



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB

**Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas -
FATECS**

JÉSSICA MAYZA BEZERRA

20945331

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES NO FACEBOOK: O CASO DAS
CITAÇÕES ATRIBUÍDAS A JEAN WYLLYS**

BRASÍLIA

2013

JÉSSICA MAYZA BEZERRA

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES NO FACEBOOK: O CASO DAS
CITAÇÕES ATRIBUÍDAS A JEAN WYLLYS**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Professor Orientador: Vivaldo Sousa

BRASÍLIA

2013

JÉSSICA MAYZA BEZERRA

**COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES NO FACEBOOK: O CASO DAS
CITAÇÕES ATRIBUÍDAS AO JEAN WYLLYS**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Professor Orientador: Vivaldo Sousa

Brasília, 03 de Junho de 2013.

Banca Examinadora

**Prof. Vivaldo Sousa,
Orientador**

**Prof^a. Mônica Prado,
Examinadora**

**Prof. Sérgio Euclides ,
Examinador**

AGRADECIMENTOS

A Deus primeiramente, por me fazer forte e jamais desistir.

Aos meus queridos e amados pais, que desde sempre me incentivaram e fizeram de tudo por mim.

A todos os amigos que me apoiaram nesse momento.

Ao Prof. Vivaldo Sousa, que me orientou e contribuiu para tornar essa monografia possível.

A todos os professores que tive ao longo da faculdade, que contribuíram para minha educação e conhecimento.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para me ajudar.

RESUMO

Em meio à era da informação, que se consolidou com o passar dos anos, a informação passa a ter uma velocidade de circulação antes inimaginável. Com essa rápida transmissão veio também o fluxo, onde as informações desaparecem tão rápido quanto surgem. Novas formas de comunicação surgem, e dentre elas, as redes sociais, nas quais os próprios cidadãos passam a ser fontes de informação e produtores de conteúdo. A presente monografia faz um estudo exploratório, a luz da teoria do interacionismo simbólico, sobre de que forma as pessoas percebem o meio em que interagem. Nesse caso, sobre como as pessoas percebem as citações atribuídas à Jean Wyllys que foram compartilhadas e viraram temas de publicações no *Facebook*. Jean é deputado federal do PSOL –RJ (Partido Socialismo e Liberdade) e defende os direitos humanos dos LBGTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais (LBGTs)), dentre outras causas como combate à homofobia e intolerância religiosa. Ele se tornou conhecido após vencer o Big Brother Brasil, reality-show da Rede Globo.

Palavras-chave: *Facebook*. Compartilhamento. Informação.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 DESENVOLVIMENTO.....	10
2.1 OBJETO DA PESQUISA.....	10
2.1.1 Objeto de estudo.....	10
2.1.2 Justificativas.....	10
2.2 QUESTÕES DA PESQUISA.....	11
2.2.1 Problema.....	11
2.2.2 Objetivo geral.....	11
2.2.3 Objetivos específicos.....	11
2.3 METODOLOGIA.....	12
2.3.1 Fundamentação da metodologia utilizada.....	12
2.3.2 Estratégia de verificação utilizada.....	12
2.4 REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	13
2.4.1 Revisão bibliográfica.....	13
2.4.2 Fundamentação teórica.....	19
2.5 A SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO.....	22
2.6 CASO JEAN WYLLYS.....	26
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35

1 INTRODUÇÃO

A internet alterou as relações sociais, a comunicação se tornou ágil, e com isso se tornou mais fácil a circulação de informações e opiniões. De alguma forma é possível saber o que se passa no mundo, em questão de minutos, seja pelo computador, *notebook*, celular, televisão dentre outros meios de comunicação. Com tantos meios para se manter atualizado acabamos expostos a um grande volume de informações, que surgem e desaparecem com velocidade. Para Barreto (2002), temos um estoque inicial de informação, que se acumula ao longo da vida. Esses estoques ao qual o autor se refere podem ser o conhecimento que temos ao nascer ou dados em uma memória – seja em um dispositivo convencional ou em sistema digital - que são colocados no estoque com a intenção de uma posterior recuperação. Essa recuperação acontece, por exemplo, quando uma pessoa relaciona memórias do passado com uma perspectiva de futuro. E o ser humano como um ser ativo quer introduzir seu conhecimento no espaço em que convive. A internet contribuiu para a rápida transmissão desses conhecimentos estocados na mente de cada um para a realidade em rede.

São as novas tecnologias de informação e comunicação que modificaram aspectos fundamentais, tanto da condição da informação quanto da condição da comunicação. Essas tecnologias intensas modificaram radicalmente a qualificação de tempo e espaço entre as relações do emissor, os estoques e os receptores da informação. Quando se fala em novas tecnologias de informação pensa-se de imediato no computador, na telecomunicação e na convergência da base tecnológica, que permitiram que todos os insumos de informação fossem convertidos para uma base digital, possibilitando, assim, seguir o mesmo canal de comunicação. As reais modificações advindas das tecnologias intensas de informação trouxeram ao ambiente um novo elaborar do conhecimento e foram as modificações relacionadas ao tempo e ao espaço de sua passagem (BARRETO, 2002, p. 73).

