no Egito; nos Estados Unidos, o movimento Occupy; e, na Espanha, o #15M, organizado pelo movimento Democracia Real ¡YA!.

Dentre os vários dispositivos informacionais usados por um número cada vez mais crescente de usuários, o Facebook tem desempenhado importante papel na comunicação política em campanhas eleitorais e, também, na participação política dos cidadãos. De acordo com Silva (2014, p. 217) “a arquitetura dessa

mídia social permite um dinâmico intercâmbio dialógico entre emissores e receptores das mensagens”. Isto se dá, em grande parte, pelas ferramentas de ação informacional – curtir, comentar, compartilhar – que a mesma disponibiliza, além dos recursos de texto (*status*), audiovisuais (imagens e vídeos) e *links* que permitem uma comunicação mais dinâmica, característica própria das redes sociais.

Algumas pesquisas analisaram a comunicação política em mídias sociais como o Facebook em diversos contextos e por grupos distintos, seja por cidadãos e coletivos politicamente motivados, parlamentares, partidos políticos e por candidatos a cargos políticos em campanhas eleitorais, desde eleições municipais a presidenciais (ARAÚJO; SANTOS; BENTO, 2017; BARROS; BERNARDES; SATHLER, 2016; JOATHAN, 2017; MATOS; DOURADO; MESQUITA, 2017; PEREIRA, 2013; SILVA, 2014; SILVA; GONZALES, 2016).

Ao refletir sobre o papel das redes sociais como canais de mobilização e luta por democracia, Pereira (2013) confere atenção especial ao Facebook e analisa as páginas criadas por revolucionários durante a Primavera Árabe de 2011. Para a autora as páginas na rede foram “utilizadas como canais de articulação e mobilização de movimentos que levaram ao fim da ditadura egípcia” e as contribuições se deram em vários níveis, como: “facilitação da troca de mensagens, espaço para discussão de ideias, propostas de novas movimentações, visibilidade mundial ao movimento, apoio a movimentos similares em outros países, denúncia de torturas pela polícia”.

Silva e Gonzales (2016) analisam o uso do Facebook como campo de aprendizado e práticas políticas por jovens do Rio de Janeiro participantes do #OcupaAlemão. As autoras observaram que os jovens utilizam a rede para dar visibilidade às suas produções, além de trocar informações, organizar e mobilizar (novos) sujeitos para ocupar os espaços públicos.

Com um olhar sobre a apropriação que parlamentares fazem da mídia social, Barros, Bernardes e Sathler (2016) analisaram postagens no Facebook de lideranças da Câmara dos deputados e tiveram como foco de compreensão: a) o conteúdo disseminado (tema, objetivo, comentários do *post*, etc.); e b) o potencial interativo dialógico (número de compartilhamentos, curtidas, seguidores, respostas, etc.). Os autores concluem que, em suas publicações, os parlamentares seguem a lógica da política de visibilidade.

Silva (2014) analisou as páginas do Partido dos Trabalhadores, do Partido Socialismo e Liberdade e do Partido da Social Democracia Brasileira no Facebook procurando identificar alguns traços dos comportamentos apresentados pelos partidos na mídia social e os usuários da página durante o período das manifestações conhecidas como ‘as jornadas de junho de 2013’ no Brasil. O autor percebeu uma prevalência de padrão verticalizado de comunicação com vistas à disseminação de ideias e iniciativas dos partidos com um reforço de esquemas de percepção e de comportamentos políticos do mundo “físico”.

Na pesquisa de Araújo, Santos e Bento (2017) os autores propuseram uma categorização de publicações no Facebook e compreensão das interações na página do candidato à prefeitura de Maceió, Rui Palmeira. Os autores apontam que, embora haja um crescimento no uso da ferramenta, nem todas as funcionalidades da rede social são exploradas na disseminação da informação e estratégias de campanha.

No estudo de Joathan (2017) foi analisada a promoção de campanha negativa no Facebook pelos dois principais candidatos à Presidência do Brasil em 2014, Dilma Rousseff e Aécio Neves, comparando as estratégias de ambos nos períodos de pré-campanha e campanha eleitoral. O autor analisou as postagens publicadas nas páginas oficiais dos dois presidentiáveis tendo como foco de investigação informações com potencial de afetar negativamente

a imagem dos rivais. Já, no estudo de Matos, Dourado e Mesquita (2017) são analisadas as publicações da Presidente Dilma Rousseff no período do processo de *impeachment*, tanto no Facebook como no Twitter. De acordo com os autores, prevalece no Facebook a estratégia de fortalecer a figura da Presidente através de um tom ideológico, emocional e opinativo em suas postagens.

Como se observa, a prática de disseminação da informação para fins de comunicação política no Facebook tem sido objeto de estudo de algumas pesquisas em diferentes perspectivas, tendo em comum a compreensão da apropriação que cidadãos e agentes políticos fazem desse dispositivo informacional, sendo descritos por investigações desde características do conteúdo publicado, em si, até os processos dialógicos que decorrem dessas publicações.

Material e método

Trata-se de um estudo quantitativo e qualitativo com abordagem exploratória e descritiva. O ambiente de pesquisa é o Facebook. Foi criado por Mark Zuckerberg em 2004 e, atualmente, é uma das redes sociais mais utilizadas no mundo. Zuckerberg (2017), em sua própria página no Facebook, estima que o número de usuários da rede social é de 1,9 bilhão em todo o mundo, tendo 1,2 bilhão de usuários ativos todos os dias. Destes, aproximadamente 99 milhões são brasileiros. Isto equivale a dizer que, a cada dez brasileiros, oito utilizam a rede social (COSSETTI, 2016).

Para a coleta de dados utilizou-se o Netlytic¹⁶, instrumento *online* para análise de redes sociais e texto, que possibilita a coleta de publicações e análise de dados de mídias sociais. Segundo Gruzdt *et al.* (2017), a Netlytic foi criada por pesquisadores para pesquisadores, com *design* intuitivo que dispensa conhecimentos prévios em programação, possibilitando a coleta automática de dados em redes

¹⁶ Sistema de monitoramento e análise de redes sociais. Mais informações em: <https://netlytic.org/>.

sociais e a criação de resumo desses dados com base em planilhas, análise textual e de rede.

Quadro 1. Categorias para a análise do desempenho de agentes políticos

Categorias Analíticas	Descrição
Agenda do candidato	Atividades em que o candidato participou, está participando ou participará.
Agradecimento/Cumprimento	Mensagens que expressam gratidão ou cumprimento a terceiros.
Apoio a terceiros	Demonstração de apoio a agentes políticos (e outros).
Campanha negativa	Crítica/Ataques a adversários (e outros).
Divulgação de material de campanha	Mensagens em tom de propaganda ou <i>marketing</i> .
Mobilização	Convocação para passeatas, carreatas, caminhadas, etc.
Pedido de voto	Costuma acontecer quando se aproxima o dia das eleições, o candidato evidencia o pedido “dia tal vote 45” ou “vote em mim”.
Postagem de cunho pessoal	Reflexões, foto de família, amigos, publicação de <i>status</i> de algo que esteja fazendo, lendo livro, ouvindo música, etc.
Proposta	Mensagens sobre o que o candidato pretende realizar caso eleito.
Realizações	Feitos da vida política pregressa.
Sondagem de opinião	Pesquisas de opinião sobre temas variados ou de intenção de voto.
Outros	Mensagens que não se enquadram nas categorias supracitadas.

Fonte: Araújo, Santos e Bento (2017).

Foram analisados os cinco principais candidatos à prefeitura de Maceió: Cícero Almeida do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Gustavo Pessoa do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), JHC do Partido Socialista Brasileiro (PSB), Paulão do Partido dos Trabalhadores (PT) e Rui Palmeira Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), no primeiro turno, e, no segundo turno, Cícero Almeida e Rui Palmeira. O período de coleta ocorreu entre 16 de agosto e 2 de outubro de 2016. As postagens coletadas nos referidos períodos foram analisadas a partir do emprego de categorias de acordo com os critérios (Quadro 1) elaborados por Araújo, Santos e Bento (2017).

O desempenho dos candidatos no Facebook é caracterizado pela visibilidade e engajamento na rede e a comunicação política é descrita pelo perfil de disseminação da informação quanto aos dias e horários de publicação; aos recursos informacionais utilizados (de texto, imagem, som e *link*); e à categorização das postagens.

Análise e discussão dos resultados

No período analisado, juntos os candidatos postaram 898 publicações no Facebook com desempenho diferenciado quanto ao número de seguidores (*fanbase*), postagens e interações recebidas em ações de curtidas (C1), comentários (C2) e compartilhamentos (C3), que podem ser vistos na Tabela 1.

As redes sociais, diferentes dos meios de comunicação tradicional, permitem melhor visualização do alcance que a campanha eleitoral obtém, uma vez que os dados ficam armazenados no ciberespaço e podem ser analisados ao longo do tempo. Segundo Ishida (2012, p. 142), “enquanto que, na televisão, temos apenas uma estimativa do alcance de espectadores atingido, nas mídias sociais temos, além dessa mesma métrica, indicadores qualitativos como termômetro de receptividade e crescimento de fãs da campanha”. A

visibilidade, vista como um índice de audiência, representa o alcance das publicações e no Facebook é calculada pela soma do número de fãs, ou seja, de usuários que curtiram a página. No total a soma desse índice no desempenho dos candidatos é de 205.731 seguidores atingidos. Rui Palmeira (PSDB) atingiu o maior número, com 91.337 seguidores, se distanciando de JHC (PSB) e Cícero Almeida (PMDB), com 49.085 e 45.149, respectivamente.