Barreto (2002) acredita que o conhecimento é um fluxo de acontecimentos, ou seja, uma sequência de eventos que se realizam fora do estoque mental de cada um. Dessa forma o conhecimento é o destino de toda informação que recebemos, que por sua vez é organizada de acordo com o modo de compreensão do sujeito. “Conhecer é um ato de interpretação individual, uma apropriação do objeto informação pelas estruturas mentais de cada sujeito” (BARRETO, 2002, p. 72).

De acordo com Canavilhas (2013) as novas tecnologias de comunicação permitiram que os usuários da internet pudessem ser também uma fonte de informação. Nas redes sociais, eles conseguem expressar opinião, comentar fatos dentre inúmeras possibilidades de interação. E cada vez o número de pessoas conectadas aumenta. De acordo com um estudo realizado, em março deste ano, pelo *IBOPE Nielsen Online*¹, sites como o *Facebook* e *Twitter* vem ganhando cada vez mais atenção dos brasileiros que navegam na internet. O estudo aponta que, em janeiro, essas páginas atingiram mais de 46 milhões de usuários, que equivale 86% dos internautas ativos - aqueles que acessaram a internet nos últimos 30 dias -no período. No mesmo mês do ano anterior, esse total era de 40,6 milhões de usuários. Ainda de acordo com o IBOPE, outro estudo realizado em fevereiro deste ano mostra que o Brasil está em terceiro lugar com 52,5 milhões de usuários ativos na internet. No primeiro lugar estão Estados Unidos (198 milhões), seguidos pelo Japão (60 milhões). Mas por outro lado o Brasil ocupa o primeiro lugar quando se trata do tempo de acesso de cada internauta. Em dezembro de 2012, os brasileiros gastaram em média 43 horas e 57 minutos navegando na internet. Com esses números é possível perceber que o índice de pessoas conectadas é alto.

A popularização da internet no decorrer da década de 1990 provocou uma revolução sem precedentes na sociedade. As novas tecnologias geraram novas formas de comunicação, expressão, interação e relação entre os usuários, principalmente quanto à manifestação da opinião e busca de informações. Após duas décadas de desenvolvimento e aprendizagem, a internet evolui para um patamar em que o usuário é a peça chave do sistema. Essa mudança não representa, apenas, uma transformação de ordem tecnológica, mas também social (SILVA, 2012, p. 1).

Na visão de Castells (2004, apud MARCON, 2012, p. 1), as redes sociais são “(...) redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, os limites

¹ O IBOPE desenvolve uma série de pesquisas e oferece produtos e serviços variados que ajudam a antecipar tendências e traduzir o sentimento da sociedade diante dos mais diferentes assuntos e situações.

culturais, as relações de poder e assim por diante”. A rede social adotada como referência para essa monografia é o *Facebook*. De acordo com o indicador de estatística de acesso ao *Facebook* do *Socialbakers*², o Brasil está em segundo lugar com mais de 71 milhões de usuários ativos mensais, atrás dos Estados Unidos com quase 159 milhões. De acordo com Recuero (2009, p. 24):

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões.

O compartilhamento de informações feito pelos usuários dessa rede social é constante. Essa dinâmica do *Facebook* é positiva na maioria das vezes, mas pode ser usada também de forma maléfica. Como exemplo, as falsas citações que circulam a respeito do deputado federal, Jean Wyllys, do Partido Socialismo e Liberdade – Rio de Janeiro (PSOL-RJ). Essas citações foram e estão sendo compartilhadas por várias pessoas que saem propagando informações que tenham uma aparente relevância, mas que não tem fundamento. Essa ferramenta de compartilhamento proporciona uma grande interação entre os usuários. Qualquer publicação nessa mídia pode abranger muitas pessoas e determinado assunto pode ganhar dimensões desconhecidas. Isso tudo se baseia em como os usuários recebem tais informações e o significado que dão a elas. Foi o que aconteceu com as falsas citações atribuídas a Jean Wyllys, que virou assunto nas redes sociais no mês de março deste ano, após o deputado se posicionar contra a eleição do pastor Marco Feliciano para presidente da Comissão de Direitos Humanos (CDH). E esse é o tema do estudo exploratório desta monografia.

² **Socialbakers** é uma empresa que oferece ferramentas de monitoramento e análise de redes sociais que são usados para comparar as estatísticas de mídias sociais e métricas.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 OBJETO DA PESQUISA

2.1.1 Objeto de estudo

O *Facebook* é uma rede social que surgiu em 2004 e atualmente possui mais de 1 bilhão de usuários em todo o mundo. De acordo com Sakate e Sbarai (2011), no Brasil essa rede triplicou de tamanho e subiu ao posto de rede de relacionamentos mais popular, superando o *Orkut*. Ainda de acordo com eles, de cada 100 brasileiros conectados a internet, 75 estão no *Facebook*.

Essa rede social se torna atraente pelo número de recursos que são oferecidos e pelas possibilidades de interação. É possível trocar mensagens com as pessoas que fazem parte do círculo de amigos, publicar fotos; ler notícias; compartilhar notícias e informações, organizar eventos, realizar enquetes e etc.

Desse modo o objeto de estudo é a ferramenta de compartilhamento dessa mídia social que contribuiu para a disseminação das falsas citações atribuídas a Jean Wyllys.

2.1.2 Justificativas

Diante da era da informação em que vivemos, que tem a tendência de evoluir com o passar dos anos, percebi como as informações circulam rapidamente nos dias de hoje. Um ocorrido em um determinado ponto do mundo pode se tornar algo conhecido mundialmente em curto espaço de tempo e as redes sociais tem uma contribuição significativa para isso.

O tema escolhido se deu por minha curiosidade diante desses fatos que observo dia a dia no *Facebook* onde é possível encontrar de quase tudo. É possível ver vídeo, compartilhar notícias, informações e etc. E no meio desse emaranhado de opções pude perceber compartilhamentos constantes de um mesmo tema, com

pessoas contra e a favor a respeito das citações, até então, ditas por Jean Wyllys em uma entrevista na rádio CBN. A rádio negou que a entrevista tenha acontecido.

Diante desse fato, acho necessário ser feita uma análise desse acontecimento, para entender como acontece a percepção do internauta diante dessa informação.

2.2 QUESTÕES DA PESQUISA

2.2.1 Problema

Frente à explicação do objeto de estudo e da justificativa apresentada é possível perceber o problema. De que forma os usuários do *Facebook* compreendem as informações compartilhadas sobre as citações falsas atribuídas ao deputado Jean Wyllys?

2.2.2 Objetivo geral

Diante do questionamento feito, o objetivo geral é analisar de que forma a ferramenta de compartilhamento do *Facebook* contribui para a propagação das falsas citações atribuídas ao deputado Jean Wyllys.

2.2.3 Objetivos específicos

Para chegar ao objetivo geral foram definidos os três objetivos específicos:

- I. Conceituar o *Facebook* e o que é informação.
- II. Analisar como é feito o compartilhamento de informações.

- III. Identificar dificuldades que aparecem devido ao compartilhamento de informações

2.3 METODOLOGIA

2.3.1 Fundamentação da metodologia utilizada

As metodologias utilizadas para chegar à compreensão do problema são de origem descritiva e explicativa. Descritiva porque será necessário descrever, explicar e observar o fenômeno do compartilhamento das informações e a partir disso obter explicações. De acordo com Wimmer, 1996, p. 161 (apud DUARTE; BARROS, 2005, p. 217):

Descrição: o resultado final consiste na descrição detalhada de um assunto submetido à indagação. Explicação: (...) ajuda a compreender aquilo que submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas.

2.3.2 Estratégia de verificação utilizada

Diante dos métodos escolhidos, a estratégia de verificação é o estudo exploratório, considerando também a análise de conteúdo e pesquisa bibliográfica. O estudo exploratório, de acordo Recuero (2009), utiliza a observação empírica para demonstrar pontos fortes e pontos fracos na aplicação do tema estudado. Nesta monografia a observação é nos compartilhamentos feitos no Facebook, que têm como assunto, as citações atribuídas à Jean Wyllys

Quanto à análise de conteúdo, a ocupação é basicamente com a análise de mensagens. O que se adequa ao tema dessa monografia que é sobre o compartilhamento de informações. Para Lozano (apud DUARTE; BARROS, 2005, p.

286), a análise de conteúdo cumpre os requisitos de sistematicidade e confiabilidade:

(...) a análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conteúdo de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, podem chegar às mesmas conclusões.

Em relação à pesquisa bibliográfica, Stumpf (apud DUARTE; BARROS, 2005, p. 51), diz que:

(...) é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões.

A pesquisa bibliográfica vai ajudar na compreensão do tema porque de acordo com Stumpf (apud DUARTE; BARROS, 2005, p. 53), “À medida que o indivíduo vai lendo sobre o assunto de seu interesse, começa a identificar conceitos que se relacionam até chegar a uma formulação objetiva e clara do problema que irá investigar”.

2.4 REFERENCIAL TEÓRICO

2.4.1 Revisão bibliográfica

Sakate e Sbarai (2011) afirmam que o *Facebook* não foi a primeira rede social mas provam que é a mais atraente, por oferecer um maior número de recursos e possibilidades de interação. Com isso se torna fácil trocar imagens e vídeos em tempo real. Como mencionado anteriormente, essa rede social surgiu no ano de 2004, criada por Mark Zuckerberg. Ela se torna atraente por reunir um conjunto de várias partes de outras redes sociais, dos quais se destaca: o bate-papo do *Facebook* que se assemelha ao que é conhecido como *Messenger* (MSN); as

informações curtas, com poucos caracteres, lembram os conteúdos publicados no *Twitter*; os grupos aos quais se pode participar no *Facebook* recordam as comunidades que têm no Orkut. Em resumo, o *Facebook* funciona como uma integração de grande parte de outras redes sociais.