Tabela 1. Desempenho dos candidatos à Prefeitura de Maceió nas eleições de 2016 no Facebook

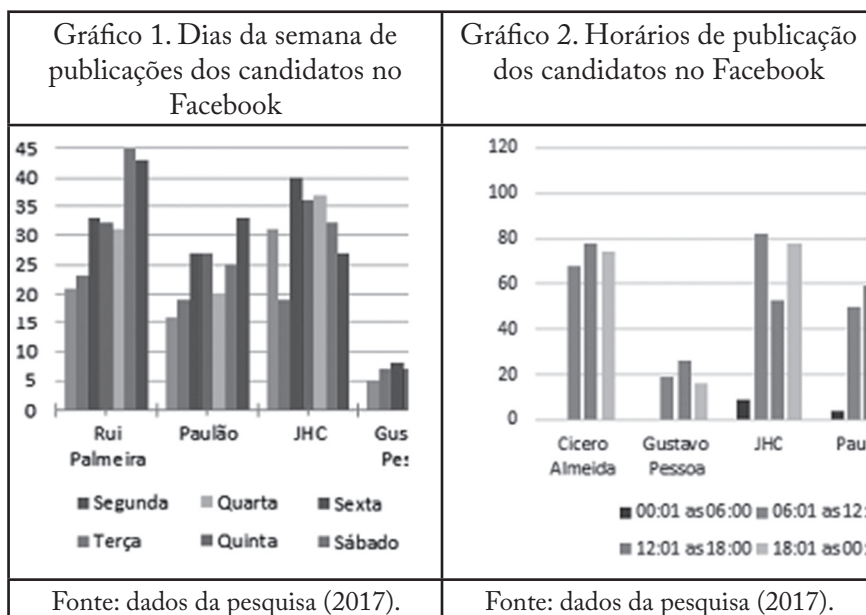
Candidato	Partido	Fanbase	Número de Postagens	C1	C2	C3	Total de Interações
Cícero Almeida	PMDB	45.149	220	79.820	3.243	2.936	85.999
Gustavo Pessoa	PSOL	4.444	61	11.312	560	2.889	14.761
JHC	PSB	49.085	222	75.501	5.671	8.683	89.855
Paulão	PT	15.716	167	21.225	593	2.147	23.965
Rui Palmeira	PSDB	91.337	228	121.530	5.476	5.930	132.936
Total	-	205.731	898	309.388	15.543	22.585	347.516

Fonte: dados da pesquisa (2017).

O indicador de engajamento, visto como a capacidade das publicações de atrair e mobilizar os usuários da rede, somou 347.516 interações. O desempenho desse indicador parece acompanhar o de visibilidade, tendo novamente o candidato Rui Palmeira (PSDB) em primeiro lugar, com 132.936 interações, seguido de JHC (PSB) com 89.855 e Cícero Almeida (PMDB), com 85.999 interações.

No geral a ação de “curtir” foi o tipo de engajamento mais evidente das interações recebidas por todos os candidatos e a grande responsável pelo valor atingido no total das interações, ao todo foram 309.388 curtidas, 15.543 comentários e 22.585 de

compartilhamentos. Para Recuero (2014) curtir e compartilhar têm o objetivo de legitimar o que está sendo dito, concordando ou assertindo. Costumam ser associados a uma ação positiva em relação ao conteúdo e mais expressiva por exigir menos esforço do usuário. Já a ação de “comentar”, por demandar maior comprometimento na possível conversação, costuma ser menos frequente.

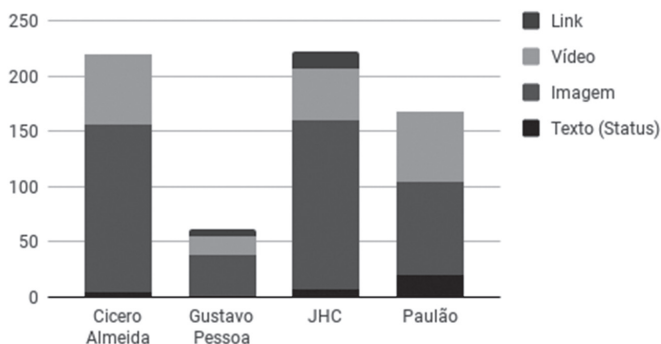


A determinação dos dias da semana e horários para disseminar informações também deve ser considerada nas estratégias de comunicação política geridas por candidatos e equipe nas campanhas *online* e sua análise pode contribuir para compreender se tal campanha acompanha os períodos de audiência de determinadas mídias sociais, considerando seus “horários nobres” para publicar conteúdos. Os dias da semana e os horários do dia utilizados pelos candidatos podem ser observados nos Gráficos 1 e 2, respectivamente.

No geral as publicações estão bem distribuídas nos dias da semana quando somadas (segunda = 139; terça = 146; quarta = 130; quinta = 140; sexta = 146), com pequena redução nos finais de semana (sábado = 97; domingo = 102), sem muitos destaques. Quanto aos horários do dia, observa-se que as postagens foram realizadas, principalmente, no horário da noite, das 18h01 a 00h (245) e da tarde, das 12h01 às 18h (214). Como Silva e Gonzalez (2016) apontam, embora pareça simples, existem horários específicos em que uma publicação pode ganhar mais atenção e receber mais engajamento. Os candidatos Cícero Almeida e Gustavo Pessoa, por exemplo, não realizaram nenhuma postagem no horário da madrugada e os outros candidatos que publicaram, publicaram poucas vezes. O candidato Rui Palmeira se destaca por publicar nos quatro horários, e por fazê-lo em grande quantidade nos horários da noite, tarde e manhã. O candidato JHC foi o que mais publicou no horário da manhã.

Os recursos informacionais utilizados (Gráfico 3) correspondem aos recursos que o Facebook disponibiliza para publicação de informações. O usuário pode utilizar unicamente o elemento textual (*status*), recorrer ao uso de *links*, postar vídeos e imagens para disseminar informação.

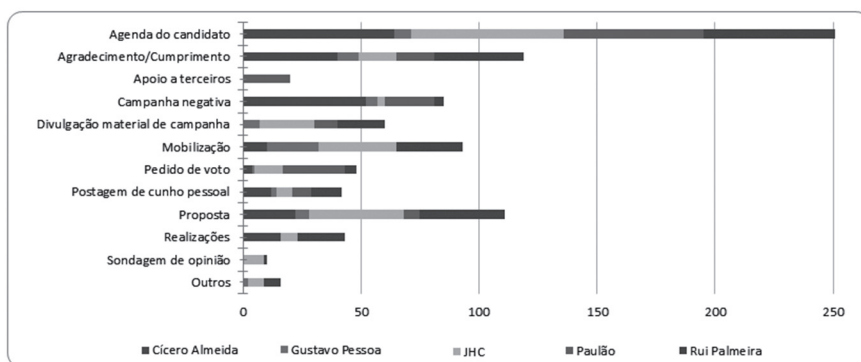
Gráfico 3. Recursos informacionais utilizados



Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Para Silva e Gonzales (2016) a importância do uso dos recursos audiovisuais está na sua capacidade de atrair a atenção do público e gerar engajamento. De acordo com Araújo, Santos e Bento (2017), ao considerar o aspecto dinâmico das redes sociais, nota-se que as publicações que possuem imagens agilizam o processo de comunicação. Ao analisar o gráfico, observa-se que os candidatos possuem esse entendimento e a maior parte das publicações são feitas com imagens ($n=568$). O resultado é similar ao estudo de Penteadó, Souza e Fiacadori (2017), em que analisam as campanhas eleitorais *online* na Espanha. Em geral, as imagens em ambos os casos são cartazes da campanha.

Gráfico 4. Categorização das publicações dos candidatos



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em seguida, aparecem as publicações com vídeos ($n=256$). A estratégia dos candidatos é a de divulgar os vídeos da campanha que aparecem no Horário Eleitoral Gratuito, complementando-os com vídeos de falas em entrevistas e debates. Os recursos de *links* ($n=35$) e textos ($n=39$) são subutilizados pelos candidatos. Penteadó, Souza e Fiacadori (2017) apontam que o uso de textos e *links*, no caso dos espanhóis, é mais de 10 vezes menor que o uso de imagens, embora seja

um recurso utilizado e que atrai, ainda que em menor quantidade, a participação dos cidadãos. As publicações dos candidatos à prefeitura de Maceió no Facebook foram classificadas utilizando as categorias analíticas de Araújo, Santos e Bento (2017) e podem ser vistas no Gráfico 4.