Essa rede social está em primeiro lugar em termos de usuários. Em todo o mundo têm mais de 1 bilhão de usuários, sendo que no Brasil são mais de 71 milhões. De acordo com Boyd & Ellison (2007, apud RECUERO, 2009) o *Facebook*, cujo nome original é *thefacebook*, hoje tem um dos sistemas com maior base de usuários no mundo. O foco inicial dessa rede era criar uma rede de contatos na vida de um universitário que acabou de sair da escola para ir para a faculdade, o que nos Estados Unidos representa uma grande mudança na vida dos jovens, porque envolve mudança de cidade e um novo lugar com relações sociais diferentes das quais estavam habituados.

O Facebook funciona através de perfis e comunidades. Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas, etc.). O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. O uso de aplicativos é hoje uma das formas de personalizar um pouco mais os perfis (BOYD; ELLISON, 2007, apud RECUERO, 2009, p.171 - 172).

Na visão de Cardoso e Lamy (2011), o *Facebook*, assim como outras redes sociais, permite a criação de um perfil, onde são inseridas informações sobre o utilizador, desde dados como nome, idade ou estado civil, a opções ideológicas, políticas ou causas abraçadas. Ou seja, desta forma, o autor acredita que os utilizadores têm a igualdade de oportunidade para se juntarem a fóruns de discussão e debate. Além disso, é possível se comunicar por mensagens de um chat, publicar posts, comentar conteúdos publicados por outras pessoas e ainda partilhá-los.

O Facebook assume-se assim como 'comunicação mediada de um para muitos', pois cada utilizador sabe quem são os seus 'amigos', pois autoriza a sua 'amizade'. Só após a aceitação do próprio pode ele começar a ser 'amigo' de quem o convida. (CARDOSO; LAMY, 2011, p. 80)

O *Facebook*, além de ser uma rede social, também pode ser considerado uma mídia social. Segundo Canavilhas (2013, p. 123), "as mídias sociais digitais

estendem o limite da comunicação do tempo e no espaço”. O autor mostra que há uma diferença entre mídias sociais e redes sociais:

Mídias sociais digitais não são sinônimo de redes sociais digitais. Entende-se por mídias sociais digitais as plataformas digitais de geração e compartilhamento de conteúdo e que, potencialmente, permitem a interação entre indivíduos. Já as redes sociais são os grupos de relacionamento que emergem a partir do uso e interações nessas plataformas. Assim, por exemplo, o Facebook é uma mídia social digital que abriga inúmeras redes sociais (RUBLECKI, 2011, apud CANAVILHAS, 2013, p.123).

Marcon (2012, p. 3) diz que essa rede social conecta e integra pessoas de diferentes partes do mundo, ressignificando os conceitos de tempo e espaço e que “podemos dizer que o *Facebook* é um ambiente não-estruturado, no qual as informações perdem-se facilmente”. Ela explica que apesar dessa rede possuir uma linearidade cronológica, ou seja, ordem de postagens, “o volume de informações publicado impossibilita um acompanhamento sistematizado e aprofundado das contribuições, a não ser que o usuário possua um número pequeno de conexões”. Os conteúdos publicados no Facebook, na chamada “Linha do Tempo”, ficam reunidos em um “feed de notícias”, que é o espaço onde se encontram as publicações de todos os amigos. Essas publicações variam, podem ser vídeos, charges, comentários, frases, fotos e etc, portanto, quanto mais pessoas postando, mais se tem um fluxo de informação.

Na concepção de Brookes e Belkin (apud MANTOVANI, 2006, p. 5), “A informação é entendida como conhecimento comunicado e que opera uma transformação na estrutura mental dos sujeitos”. Esses autores acreditam que a partir dessa perspectiva a informação é aquilo que provoca mudança no estado mental do indivíduo, porque leva em conta os processos mentais efetuados ao receber a informação.

Stockinger (2001, p. 6) acredita que “Desde a globalização da Internet, informação deixou de ser um bem raro e passou a ser um bem abundante. Quase gratuito”. Ele explica que é preciso processar a informação de forma cada vez mais diferente, porque o efeito dessa informação depende de processos de comunicação criativos. Do contrário não se obtém uma interpretação e a informação emergente se torna inútil. O autor defende que o significado deve ser criado e inventado em atos comunicativos.