As categorias expressam a estratégia de comunicação política nas ações de disseminação da informação realizadas pelos candidatos durante suas campanhas. A categoria mais utilizada por todos os candidatos, exceto Gustavo Pessoa, foi a de Agenda do Candidato, com 251 publicações ao todo. Logo em seguida, está a categoria de Agradecimento/Cumprimento com 119 postagens. A terceira categoria mais utilizada foi a de Propostas, com 111 publicações. As categorias de Campanha Negativa, Mobilização, Divulgação de Material de Campanha tiveram, respectivamente, 93, 85 e 60 publicações. E, por fim, as categorias menos utilizadas foram: Pedido de Voto (48), Realizações (43), Postagens de Cunho Pessoal (42), Apoio a Terceiros (20), Outros (16) e Sondagem de Opinião (10).

Araújo e Pereira (2013), ao analisar as publicações dos candidatos à prefeitura de Maceió no ano de 2012 no Twitter, apontam que as categorias de Mobilização, Agradecimento/Cumprimento e Agenda do Candidato foram as mais utilizadas. Embora a análise seja em outra mídia social, os resultados dos autores se aproximam do observado em 2016, mantendo-se a Agenda do Candidato e o Agradecimento/Cumprimento entre as categorias mais utilizadas. As publicações de Mobilização, “na qual há registros de posicionamentos (favoráveis ou não) dos eleitores frente aos atos públicos”, (ARAÚJO; PEREIRA, 2013, p. 14), em comparação, sofreram uma queda.

De acordo com Araújo, Santos e Bento (2017) as postagens relacionadas a uma terceira pessoa ou aquelas que pressupunham a interação com o usuário possuem um menor número de publicações, a saber: Pedido de Voto, Campanha Negativa, Sondagem de Opinião

e Apoio a Terceiros, “evidenciando a verticalidade na comunicação”, característica contrária às possibilidades oferecidas pelas redes sociais. O comportamento do candidato Rui Palmeira, analisado pelos autores, se reflete em todos os outros candidatos ao pleito. O único candidato a utilizar a plataforma para expressar apoio a terceiros foi o candidato Paulão. Em contraponto, todos os outros políticos realizaram campanha negativa, ou seja, publicaram informações referentes a críticas ou ataque a candidatos adversários (AGGIO, 2011).

Considerações finais

O estudo procurou refletir sobre a disseminação da informação na comunicação política no Facebook e analisá-la por meio de uma pesquisa empírica que investigou o desempenho de em campanhas *online* de candidatos à prefeitura de Maceió nesta mídia social, nas eleições de 2016.

Pelos resultados encontrados na pesquisa, foi percebido um certo equilíbrio de postagens entre os dias da semana, com preferência pelo horário noturno, com uso acentuado de recursos de imagem. Os candidatos, se utilizando dos meios disponíveis pela mídia social analisada, tiveram a possibilidade de potencializar suas candidaturas ampliando a visibilidade de suas publicações pelo número de seguidores que arregimentaram, e pelo engajamento que envolveram por meio das interações.

Dentre as categorias voltadas diretamente para a campanha eleitoral (Agenda do Candidato, Divulgação de Material de Campanha, Propostas e Pedido de Voto), a disseminação da informação na forma de divulgação de agenda foi uma das menos utilizadas. Esse tipo de disseminação consiste na oferta de áudios, vídeos e imagens de atos de campanha, discursos, entrevistas concedidas, trechos ou íntegras de debates, matérias jornalísticas, mensagens para os eleitores (AGGIO, 2011) e representou a estratégia de comunicação política

mais recorrente. Esta ampla gama de elementos poderia ter sido mais bem apropriada pelos candidatos.

Considera-se que a Ciência da Informação tem muito a contribuir teórica e metodologicamente com a reflexão sobre a comunicação política nas redes sociais na Internet, uma vez que estas têm sido consideradas dispositivos informacionais cada vez mais utilizados em nossa sociedade, e protagonizam grande parte das ações de mediação da informação na Web social.

A análise da comunicação política durante o período eleitoral pode nos fornecer informações importantes sobre o perfil informacional dos candidatos, por exemplo, sobre como se dão a sua apropriação do ambiente, sua frequência de postagens, aceitação e adesão por parte do público às suas plataformas pelo número de seguidos e fãs, engajamento com o público por meio de interações, os tipos de publicações feitas, os recursos que são utilizados (audiovisuais ou de texto), dentre outros.

Referências

AGGIO, C. As campanhas políticas no Twitter: uma análise do padrão de comunicação política dos três principais candidatos à presidência do Brasil em 2010. *Compolítica*, v. 4, p. 1-24, 2011. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/AGGIO-Camilo.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2017.

ARAÚJO, R. F. Aspectos teórico-metodológicos para análise de campanhas eleitorais online no twitter: do mapeamento das redes às conversações. *Liinc em Revista*, v. 10, n. 2, p. 703-725, 2014. Disponível em: <http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/>

view/716%5Cn<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/716>. Acesso em: 07 mar., 2017.

ARAÚJO, R. F. DE; PEREIRA, B. C. O twitter como ferramenta de mediação cívica: interatividade e conversação nas eleições municipais de Maceió. *Compolitica*, p. 1–20, 2013. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT04-Internet-e-politica-RonaldoFerreiraDeAraujo.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2017.

ARAÚJO, R. F.; SANTOS, S. R. O.; BENTO, J. M. Mediação da informação e comunicação política no Facebook: desempenho do candidato Rui Palmeira à Prefeitura de Maceió em 2016. *AtoZ*, v. 6, n. 1, p. 17–25, 26 out. 2017. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/54543>. Acesso em 13 jan., 2018.

BARROS, A. T. DE; BERNARDES, C. B.; SATHLER, M. R. Faces partidárias na esfera virtual: a atuação política das lideranças da Câmara dos Deputados no Facebook. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA, 10., 2016, Belo Horizonte. *Anais [...]* ABCP, Belo Horizonte, 2016.

CANAVILHAS, J. A Comunicação Política na Era da Internet. *BOCC Labcom*, 2009, Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/686>. Acesso em 22 dez. 2017.

CASTELLS, M. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

COSSETTI, M. C. Facebook revela dados do Brasil na CPBR9 e WhatsApp vira ZapZap. *TechTudo*. 2016. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/01/facebook-revela-dados-do-brasil-na-cpbr9-e-whatsapp-vira-zapzap.html>. Acesso em: 06 jan. 2018.

GRUZD, A. *et al.* *Netlytic*. Disponível em: <https://netlytic.org/>. Acesso em: 19 set. 2017.

JOATHAN, Í. Ataques online: uma análise das estratégias de campanha negativa antes e durante a campanha presidencial de 2014 no Facebook. *Compolitica*, v. 1, n. 1, p. 73, 28 jun. 2017. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/112>. Acesso em: 21 nov. 2017.

MATOS, E.; DOURADO, T.; MESQUITA, P. Dilma Rousseff no Impeachment: Uma análise das estratégias de comunicação política nas redes sociais digitais. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 7., 2017, Porto Alegre. *Anais [...]* Porto Alegre: FABICO/UFRGS, 2017. Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2017/06/MatosDouradoMesquita_DILMANOIMPEACHMENT.pdf. Acesso em: 21 nov. 2017.

MATOS, H. H. G. Comunicação Política e Comunicação Pública. *Revista Organicom*, v.3, n.4, 2006. Disponível em: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/55>. Acesso em 13 set., 2017.

PENTEADO, C. L. DE C.; SOUZA, P. R. E. DE; FIACADORI, G. Um estudo sobre a campanha eleitoral no Facebook do Unidos Podemos nas eleições gerais espanholas de 2016. *In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA*, 7., 2017, Porto Alegre. *Anais [...]* Porto Alegre: FABICO/UFRGS, 2017. Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2017/05/PENTEADO-SOUZA-FIACADORI_UM-ESTUDO-SOBRE-A-CAMPANHA-ELEITORAL-NO-FACEBOOK-DO-UNIDOS.pdf. Acesso em: 21 nov. 2017.

PEREIRA, C. L. S. Redes sociais como palco da participação política no Egito. *In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 9., 2013, Ouro Preto. *Anais [...]* Ouro Preto: UFOP, 2013. Disponível: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/redes-sociais-como-palco-da-participacao-politica-no-egito>. Acesso em: 06 jan. 2018.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Verso e Reverso*, v. 28, n. 68, p.114-124, maio/ago., 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/ver.2014.28.68.06>. Acesso em 14 ago., 2017.

SILVA, A. P.; GONZALES, W. Facebook e participação política: o que dizem os jovens do #OcupaAlemão. *Horizontes*, v. 34, n. 1, p. 159–172, 2016. Disponível em: <https://revistahorizontes.usf.edu.br/horizontes/article/view/337>. Acesso em: 01 fev. 2018.

SILVA, R. B. Mídias sociais e política: os partidos no Facebook. *Alceu*, v. 14, n. 28, p. 202–223, 2014. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu28-202223.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2017.

ISHIDA, G. Convergências. In: SILVA, T.; STABILE, M. (orgs.). *Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações*. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 139-143.

ZUCKERBERG, M. *Facebook community update*. 2017. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10103472646530311&set=a.529237706231.2034669.4&type=3&permPage=1>. Acesso em: 31 out. 2017.

CAPÍTULO IV

INTERAÇÕES EM VIDEOCLIPES COM MENSAGEM SOCIAL NO YOUTUBE: UMA ANÁLISE DO VMA MTV 2015

Ronaldo Ferreira de Araujo

Victor de Almeida Pires

Bruno Felipe de Melo Silva

Introdução

A música é uma expressão artística cultural de fundamental importância para a sociedade. Dentre as inúmeras funções que ela possui podemos destacar seus valores culturais e sociais de expressão emocional, entretenimento, representação simbólica, bem como suas funções de posicionamento frente às normas sociais (de conformidade ou não), de validação das instituições e dos ritos religiosos, de contribuição para a comunidade e estabilidade da cultura e de integração da sociedade (CRUVINEL, 2003).

Esses valores e funções conferem à música o *status* de veículo comunicacional capaz de disseminar ideias, transferir informações e alcançar todos os grupos sociais, independentemente de faixa etária, sexo, classe social, etnia ou religião. O videoclipe, como obra de arte e produto de massa, promove, a partir de uma experiência visual e narrativa, uma amplitude imagética à música no âmbito da indústria fonográfica e do entretenimento (HOLZBACH, 2014).

Além de se consolidar como elemento importante na construção da identidade de artistas, bandas e gêneros musicais, o videoclipe, no contexto da Web social, potencializa os efeitos da música na sociedade contemporânea e mídias sociais, e plataformas como YouTube, Vimeo e Daily Motion potencializam a formação de redes sociais e podem ser compreendidas como dispositivos infocomunicacionais (JEANNERET, 2015), uma vez que se constituem em ricos ambientes para análise e compreensão dos múltiplos atores e suas ações de informação (ARAÚJO, 2014) que são percebidas desde a disponibilização do videoclipe, ao seu acesso e às interações geradas a partir deste.

Os estudos cibernéticos, por sua vez, são os mais adequados para esse tipo de análise, já que se dedicam a aplicações matemáticas e estatísticas no ciberespaço, quanto ao fluxo ou atividades relacionadas às informações, aferindo a medição quantitativa da criação e utilização de conteúdos Web, tendo em vista seus aspectos conversacionais e de interatividade (ARAÚJO, 2015a), se constituindo em métodos promissores para a coleta e produção de indicadores para estudos de mediação da informação na Web social.

Frith (1996) analisa as práticas valorativas como fruto de nossa relação “ordinária” com a música, entendendo um julgamento ou debate em sala de aula ou uma conversa de bar como exercícios de valor sobre determinada atividade ou produto musical. Mais do que uma análise sobre o valor, Frith propõe se pensar a cultura do fã, do consumidor dedicado, pensando esses agentes como protagonistas dos processos de consumo e, principalmente, circulação.

Um dos pontos centrais da ideia de Frith é que, para se compreender a música popular massiva em suas mais distintas expressões, é preciso discutir as tensões econômicas e criativas inseridas nas estratégias e nos produtos midiáticos. As discussões acerca de autonomia, valor artístico e cultural, propostas pelo autor,

giram em torno de temas ligados à estética, sociologia e economia da comunicação (JANOTTI JR, 2011).

Isso tudo se dá porque a música tem um significado maior que vai além do texto musical em si. Para Frith (1996), o mero ato de conversar sobre produtos musicais faz parte da cultura popular e parte do prazer da mesma cultura popular é falar sobre ela, discutir através de argumentos de valor baseados em evidências e persuasão. Ainda segundo o autor, esses julgamentos culturais sobre o que merece ou não ser valorizado não são subjetivos, eles servem para forjar uma personalidade. A maneira de como queremos ser vistos por nossos semelhantes.

Sendo assim, consideramos que a análise cibernétrica da circulação informacional/musical na Internet pode ser uma possibilidade para se pensar a construção desses significados sociais que os produtos midiáticos têm em contextos de redes sociais. Além disso, como esses dados podem nos mostrar importantes contextos sobre o consumo musical na Internet.

O presente estudo tem por objetivo investigar a repercussão de músicas com mensagens sociais na Web social, mais especificamente de videoclipes disponibilizados em plataformas *online*, buscando compreender qual a sua representatividade em termos de temas sociais que discutem e ações de informação de interação que mobilizam.

Música em circulação nas redes sociotécnicas: incursos sobre o videoclipe pós-MTV

Pensar em videoclipes é também pensar na evolução da indústria da música e suas práticas produtivas desde os anos 1980. A própria evolução do formato traz em seu histórico uma série de desdobramentos interessantes para se analisar a evolução e convergência midiática, aliadas a interesses produtivos e econômicos de músicos, produtores e diretores, bem como interesses afetivos e culturais, se formos analisar o impacto e influência nos fãs, por exemplo.

Neste contexto de transformações, temos interesse em pensar, assim como aponta Sá (2017), em uma mudança sensível que tem ocorrido nas maneiras de produzir, consumir e fazer circular videocliques após a popularização das plataformas digitais de armazenamento, como o YouTube, e das possibilidades de compartilhamento desses produtos nas redes sociais.

Essas mudanças são fundamentais para se refletir o videoclipe contemporâneo, pois, o momento histórico de desenvolvimento das tecnologias digitais, que possibilitaram uma nova relação produto/usuário, coincidem com o declínio de popularidade e crise da MTV, emissora que popularizou e criou as bases fundadoras de como entendemos o formato em suas dimensões econômicas e culturais.

As implicações dessas reconfigurações ainda nos desafiam analiticamente. Contudo, podemos apostar em impactos importantes em um sistema midiático que se consolidou, a partir dos anos 70, com base num modelo altamente centralizado, com forte predominância da televisão aberta como fonte principal da informação [...]. (SÁ, 2017, p. 07).

De acordo com Sá (2007), o modelo de comunicação da cultura digital, em especial o propiciado pelas redes sociais na internet, contrasta com o modelo anterior na medida em que a produção, a distribuição e a curadoria de conteúdo são conduzidas pela própria audiência. Para a autora,

Modelo no qual o YouTube se torna um ator central, uma vez que a plataforma ganhou visibilidade não por produzir conteúdo próprio, mas sim por tornar-se um repositório de vídeos de todas as origens – desde grandes conglomerados midiáticos até produtores amadores, com base nos princípios da cultura participativa. (SÁ, 2017, p. 07).

Compreender o desenvolvimento de plataformas como o YouTube é atentar para materialidades do consumo da música no contexto da comunicação digital. Criado em 2005, com o intuito de ser uma plataforma para compartilhamento de vídeos na Internet, o site atinge escala planetária a partir de 2007, quando é incorporado pelo Google e expande sua atuação para novos territórios. “Nos anos seguintes, o YouTube consolidou seu lugar como principal mediador do consumo de vídeos em escala global. E ao mesmo tempo, iniciou uma trajetória que recolocou o videoclipe no centro da experiência de fruição musical”. (SÁ, 2017, p. 07).

O nosso interesse, frente a essa realidade, não é uma análise culturalista dos videoclipes que fazem parte do *corpus* – nesse sentido podemos indicar o trabalho de Soares (2012) e Sá (2017) como ótimos guias para discussões sobre estética do videoclipe e significações desses produtos no contexto das redes sociais. Mas gostaríamos de focar em um segmento pouco explorado pela pesquisa musical na área de Comunicação e Informação e tentar entender as interações virtuais a partir desses produtos midiáticos.

No tocante a circulação, por sua vez, cabe destacar novamente o papel dos usuários, em um conjunto de ações. Primeiramente, buscando vídeos e compartilhando-os em redes sociais diversas. Em segundo, interagindo com as ferramentas das plataformas, tais como a contagem das visualizações no YouTube, a avaliação (curtir ou não), os comentários em torno do vídeo e o uso de hashtags para “enquadrá-los”, além da produção de conteúdo que dialoga com o vídeo – na forma de paródia, memes, textos, etc. Para tanto, a materialidade desse ambiente – tais como os mecanismos públicos de contagem de views e as facilidades de compartilhamento são fundamentais. (SÁ, 2017, p. 09).

Trata-se de uma questão interessante, pois começamos a entender novos agenciamentos que têm sido negligenciados na pesquisa sobre os videocliques em seus contextos contemporâneos. A nossa investida aqui entra numa perspectiva de se conceber e mensurar o consumo musical no seu contexto virtual, mas sem entender dicotomias entre as relações musicais *on-line* e *off-line*.

Assim, consumir música não é uma dicotomia entre os consumos de shows ao vivo, de música em suportes físicos e circulação de músicas digitalizadas. Consumir música nos dias de hoje é estar conectado a uma rede cultural que une o usuário que baixa álbuns de seus artistas favoritos na internet, o fã que vai aos shows de música de artistas da sua cidade, o jovem que, influenciado por seus ídolos, decide iniciar a prática de determinado instrumento musical, o músico que grava um disco inteiro em casa fazendo o uso de um computador, um grupo de amigos que monta uma banda, produtores culturais locais que promovem shows e amigos que se reúnem para conversar sobre suas bandas e álbuns favoritos. Enfim todas essas ações colaboram para que a música se afirme como um produto de forte presença em diferentes espaços do mundo atual. (JANOTTI JR; PIRES, 2011, p. 09).