Sem comunicação, a informação efetiva, aquela que realmente 'faz a diferença' fica encoberta, indistinguível, apenas armazenada em memória psíquica e arquivos mediáticos. Ela é apenas informação potencial, e não chega a ser significativa, ela não se torna real. A realidade social não tem outra maneira de se expressar a não ser em forma de comunicação. Vivemos numa sociedade que não só oferece e consome informação, mas que sobretudo a processa do lado da recepção, muitas vezes no mesmo instante que a recebe (STOCKINGER, 2001, p.6).

Logo, os ambientes de informação disponíveis, a nível global, permitem uma nova realidade social. As pessoas informadas "(...) refletem suas informações não apenas individualmente, mas se utilizam, paralelamente, de sistemas de informação relacionados a ambientes de comunicação virtuais, em tempo real". (STOCKINGER, 2001, p.6)

O compartilhamento no *Facebook* é muito comum e é uma das formas das pessoas se tornarem presentes na rede. Marcon (2012) em seu artigo sobre "Redes Sociais e Arquiteturas Pedagógicas: uma experiência no Facebook", cita como é feito o compartilhamento nessa rede social.

Por estarem conectadas, todas as informações que os usuários visualizam (notícias, novidades, vídeos, leituras, links, entrevistas, entre outros) podem ser rapidamente compartilhadas, o que vem a caracterizar a participação do sujeito na rede, criando sua identidade no ciberespaço". (MARCON, 2012, p. 3)

Bernardo (2011) aponta que, embora um dos princípios das redes sociais seja a acessibilidade, por ser uma ligação social, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade, ou seja, a busca por algo em comum.

Um ponto em comum dentre os diversos tipos de rede social é o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. A intensificação da formação das redes sociais, nesse sentido, reflete um processo de fortalecimento da Sociedade Civil, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social. (BERNARDO, 2011, p. 3)

O autor acredita que as redes sociais surgiram para integrar pessoas com interesses e ideologias ligados pela relevância de um determinado assunto e para proporcionar integração e interatividade através de comunicação e compartilhamento de conteúdo.

Segundo Lévy (1994, apud. MARCELO, 2001, p. 8),

As novas tecnologias precipitam o Homem num novo universo comunicacional, onde se processa a circulação do saber, que o autor designa como 'inteligência colectiva', com profundas implicações no reforço das competências e dos laços comunitários estabelecidos entre os agentes.

De acordo com Marcelo (2001), as motivações das pessoas que integram as comunidades virtuais acontecem pela vontade de se comunicar, via internet, com pessoas que conhecem pessoalmente ou com pessoas que ainda não tiveram contato físico, mas com quem procuram estabelecer relações. Outro tipo de motivação pode ser a busca por informações diversas. Isso ocorre porque um dos objetivos dos habitantes do ciberespaço é obter informação sobre os mais diversos assuntos. Na opinião de Papert, 1997 (apud. MARCELO, 2001, p. 85):

(...) 'a faceta mais positiva da Internet reside no seu potencial de nivelamento', pois este medium permite a todos os indivíduos acederem aos mesmos recursos, às mesmas informações. A troca de informação é um elemento importante na análise dos grupos sociais que se formam na rede, perspectivada não no sentido de simples 'transmissão' da informação, mas, antes, no sentido da 'partilha', já que o ritual da troca torna possível a interacção entre os sujeitos.

Em relação ao termo inteligência coletiva, Aguiar (2006), acredita que essa inteligência está ligada a idéia de um princípio onde as inteligências individuais são somadas e compartilhadas por toda a sociedade, formando assim a inteligência coletiva. Aguiar (2006, p. 4) explica que "Esse compartilhamento é possibilitado pela interconexão das inteligências individuais que, por sua vez, é potencializada pelo advento das novas tecnologias de comunicação, como a Internet".

Esta inteligência se assenta sobre dois conceitos fundamentais: cooperação e competição. O aspecto cooperativo se refere ao vínculo social proporcionado pela dinâmica criada pelos participantes dos eventos comunicativos que têm lugar no ciberespaço. Uma dinâmica orientada pela horizontalidade das relações e pela sinergia das colaborações individuais. Já o aspecto competitivo se refere ao constante debate de idéias contraditórias ou divergentes que surgem nesse ambiente (AGUIAR, 2006, p. 4).

Em meio a esse processo de interação é importante lembrar que Lévy, 1999, (apud, AGUIAR, 2006, p. 3) acredita que:

“(...) qualquer receptor, a menos que esteja morto, nunca é passivo”, uma vez que ele decodifica a mensagem que lhe é apresentada e se posiciona em relação a ela. Desta forma (...) qualquer situação comunicacional implica em interação, em participação do receptor.

“Os usuários passaram a interagir mais entre si e compartilhar assuntos em comum”, afirma Abreu e Coimbra (2011, p. 1). Como consequência desse comportamento, é possível perceber mudanças na vista geral de consumo de conteúdo:

A fragmentação do assunto para diversas instâncias sociais interativas (...), o domínio de um universo de aplicações de informações em tempo real (...) e o advento das mídias sociais (resultante das relações propiciadas pelas redes sociais como ambiente de manifestação do usuário de sua percepção do mundo ao seu redor) são somente alguns dos reflexos dessas mudanças (...) (ABREU; COIMBRA, 2011, p. 1).