Seguindo nessa direção, podemos também refletir tais questões em paralelo com as ideias de midiaticização, assim como propostas por Braga (2007), para pensar características dessas transformações midiáticas e das próprias culturas contemporâneas. Neste caso, a midiaticização não pressupõe mais uma separação entre atores e meios.

Na sociedade em midiaticização tudo “vem misturado” em um ambiente de cotidianidade e de situações banais. Tanto no nível da percepção criadora como no que se refere aos processos descritivos de eventuais

experiências estéticas, não há distinções fortemente preestabelecidas. Reduzido o grau de foco e de atenção, o processo se modifica. A questão que se coloca aqui não é desvalorizar essa situação por contraste a um envolvimento intencionalmente preocupado com questões estéticas. Trata-se diversamente de se perguntar sobre as modificações que tal situação faz incidir sobre a experiência estética. (BRAGA, 2010, p. 77).

Como podemos perceber, é visível que os processos midiáticos, o videoclipe é um exemplo deles, têm se tornado cada vez mais complexos, a ponto de não podermos mais pensar, como apontado por Braga (2010), em separações estanques entre os processos midiáticos e transformações culturais. Cada vez mais imbricados, ambos os processos passam a exercer uma influência maior um sobre o outro.

Por todas essas razões, propomos que o videoclipe que circula no YouTube é um ator enredado numa rede afetiva e sócio-técnica distinta daquela do videoclipe da Era MTV, definido pela indústria musical primordialmente como um produto desenvolvido para divulgar uma canção gravada previamente. Trata-se, pois, conforme observa Montano, de um ambiente “que tende a favorecer as relações entre dispositivos, usuários, vídeos e web” [...] e na qual “toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras”. (SÁ, 2017, p. 10).

Material e método

Estudar os processos humanos de interação pelo referencial das mídias e das redes sociais é uma tarefa complexa que exige diálogo entre as diferentes perspectivas, sobretudo, para não ocorrer redução dos fenômenos observados. Tornam-se necessários nesse tipo de análise preservar o pensamento relacional e resguardar

a manifestação natural ou técnica vivida, atento a suas práticas socioculturais (TOMAEL; MARTELETTTO, 2015).

No bojo da pluralidade de métodos nos quais se apoiam os estudos de mediação da informação e de análises de redes sociais (ARS), as técnicas e recursos informétricos podem ser bons aliados de coleta, análise e sistematização de dados. A presente pesquisa se apresenta como exploratória de abordagem cibernétrica e de cunho descritivo. O universo empírico é formado por músicas cujos videoclipes concorreram na última edição do MTV Video Music Award 2015 <<http://www.mtv.com/vma/2015/winners>> na categoria ‘Melhor vídeo com mensagem social’. A categoria foi criada na edição de 2011 para videoclipes que tratam de temas e problemas sociais, de apoio, conscientização e ativismo social.

Os dados foram coletados por meio da ferramenta Netlytic <<https://netlytic.org>> que levanta informações gerais e de interação dos vídeos, bastando indicar o ‘YouTube Video ID’, e complementadas por dados de estatísticas de cada vídeo. Só foram considerados para a análise os vídeos oficiais dos seus respectivos artistas no YouTube, sendo desconsiderados os ‘Lyrics Vídeos’ e os ‘vídeos desenvolvidos por fãs’.

Uma vez que se adota uma abordagem cibernétrica, o trabalho segue um percurso de análise das métricas de mídias sociais e busca descrever os videoclipes pelos dos temas/problemas sociais abordados e seus indicadores de visibilidade, engajamento e conversão (ARAÚJO, 2015b):

- A **visibilidade** está relacionada à audiência, ou seja, trata-se da exposição do conteúdo, do tamanho e volume do público que atinge, sendo medida pelas visualizações que os vídeos obtêm.
- O **engajamento** busca avaliar o quanto a audiência está mobilizada, ou seja, o quanto interage como conteúdo, sendo

considerado na pesquisa na forma de compartilhamentos, avaliações (positivas ou negativas) e comentários.

- O indicador de **conversão** está relacionado à conquista, à filiação, resultado positivo obtidos a partir da interação. Consideramos como métrica de conversão o número de usuários que se inscreveram no canal do artista a partir do videoclipe.

Os indicadores aplicados são relevantes para a questão de investigação e adequados ao contexto de aplicação de métricas de mídias sociais, e oferecem elementos que possibilitam responder sobre a representatividade dos vídeos no que tange às ações de informação de interação que mobilizam, objeto da presente pesquisa.

Análise e discussão dos resultados

O videoclipe constitui um importante impulsionador da cultura musical, sendo percebido como intrinsecamente conectado à música que lhe deu origem (HOLZBACH, 2014). A edição do VMA MTV 2015 teve cinco vídeos indicados, os quais podem ser vistos no Quadro 1, com indicação de seus artistas e mensagem social que abordam.

Quadro 1 - Vídeos por artista e mensagem social

Artista	Vídeo	Mensagem social
Rihanna	American Oxygen	Racismo
Colbie Caillat	Try	Beleza feminina
Big Sean	One man can change the world	Luta feminina por reconhecimento
Jennifer Hudson	I still love	Igualdade no casamento
Wale	White shoes	Racismo

Fonte: dados da pesquisa (2017).

O videoclipe American Oxygen da cantora Rihanna traz observações pertinentes ao racismo e exhibe trechos do velório de Martin Luther King, um dos grandes líderes da busca por igualdade. De acordo com a MTV Brasil (2015) o vídeo foi lançado logo após momentos de tensão política nos Estados Unidos, com protestos na cidade de Ferguson em prol dos direitos humanos. O videoclipe aborda ainda a brutalidade policial nos Estados Unidos contra pessoas negras, retrata a imigração no país, mostra imagens da posse de Barack Obama, cenas do 11 de setembro, entre outros momentos importantes da história do país.

O segundo videoclipe, Try, da artista Colbie Caillat, reflete sobre a busca incessante das mulheres para se encaixarem dentro de um padrão dominante de beleza, para assim serem aceitas. Para Clarke (2014) o vídeo serve de alerta e passa uma mensagem poderosa às mulheres sobre sua aparência e as expectativas de beleza da sociedade.

A música One man can change the world, do artista Big Sean em parceria com Kanye West e John Legend, vencedora da categoria, reflete sobre as influências positivas na vida, em particular homenageia a avó de Sean. A canção acaba tendo uma breve abordagem de luta feminina por reconhecimento em espaços tradicionais da sociedade, uma vez que a avó do artista foi uma das primeiras capitãs negras da Segunda Guerra Mundial e um pilar na comunidade de Detroit (SONGFACTS, 2015).

Em I Still Love, da artista Jennifer Hudson, a mensagem transmitida é de apoio à comunidade LGBT e sobre igualdade no casamento. O vídeo mostra dois homens se preparando para o casamento deles e o conflito familiar de um deles no relacionamento com seu pai, a quem convida para a cerimônia e por quem espera ser aceito. De acordo com Hudson em entrevista à MTV, “Trata-se de amor e todos devem ter amor e ter o direito de amar quem eles querem amar. Então pensei que seria poderoso tomar um conceito

como tentar encontrar a sua igualdade no amor sem importar quem você ama”. (GARIBALDI, 2015).

E, por fim, a canção White Shoes do artista Wale, que aborda a questão do racismo. O nome da música reforça o movimento de alusão à cultura de tênis no centro da cidade. De acordo com Woolf (2015) o videoclipe é sobre uma música edificante que problematiza o consumismo e questiona a forma como os tênis modernos podem fazer com que uma pessoa se sinta bem, ao mesmo tempo em que causa violência e perpetua a pobreza. Os vídeos analisados podem ser observados na Tabela 1, na qual se encontram distribuídos pelos indicadores de visibilidade, engajamento e conversão.

Tabela 1 - Vídeos com mensagem social por indicadores

Videoclipes	Visibilidade	Engajamento				Conversão
	Views	Avaliações		Compartilhamentos	Comentários	Subscrição
		Like	Dislike			
American Oxygen	71.365.834	554.775	36.053	302.881	35.212	29.996
Try	69.846.961	667.984	9.949	450.869	31.911	56.650
One man can change the world	26.813.894	309.647	6.058	208.337	15.550	11.923
I Still love	5.294.986	49.226	3.202	41.182	2.299	6.576
White shoes	2.599.671	25.733	656	15.361	1.734	1.445
TOTAL	175.921.346	1.607.363	55.919	1.018.630	86.706	106.590

Fonte: dados da pesquisa (2017).

Ao olharmos os números gerais, percebemos que à medida em que a ação de informação exige maior envolvimento do usuário, o seu indicador é menor (ARAÚJO, 2014). Assim, os resultados apontam valores maiores para a visualizações, seguidas das avaliações, dos compartilhamentos e menor para comentários. Em termos de visibilidade, os vídeos analisados somam 175.921.346 visualizações e mostram que as mensagens de cunho social, em forma de videoclipe, podem ser um forte instrumento de propagação e fortalecimento de causas sociais. Desse total, podemos notar uma contribuição maior

dos vídeos American Oxygen de cantora Rihanna e Try da cantora Colbie Caillat, representando juntos 80% da visibilidade alcançada pelos vídeos.