Abreu e Coimbra (2011) explicam que o usuário tem necessidade de apresentar o que ele consome, dessa forma ele compartilha com seus amigos, que por sua vez comentam o assunto e espalham a notícia. Depois da informação espalhada acontece um ciclo de compartilhamento em rede e a notícia passa a ter outro contexto por causa da opinião de diferentes pessoas que são agregadas a esse contexto.

Para Serra (2006), um dos aspectos mais interessantes das chamadas novas tecnologias da informação e comunicação da internet, é o problema da credibilidade do discurso, devido ao fato de que existe uma grande quantidade de informações disponíveis.

A facilidade e a liberdade quase ilimitadas de publicação que caracterizam a Web, (...) levam a que, ao mesmo tempo que se rompe o ‘monopólio’ de produção da informação das organizações midiáticas tradicionais, se esvaia, pelo menos em grande parte, o dispositivo de credibilização que elas tinham posto em jogo (SERRA, 2006, p. 5 - 6).

Reforçando a idéia de que as novas tecnologias possibilitaram acesso a uma grande quantidade de informação, Mantovani (2006, p. 1) ressalta a transição da sociedade industrial, onde o foco era na produção de bens, para uma sociedade em que a informação é a principal matéria prima. Mas a autora explica que a questão informacional sempre esteve presente na sociedade, só que agora, a informação adquire importância estratégica.

O desenvolvimento dos sistemas de informação põe em discussão a capacidade de se coletar informações, a velocidade de captação e, principalmente, a disseminação das mesmas na sociedade, bem como sua confiabilidade. A preocupação está em fornecer informações adequadas, na medida em que são demandadas pelos usuários. (MANTOVANI, 2006, p.1))

No jornalismo on-line, por exemplo, a velocidade da informação se tornou um dilema no que diz respeito a tentativa de aliar credibilidade à plataformas que exigem tanta velocidade, como as redes sociais, diz Carvalho e Tavares (2011). “A era do ‘furo’ acabou. Nenhum jornalista consegue competir com 500 milhões de fontes (que é, por exemplo, a população do *Facebook*) que estão diretamente conectadas às audiências” (RECUERO, 2011, apud. CARVALHO; TAVARES, 2011, p. 6). O que ocorre é que através das redes sociais os indivíduos podem se comunicar, trocar experiências, debater assuntos e proporcionar a troca ou o compartilhamento de conhecimento, por meio de uma relação social, explica Carvalho e Tavares (2011).

Através das redes sociais, os ‘cidadãos comuns’ viram que também podem fazer mídia, propagar seus produtos, comentar assuntos de interesse comum, trocar ideias, expor opiniões. E essa participação vem a cada minuto que passa, sendo expandida e valorizada. Atualmente, o mundo está envolto e atrelado às novas tecnologias, principalmente as redes sociais. Essa hiperconexão fez milhares de pessoas se conectarem e estabelecerem relações (CARVALHO; TAVARES, 2011, p. 2).

2.4.2 Fundamentação teórica

O interacionismo simbólico, que tem como problema básico da pesquisa como o indivíduo compreende a realidade social, é importante para poder ter a compreensão do problema desta monografia, que trata justamente de entender como acontece a percepção das pessoas diante das informações compartilhadas no *Facebook*. Segundo Blummer (apud, BRITO, 2009, p. 1), essa teoria “propõe o estudo da vida grupal humana e da conduta humana”, e que para que esse estudo aconteça são estabelecidas três premissas:

A primeira diz que os seres humanos agem mediante coisas, a partir do significado que determinadas coisas têm para eles. A segunda premissa sugere que o significado de tais coisas deriva ou surge da interação social

que um indivíduo mantém com seus pares. Na terceira premissa, temos que tais significados são manuseados e modificados no processo interpretativo usado pelo indivíduo ao lidar com as coisas que ele encontra.

De acordo com Brito (2009, p. 2), para o interacionismo simbólico o significado que as coisas têm para o ser humano é fundamental. Esses significados surgem a partir do processo de comunicação. Dessa forma a teoria vê o significado como um produto social, criado nas e por meio das atividades das pessoas enquanto interagem.

O Interacionismo Simbólico [...] reconhece a interação social como de vital importância. Tal importância reside no fato de que a interação social é um processo que forma a conduta humana ao invés de ser simplesmente um meio ou um cenário para a expressão desta conduta. Os seres humanos, nas interações uns com os outros, têm que considerar o que o outro está fazendo ou está prestes a fazer, são forçados a direcionar suas próprias condutas ou lidar com a situação nos termos daquilo que consideram. Assim, as atividades dos outros surgem como um fator positivo na formação das condutas; face às ações dos outros, um indivíduo pode abandonar, revisar, checar, suspender ou intensificar uma intenção. (BLUMMER, 1969, apud BRITO, p. 3)

Para Santos (2008), a ação do ser humano leva em consideração tudo que ele observa, a partir disso relaciona com o significado das ações de outros e com isso define sua linha de conduta, à luz da interpretação. “O interacionismo simbólico é uma das formas de interpretar as percepções das pessoas, o significado e o sentido que eles dão às coisas e como estes relatos se relacionam com as experiências vivenciadas (SANTOS, 2008, p. 3). O símbolo é o centro dessa teoria, pois sem eles as pessoas não podem interagir com outras. Na realidade, segundo Santos (2008), a comunicação se faz através de símbolos que têm seu significado entre as pessoas e, através da interpretação desses símbolos, ocorre à interação social. É por meio dos símbolos que os seres humanos são socializados, compartilham da cultura e entendem qual seu papel social.

O símbolo é usado para pensar, comunicar, representar. Ele só é simbólico quando expressa um significado (uma representação), uma intencionalidade. (...) Assim, à medida que os indivíduos interagem, eles estão interpretando ou definindo as ações uns dos outros, ao invés de meramente reagindo às ações uns dos outros. Suas respostas não são dadas diretamente às ações do outro, mas baseadas nos significados que eles atribuem a tais ações. Então, a interação humana é mediada pelo uso de símbolos, por interpretação ou pela determinação de significados às ações dos outros. (SANTOS, 2008, pg. 8)

Santos (2008) lembra que o interacionismo simbólico é uma metodologia empírica, ou seja, baseada na experiência que pode usar como procedimentos: estudo de caso, observação participante, análise de documentos, entre outros.

2.5 A SOCIEDADE DE INFORMAÇÃO

Segundo Castells (2008), a revolução da tecnologia da informação foi primordial para o processo de reestruturação do sistema capitalista a partir da década de 80. “Durante esse processo o desenvolvimento e as manifestações dessa revolução tecnológica foram moldados pelas lógicas e interesses do capitalismo” (CASTELLS, 2008, p. 50). Essa nova estrutura social está associada a um novo modo de desenvolvimento que é o informacionalismo, moldado pela reestruturação do novo modo capitalista de produção, no final do século XX. Neste modo de produção “as sociedades são organizadas em processos estruturados por relações historicamente determinadas de produção, experiência e poder” (CASTELLS, 2008, p. 51). Com isso ele explica:

Produção é a ação da humanidade sobre a matéria (natureza) para apropriar-se dela e transformá-la em seu benefício, obtendo um produto, consumindo (de forma irregular) parte dele e acumulando o excedente para investimento (...). Experiência é a ação dos sujeitos humanos sobre si mesmos, determinada pela interação entre as identidades biológicas e culturais desses sujeitos em relação ao seus ambientes sociais e naturais. Poder é aquela relação entre os sujeitos humanos que, com base na produção e experiência, impõe a vontade de alguns sobre os outros pelo emprego potencial ou real de violência física ou simbólica (CASTELLS, 2008, p. 51).

Castells diz que essas relações de produção, experiência e poder baseadas na comunicação simbólica, entre os seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, se cristalizam ao longo da história e com isso geram culturas e identidades coletivas. O modo de desenvolvimento informacional passa a ter a tecnologia como principal fonte de produtividade, de onde se gera conhecimentos, processamento da informação e de comunicação de símbolos. Para entender melhor como a tecnologia participa como fonte de produtividade, Castells (2008, p. 54), afirma que:

(...) a tecnologia e as relações técnicas de produção difundem-se por todo o conjunto de relações e estruturas sociais, penetrando no poder e na experiência e modificando-os. Dessa forma, os modos de desenvolvimento modelam toda a esfera de comportamento social, inclusive a comunicação simbólica.

É possível perceber que a sociedade agora tem a tecnologia como aliada em suas relações produtivas, o que fez com que houvesse mudanças na estrutura social. As funções e os processos dominantes na era da informação estão organizado cada vez mais em torno de redes. Segundo Castells (2008, p. 555) “Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades (...)” e com a propagação da lógica de redes ocorre uma modificação substancial em relação a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Essas mudanças são o que Castells diz ser a essência da nova sociedade informacional, e a respeito das tecnologias e a sociedade ele conclui que:

(...) a habilidade ou inabilidade de as sociedades dominarem a tecnologia e, em especial, aquelas tecnologias que são estrategicamente decisivas em cada período histórico, traça seu destino a ponto de podermos dizer que, embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades sempre em processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico. (CASTELLS, 2008, p. 44)

Com a expansão da internet, em 1990, a sociedade além de ser informacional, passou a ser uma sociedade interativa por causa da comunicação mediada pela internet. Castells (2008) diz que essas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais e que a comunicação mediada por computadores gera inúmeras comunidades virtuais.