O indicador de engajamento foi medido em três tipos de interações que indicam o envolvimento dos usuários com os vídeos. O primeiro deles refere-se às avaliações, ou seja, o número de *Likes*, *Dislikes*, os quais, somados e analisados segundo a porcentagem que lhes cabe, podem ser chamados de índice de aceitação-rejeição. Tais dados podem ser remetidos à sensação causada pela visualização dos vídeos que move os usuários a sinalizarem sua aprovação ou reprovação.

No geral todos os vídeos apresentam índices de aceitação bem superior ao de rejeição. As músicas Try de Colbie Caillat e One man can change the world de Big Sean são os que menos apresentam rejeição, com valores de 1,5% e 1,9%, respectivamente. Seguidos do videoclipe de Wale com 2,1% de rejeição. Os vídeos de Jennifer Hudson e Rihanna obtiveram o mesmo índice de rejeição de 6,1%. O dado que vale ser mencionado é que, mesmo sendo um dos vídeos com maior número de visualizações, alcançando o segundo lugar, a música Try, tem o menor índice de rejeição. O que não acontece com American Oxygen, que tem o maior número de visualizações, ao ocupar o primeiro lugar, mas possui o número de rejeição um pouco mais elevado. Verificar esses índices de rejeição em vídeos com mensagem social, ainda que sejam relativamente baixos, nos indica que, mesmo abordando temas sociais, nem sempre os valores e construções sociais que os vídeos abordam são compartilhados por todos.

O segundo item considerado no engajamento, com um total de 1.018.630 no geral, refere-se à quantidade de compartilhamentos individuais. Destacamos um número baixo para dois dos cinco indicados, sendo I Still Love e White Shoes, com 41.182 e 15.361, respectivamente. É importante mencionar que se trata de vídeos

concorrendo em um dos maiores prêmios da música americana e que, se for levado em consideração apenas esse quantitativo, não representa um número significativo no que diz respeito ao alcance. Diferentemente, temos três indicados rompendo a barreira dos 200 mil compartilhamentos, mais especificamente, 450.869 para Try de Colbet Cailat, 302.881 para American Oxygen da Rihanna e 208.337 compartilhamentos do videoclipe One man can change the world do Big Sean.

Por fim, na busca de indícios de que a mensagem social retratada nos vídeos é capaz de gerar engajamento, analisamos o número de comentários de cada um deles. O primeiro detalhe a ser destacado vem do fato de que aparentemente existe uma proporcionalidade no que diz respeito à relação de números de visualizações e quantidade de comentários, deixando claro que, quanto mais visualizações, maior é tendência no aumento do número de comentários. O videoclipe com maior número de comentários é o da música American Oxygen com 35.212, seguido pelos das músicas Try com 31.911, One man can change the world com 15.550, I still Love com 2.299, e por fim com 1.734 comentários termos o videoclipe White Shoes.

O último indicador analisado foi o de conversão, ele revela o quanto o conteúdo é atrativo para gerar adesão (ARAÚJO, 2015b). Para esse indicador foram consideradas as porcentagens de inscrições no canal do artista a partir da visualização do videoclipe. Com esse dado pretendemos, assim como com o anterior, apresentar indícios de que houve impacto, ou não, da mensagem, só que, agora, de adesão à carreira do próprio artista. Vale a pena lembrar que os números de inscrições podem representar o alcance do que é produzido. Seguindo isso, é possível notar que o único vídeo que produziu uma porcentagem que pode ser considerada significativa para o artista foi o do videoclipe Try com 8,89%, em seguida do I still love, que gerou 2,41%, e os demais com menos de 1%. Desses que tiveram

menos de 1% de contribuição para o canal, é importante mencionar que, no caso do videoclipe da artista Rihanna, temos um número considerável de vídeos disponibilizados em seu canal, apresentando-se com um número acima da média, e que possuem potencial para serem colaboradores em inscrições.

Considerações finais

A presente pesquisa procurou analisar a repercussão de músicas com mensagem social na Web social, mais especificamente de vídeos disponibilizados em plataformas *online* como o YouTube, buscando compreender qual a sua representatividade em termos de temas sociais que discutem e ações de informação de interação que mobilizam.

Os indicadores cibernéticos de visibilidade, engajamento e conversão encontrados confirmam o YouTube como dispositivo infocomunicacional na disponibilização e promoção de vídeos com mensagem social e como plataforma de mediação da informação nas interações que mobiliza.

Ao olharmos os valores de cada métrica analisada, percebemos que à medida que a ação de informação exige maior envolvimento do usuário, o seu indicador é menor, com maior desempenho para a visualizações, seguidas das avaliações, compartilhamentos e menor para comentários. No geral todos os vídeos apresentam índices de aceitação bem superior ao de rejeição. Como desdobramento do estudo, uma análise dos comentários permitirá compreender de forma mais qualitativa como os usuários se posicionam em relação aos vídeos e conhecer suas narrativas de apoio ou não aos temas sociais de que os vídeos tratam.

Referências

ARAÚJO, R. F. Atores e ações de informação em redes sociais na internet: pensando os regimes de informação em ambientes digitais.

Datagramazero: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p. 1-16, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.3383263.v1>. Acesso em: 16 ago. 2015.

ARAUJO, R. F. Marketing científico digital e métricas alternativas para periódicos: da visibilidade ao engajamento. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 20, p. 67-84, 2015b. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2402>. Acesso em: 02 jan. 2016.

ARAUJO, R. F. Os estudos cibernétricos da informação: das estruturas web aos recursos da web social. In: ARAUJO, R. F. (Org.). *Estudos métricos da informação na web: atores, ações e dispositivos informacionais*. 1. ed. Maceió: Edufal. p. 17-36, 2015a.

BRAGA, J. L. Midiatização como processo interacional de referência. In: MEDOLA, A. S.; ARAUJO, D. C.; BRUNO, F. *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.

CLARKE, S. Colbie Caillat's Video for 'Try' Takes on Beauty Ideals. *ABC News*. Jul., 2014. Disponível em: <http://abcnews.go.com/Entertainment/colbie-caillats-video-takes-beauty-ideals/story?id=24545556>. Acesso em: 05 maio 2017.

CRUVINEL, F. M. *Efeitos do ensino coletivo na iniciação instrumental de cordas: a educação musical como meio de transformação social*. 2003. 186f. Dissertação (Mestrado em Música). Programa de Pós-Graduação da Escola de Música e Artes Cênicas, Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, 2003.

FRITH, S. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge/Massachusetts: Havard University Press, 1996.

GARIBALDI, C. Jennifer Hudson shows her support for LGBT equality in her 'I Still Love You' video. *MTV News*, mar., 2015. Disponível em: <http://www.mtv.com/news/2175542/jennifer-hudson-lgbt-equality-i-still-love-you-video/>. Acesso em: 21 fev. 2017.

HOLZBACH, A. D. O Vídeo Music Awards e a consolidação do videoclipe como gênero. *Revista fronteiras: estudos midiáticos*, v. 16, n. 2, p. 91-103, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4013/fem.2014.162.03>. Acesso em: 11 fev. 2016.

JANOTTI JUNIOR, J. S.; PIRES, V. A. N. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI, J. J.; LIMA, T.; PIRES, V. A. N. (Org.). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Poto Alegre: Simplissimo, 2011, v. 1, p. 8-22.

JANOTTI JUNIOR, J. S. Simon Frith: sobre o valor da música popular midiática. In: JANOTTI JUNIOR, J.; GOMES, I. M. M. (Org.). *Comunicação e estudos culturais*. Salvador: Edufba, 2011, v. 1, p. 133-147.

JEANNERET, Y. Analisar as 'redes sociais' como dispositivos infocomunicacionais: uma problemática. In: TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. *Informação e redes sociais: interfaces de teorias, métodos e objetos*. Londrina: EDUEL; 2015. 177 p.

SÁ, S. P. Cultura digital, videoclipes e a consolidação da rede de música brasileira pop periférica. ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. *Anais [...]* São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

SOARES, T. *Videoclipe - O Elogio da Desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004. v. 1. 100p.

SONGFACTS. *One man can change the world by Big Sean*. SongFacts. 2015. Disponível em: <http://www.songfacts.com/detail.php?id=35996>. Acesso em: 03 jul. 2017.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. *Informação e redes sociais: interfaces de teorias, métodos e objetos*. Londrina: EDUEL; 2015. 177p.

WOOLF, J. Wale's "The White Shoes" Is Equal Parts Uplifting and Seinfeld. *GQ Style*, mar. 2015. Disponível em: <https://www.gq.com/story/wales-the-white-shoes-is-equal-parts-uplifting-and-seinfeld>. Acesso em: 11 fev. 2016.

CAPÍTULO V

BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE UMA CULTURA DE COLABORAÇÃO

Edivanio Duarte de Souza
Maria Livia Pachêco de Oliveira

Investigar fenômenos sociais exige um reposicionamento constante, um olhar crítico vindo de muitos contextos e de diferentes posições ideológicas e teóricas. Não se trata de impossibilidade de estabilização conceitual, mas, sim, de um estado de alerta suficiente para que não se repita uma certeza ou que se perpetue um número fixo de verdades.

Acrescente-se a esta dificuldade o pensar sobre um fenômeno em andamento, com mudanças drásticas e quase que concomitantes ao pensar das problemáticas recém-postas em análise. Esperar o “problema” se solidificar não parece uma solução plausível, visto que são reais e múltiplas as implicações sociais sofridas por este contexto informacional permeado de tecnologias, em um sem número de benefícios e de contrapartidas difíceis de serem compreendidas em sua totalidade.

O que faz este momento tão peculiar, visto que a sociedade já passou por tantas revoluções e fases sombrias em seu desenvolvimento? É realmente um tempo de urgência ou este afã discursivo sobre a informação

em rede há de ser passageiro, tão logo não seja mais considerado uma novidade? Perguntas retóricas, respostas em construção...

Vive-se um conflito geracional entre os usuários da informação. Na complexa rede de colaboração e interação, as faixas etárias dos sujeitos possibilitam pelo menos três grandes grupos – os que nasceram antes da Internet, os que nasceram acompanhando o advento da Internet e os que não mais saberão como o mundo foi, na prática, sem esta tecnologia. Estas gerações – muito genericamente falando sobre as possibilidades de divisão das mesmas – possuem recursos semelhantes, porém, visões de mundo completamente distintas. Também não há como separar características únicas e exclusivas de cada geração, nem na tentativa de apontar erros, tampouco de selecionar aquela que parece melhor lidar com a problemática.

O ciberespaço é a fronteira do encontro entre essas gerações. Mais que isso, é o *locus* de possíveis interações entre gêneros, classes, nacionalidades, raças, etnias, credos, liturgias, ideologias e culturas distintas, bem como de suas diferentes combinações, que condicionam modos e momentos de convivência. O ciberespaço é, na verdade, um laboratório em que as diferentes interações podem ser, mesmo que transitoriamente, construídas, experimentadas, assimiladas, guardadas e compartilhadas.

Qual a possibilidade de afirmação de que nascer em uma “era digital” garante menos distorções quanto ao compartilhamento da informação e da construção de redes de conhecimento? Seria, de igual modo, possível pensar que quanto mais experiências em “revoluções informacionais” o sujeito acumule, melhor será seu desempenho na atualidade? Se todas as respostas estiverem condicionadas às questões educacionais e de desenvolvimento social, pode-se afirmar, ainda assim, que será preciso alcançar um patamar determinado de educação e inclusão social efetiva para que se estabilizem os problemas investigados na era da informação digital?

Bem, o que temos até aqui, de fato, nos incapacita a responder tais questionamentos com a segurança necessária que nos exige a ciência. Porém, para que não se pense que tais entraves são paralisantes, estes problemas têm movido centenas de pensadores, pesquisadores, professores e outros tantos profissionais e representantes de entidades civis e governamentais. Períodos como este, em que as inovações e as invenções costumam trazer pavor ou uma súbita sensação de que alcançamos o auge do desenvolvimento tecnológico são perfeitos para a ressignificação de antigos saberes e das verdades universalmente aceitas.

A propósito da discussão sobre verdade, a instauração de uma possível era da pós-verdade tem sido proposta teoricamente. Em todos os tempos, a noção de verdade requereu elementos diversos – das narrativas primitivas às provas científicas, das pinturas rupestres à imagem em movimento – e isso levanta o questionamento do que se precisa para que seja possível atestar a verdade na atualidade. Nota-se uma tendência para a multiplicidade de verdades, contudo, tal variedade é distinta da noção sadia da divergência conceitual, do olhar multifacetado ou das possibilidades de interpretação e de análise. As verdades em questão, como assim propõe o sentido da era da pós-verdade, pautam-se em um elemento de força maior, em que a verdade pode se adequar às demandas situacionais, como a emoção ou a comoção social.

Nesse sentido, falar das condições em que ocorre o redimensionamento da memória, da informação e do conhecimento é ponderar, acima de tudo, as condições tecnológicas *versus* as condições do sujeito no trato com a informação.

A tecnologia, as instituições, as mentalidades e as práticas mudam em velocidades diferentes. A tecnologia, sobretudo, na era chamada ‘institucionalização da inovação’, muda rapidamente. A sociedade e suas instituições levam mais tempo para

mudar, em virtude da chamada ‘inércia’ institucional. O que mais demora para mudar são as mentalidades e as práticas, ilustrando a presença do passado no mundo do presente. (BURKE, 2012, p. 309-310).

O acesso quase irrestrito às mais variadas fontes de informação, sem dúvidas, é um ganho imensurável no quesito de inclusão social, todavia, contraditoriamente às facilidades de acesso e às possibilidades de formação de redes de colaboração, há um *gap* profundo de desinformação, contrariando um cenário favorável ao regime de compartilhamento, pois, como lembra Burke (2012, p. 310), “As mudanças que começaram depressa podem demorar um tempo enorme até atingir a todos.” A afirmação que aproxima a sensatez a este problema é de que apenas a educação para a informação será capaz de habilitar suficientemente os sujeitos para o trato com a informação, entretanto, até que se alcance situação aproximada, os problemas e dificuldades em curso afetam em tamanha medida o presente que o ânimo em um futuro menos conflituoso é posto em xeque.

É sabida e amplamente aceita a dicotomia entre acesso e uso da informação, em que, apesar da dependência do último pelo primeiro, não há garantia de que o acesso seja suficiente para os desdobramentos dos fluxos informacionais que levem à formação de redes de conhecimento eficazes. A despeito de um cenário ideal de conexão, interação e participação que gere capital social positivo, os indivíduos já se encontram adeptos de tal regime de colaboração, construindo, ressignificando e alterando as possibilidades comunicativas e de uso da informação em suas vidas pessoais e nos setores sociais mais abrangentes. Reconhecer que o sujeito ocupa um papel central neste regime é essencial para que se compreenda o quão variável e mutável as redes são, visto que as possibilidades de interação e colaboração não serão determinadas apenas pela disponibilidade de opções tecnológicas, mas, majoritariamente, pela multiplicidade do sujeito social.

A imersão nas redes sociais digitais tem sido uma prova disto. Transitando entre as grandes viradas da Web, chega-se a um lugar que há muito foi desejado: um lugar de fala, um espaço de empoderamento, da possibilidade de expressão e da certeza de estar sendo visto. Imperativo é pensar no redimensionamento da informação como elemento de poder nas interações em rede, reconhecendo as discrepâncias de poder e de influência entre os usuários, não relegando o perigo em se crer que a democracia alcançou a todos. É preciso considerar a grande parte de sujeitos excluídos, massacrados, exilados e refugiados de alguns circuitos das infovias. Organizações digitais, tribais e intertribais, que nos jogos políticos materializam todo o processo de exclusão historicamente engendrado. Muitos “navegantes”, distantes de seus “lares” e expostos às intempéries das infovias são massacrados por suas condições e seus posicionamentos políticos.

Escrever, compartilhar, apoiar e criticar, de fato, são verbos essenciais para o exercício democrático. O problema que coexiste a tais ações é a presunção da verdade. Críticas superficiais e que atendam às demandas afetivas do sujeito têm sido um dos maiores problemas na circulação da informação e na construção de fortes redes de colaboração pautadas em desinformações. As mentiras, sempre presentes na história da humanidade, agora possuem requintes de verdades difíceis de serem desvendados, além de elementos similares em relação ao que se aprende coletivamente sobre a apuração de fatos verídicos. Em decorrência disto, o comportamento dos públicos envolvidos nas redes de informação tem sido utilizado como base para a propagação de *fake news*. Ao unir a urgência pela informação à relativização sem critérios da verdade, observa-se um modelo interativo que preza pela retroalimentação das redes de colaboração sem as devidas preocupações de seus impactos sociais.

Em linguagem clara, prefere-se participar da maneira que for possível a colaborar em um tipo de participação que se aproxime da

utilidade e da força de mobilização com vistas ao bem coletivo. O compartilhamento, paradoxalmente ao seu significado mais desejável, torna-se muito mais uma questão de individualidade no mundo do medo e da insegurança do que uma questão de solidariedade. Ao se referir à nova organização arquitetônica, Bauman (2007) esclarece que as fronteiras se tornam mais seletivas e diversificadas, nas formas que assumiram assimetrias, permitem as saídas, mas protegem e controlam cada vez mais os ingressos de indesejados.

Ao pensar as redes sociais como o espaço ideal para o estabelecimento do diálogo democrático, deve-se ponderar as forças contidas nesse ambiente. A análise da função das redes sociais no período eleitoral proporciona uma mostra expressiva da força das redes de interação e colaboração em prol de ideais específicos. Do ponto de vista da corrida eleitoral, tem-se assistido viradas impressionantes da opinião pública, em um composto bastante arriscado e comprovadamente utilizado: o uso de robôs em interação com os usuários ditos “comuns”.

A atuação lícita na potencialização de candidaturas via redes sociais exige estratégias, boa comunicação e um combinado de elementos audiovisuais de fácil capilaridade e aceitação. Esses elementos, quando bem planejados, tornam as redes de compartilhamento virtuais um espaço de destaque e de bons retornos, porém, quando a serviço da alienação coletiva, acarretam danos irreparáveis ao significado da democracia. Se antes a crítica do “voto de cabresto” era uma das maiores preocupações quanto à lisura do processo eleitoral, agora, a famosa compra de votos inaugura uma roupagem muito mais complexa de ser desmascarada: vende-se a sensação de pertencimento a uma posição política e a uma crença coletiva, fundadas no descrédito das instituições, na fragmentação do saber e na volta às ideias que tiveram repercussões catastróficas para a humanidade, como o culto aos regimes fascistas.

Para que não se caia em um estado de desânimo paralisante, pensar as características positivas das redes de informação e conhecimento fortalece a contrapartida para os problemas visíveis. O ensino a distância, o encurtamento dos espaços, a instantaneidade da comunicação, os sistemas de informação científica, as inovações nas áreas da saúde, segurança e comunicação, enfim, uma extensa lista de “vantagens” pode ser desenvolvida, sem que haja espaço nem para o saudosismo dos tempos analógicos nem para uma admiração excessiva da modernidade digital.

As redes de colaboração são capazes de reunir multidões em torno de uma questão. A despeito do aproveitamento desse poder para fins mercadológicos e políticos, as redes digitais também têm mostrado sua forte potencialidade de ressignificação de antigas questões. Os debates em torno do feminismo, racismo, das questões de gênero e dos problemas de saúde coletiva – como o aborto e as drogas, são questões permanentes desse espaço. As ações de informação que geram tais mobilizações, com públicos e temáticas específicas, são fundamentais para que se pense como a memória, a informação e o conhecimento estão sendo instaurados nesses lugares, de modo que a tessitura social tem se tornado cada vez mais mutável e menos previsível.

Retornando aos questionamentos iniciais, é realmente necessária a discussão de como a informação tem sido utilizada e ressignificada em uma dinâmica social extremamente fluida e pouco propícia para o tempo de maturação de ideias e da instauração da dúvida como ponto básico da crítica. Os complexos sistemas de criação e disseminação da informação, ao mesmo tempo em que apresentam soluções impressionantes aos problemas básicos da humanidade – como a comunicação a distância – também tornam complexas as questões que exigem um esforço cognitivo do sujeito para lidar com a informação.

Não se trata apenas de solucionar as etapas de uso da informação – localizar uma necessidade informacional, recolher fontes, realizar análise e concretizar uma síntese, nem tão somente prover acesso às fontes informacionais, mas, ainda, de se pensar como as pessoas são capazes de reinventar os fluxos da informação, para além das potencialidades tecnológicas. Poderia parecer um exercício de futurismo, não fosse evidente que este é um movimento em andamento, com implicações intensas e constantes na sociedade, em que é inadiável a busca por aprofundamento teórico e articulações discursivas dos âmbitos envolvidos nos fenômenos informacionais até agora identificados.

Referências

BAUMAN, Z. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 119p.

BURKE, P. *Uma história social do conhecimento I: de Gutenberg a Diderot*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 241p.

BURKE, P. *Uma história social do conhecimento II: da Enciclopédia à Wikipédia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 414p.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 617p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000a. 2012p.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Ed. 34, 2000b. 203p.

MARTINS, L. M. S. *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 291p.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura e cognição*. 3. ed. Porto Alegre: Sulinas, 2011. 239p.

OS AUTORES

Bruno Felipe de Melo Silva

Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco (2017), especialista em Tecnologias Web para Negócios pelo Centro de Ensino Superior de Maceió (2011) e Graduado em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Alagoas (2007). Bibliotecário/Documentalista do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alagoas. Pesquisador do grupo de pesquisa “Laboratório de Estudos Métricos da Informação na Web” (Lab-iMetrics), atuando principalmente nos seguintes temas: folksonomia, memória coletiva, Web 2.0.

Edivanio Duarte de Souza

Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (2011), Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (2004), Graduado em Direito pela Faculdade Estácio de Alagoas (2014) e em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba (1999). Professor do Curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (CBI/PPGCI/UFAL), na linha de pesquisa “Produção, Mediação e Gestão da

Informação”. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba (PPGCI/UFPB), na linha de pesquisa “**Ética, Gestão e Políticas de Informação**”. Líder do Grupo de Pesquisa “Observatório de Estudos Interdisciplinares da Informação” registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Fundador e Editor do periódico científico *Ciência da Informação em Revista*. Atua nos campos de Biblioteconomia, Ciência da Informação e Direito, com ênfase em Epistemologia Interdisciplinar, Fundamentos Teóricos da Ciência da Informação, Gestão da Informação e do Conhecimento, Direitos Fundamentais, Propriedade Intelectual e Direitos Conexos.

Maria de Lourdes Lima

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (2009), especialista em Organização de Arquivos pelo Instituto de Estudos Brasileiros e pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (1998) e graduada em História pela Universidade Federal Fluminense (1982). Professor do Curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (CBIB/PPGCI/UFAL), na linha de pesquisa “Produção, Mediação e Gestão da Informação”. Professora do Programa de Pós-Graduação em História da UFAL, na linha de pesquisa “História Cultural”. Em colaboração o Sistema que integra o Arquivo Público do Estado de São Paulo (SAESP), participou da elaboração de uma minuta que ensejou a Lei nº 6.236, de 6 de junho de 2001, que criou o Sistema de Arquivos do Estado de Alagoas. Em seguida, atuou como mediadora entre Arquivo Nacional (NA) e Secretaria de Educação do Estado de Alagoas resultando no Relatório de Visita Técnica ao Arquivo Público de Alagoas (APA), o qual sugeriu um Plano de Revitalização do APA pela equipe técnica do AN. Tem experiência nas áreas de

História e Ciência da Informação, com ênfase, respectivamente, em História da Cultura e Representação da Informação. O foco de atuação contempla imagem e memória cultural, arquivo público e gestão documental, patrimônio arquivístico e políticas públicas de preservação da informação. As orientações têm priorizado a relação entre memória, informação e documento.

Maria Livia Pachêco de Oliveira

Doutoranda (2016-) e Mestre (2014) em Ciência da Informação, e Graduada em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba (2010). Professora do Departamento de Comunicação da UFPB. Atua nas áreas de Comunicação Social, Relações Públicas, e Ciência da Informação, com ênfase nos seguintes temas: Inclusão digital e tecnologias da informação e comunicação voltadas para a cidadania e à educação para informação.

Ronaldo Ferreira de Araújo

Doutor em Ciência da Informação (2015) e Mestre em Ciência da Informação (2009) pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e graduado em Ciência da Informação (2006) pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG). Foi professor visitante no Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação da Universidade do Porto (2012). Professor do Curso de Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (CBIB/PPGCI/UFAL), na linha de pesquisa “Informação, Comunicação e Processos Tecnológicos”. Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização do Conhecimento da Universidade Federal de Minas Gerais (PPG-GOC/UFMG), na linha de pesquisa “Arquitetura & Organização do Conhecimento (AOC)”, onde leciona a disciplina

“Métricas de Informação e Conhecimento na Web”. Líder do “Laboratório de Estudos Métricos da Informação na Web” (Lab-iMetrics) e do “Grupo de Pesquisa em Política e Tecnologia da Informação e Comunicação” (GPoliTICs). Pesquisador do Instituto Nacional de Ciência & Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD). Editor do periódico científico “Ciência da Informação em Revista”. Consultor *Ad Hoc* da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL). Áreas de interesse: Estudos métricos da informação na Web; Cibermetria; Altmetria; Mediação da informação em ambientes digitais; Internet e Política; Regime de informação em contextos digitais; Tecnologia de Informação e Comunicação em Unidades de Informação.

Sarah Rúbia de Oliveira Santos

Mestranda em Gestão e Organização do Conhecimento pela Universidade Federal de Minas Gerais, graduada em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Alagoas (2017) e com Curso Técnico em Química pela Instituto Federal de Alagoas (2013). Pesquisadora do “Laboratório de Estudos Métricos da Informação” (Lab iMetrics) e do “Grupo de Pesquisa em Política e Tecnologias da Informação e Comunicação” (GPOLITICs). Suas linhas de interesse são Organização da Informação e do Conhecimento, Comunicação Científica, Estudos Bibliométricos e Análise de Redes Sociais.

Victor de Almeida Pires

Doutor (2017) e Mestre (2013) em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas (2011). Professor da Universidade Federal de Alagoas. Pesquisador do “Laboratório de Análise de Música e Audiovisual” (LAMA/UFPE) e do “Grupo de Pesquisa em Política e Tecnologias da Informação e Comunicação”

(GPOLITICs/UFAL). Atua da na área de Comunicação, com ênfase nos seguintes temas: Estudos Culturais e Comunicação, Teoria da Comunicação, Jornalismo e Editoração, Lógica e Tecnologias de Informação e Comunicação.

Esta coletânea aborda temáticas que ocupam os debates acerca do fenômeno informacional, no mundo contemporâneo marcado por ambivalências, contradições e desafios. Os textos que a compõem, sem pretensões exaustivas e conclusivas, fazem parte de uma rede de estudos sobre a cultura de compartilhamento. Além das históricas relações entre informação, memória, conhecimento e cultura, o contexto reflexivo abre um leque de possibilidades de pesquisas na Ciência da Informação e em áreas afins.

Os organizadores.