Entende-se comunidade virtual, segundo a argumentação de Rheingold, como uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta. Tais comunidades podem ser relativamente (...) formadas espontaneamente por redes sociais (...). (CASTELLS, 2008, p. 443)

Castells (2008) faz um questionamento sobre essas comunidades: “As comunidades virtuais são comunidades reais?”. Ele explica que são comunidades, mas não são comunidades físicas e não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas, que seriam no caso a convivência pessoal com pessoas próximas. Mas também não deixam de ser reais, porque funcionam em outro plano de realidade. Para o autor, nas comunidades reais ou físicas a interação é feita pelo contato face a face com pessoas de laços fortes, ou seja, pessoas conhecidas e próximas. Já nas comunidades virtuais que “são

redes sociais interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos (desconhecidos), diversificadíssimas e especializadíssimas, mas também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica sustentada.” (2008, pg. 445)

Com esses fatos pode-se observar que estamos diante de um novo sistema de comunicação, onde a tecnologia impera. Segundo Castells (2008) o que caracteriza esse sistema, que é baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos de comunicação, é sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais.

(...) é precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais (CASTELLS, 2008, p. 461).

Stockinger (2001) acredita que estamos em uma época de mudanças sociais de alta velocidade presentes em todo lugar do mundo. “Sistemas e redes sociais de comunicação ligadas a personalidades, organizações e comunidades ativas e interativas operam em novas estruturas, que moldam transformações nas atividades humanas nos mundos pessoal, público e do trabalho” (STOCKINGER, 2001, p. 5). Para ele, esses sistemas estão relacionados a um desenvolvimento tecnológico de ambientes de informação e comunicação até bem pouco tempo inimaginável. “Via mídia e multimídia eles se acoplam a novas formas de convívio social que requerem ainda a sua aprendizagem consciente” (STOCKINGER, 2001, p. 5).

O termo sociedade da informação foi bem aceito para denominar essa época. Stockinger diz que o termo apontava, no período recente do século XX, para um novo futuro. O conceito de Sociedade da informação de acordo com Stockinger (2001, p. 5):

(...) denomina uma sociedade, na qual a informação aparece como uma energia efetiva, ou, do ponto de vista econômico, como um fator de produção, que se iguala na sua importância aos fatores ‘capital’ e ‘trabalho’, ou até os supera, dominando a formação social.

Com o início do século atual houve um crescimento rápido de redes de comunicação eletrônica, nas quais estão inseridas as redes sociais. Por isso o autor

defende que a sociedade da informação está se tornando a sociedade da comunicação.

A transição da sociedade da informação para a sociedade da comunicação, em curso, encontra uma formação social, na qual os atores humanos estão largamente saturados e sobrecarregados de dados e informação que carece de depuração. (...) Já não se trata apenas de discernir, acumular e comercializar dados e informações, mas sobretudo de processá-los de forma cada vez mais diferenciada, cada vez mais excêntrica. A informação a ser obtida de dados "brutos" depende, para fazer efeito, de processos de comunicação criativos (STOCKINGER, 2001, p. 6).

Dessa forma observa-se que na sociedade da informação, a informação era tratada apenas como um produto a ser comercializado ou um fator de produção, já na sociedade da comunicação ela é mais que isso, para a informação ter o efeito esperado ela depende, cada vez mais, de processos criativos. Stockinger (2001) acredita que vivemos em uma sociedade que não só oferece e consome informação, mas que principalmente é capaz de processar e analisar essa informação no momento em que a recebe e as redes eletrônicas são um exemplo, porque através de um meio eletrônico uma pessoa pode processar essa informação e no mesmo instante ter um visão sobre aquilo, da qual se lembrará se lhe for útil, a partir disto vem a importância de ter processos de comunicação criativos. E com isso Stockinger (2001, p. 7) explica que:

O termo 'sociedade da comunicação' denomina um sistema social global, onde a informação é tratada em *media*, formas e formatos de comunicação, que a reproduzem numa escala que vai 'desde o cristal até a fumaça'. Mais do que um 'fator de produção', comunicação opera a base dos macro e microssistemas sociais'.

Com isso o autor defende que os novos sistemas e ambientes de comunicação oferecem a qualquer um inúmeras possibilidades de participação social ativa e que a comunicação está penetrando a vida cotidiana. Porque a compreensão desses ambientes de comunicação é básica para a construção da sociedade e a participação nela.

2.6 CASO JEAN WYLLYS

No começo do mês de março deste ano, Jean Wyllys, deputado federal do Partido Socialismo e Liberdade – Rio de Janeiro (PSOL-RJ), começou a ser notado principalmente em redes sociais, por se manifestar contra a eleição do pastor Marco Feliciano, deputado federal do Partido Social Cristão – São Paulo (PSC-SP), para assumir a presidência da Comissão de Direitos Humanos (CDH). O ocorrido se tornou um assunto polêmico porque o pastor estava sendo alvo de inúmeras críticas que envolviam supostas declarações racistas e homofóbicas feitas por ele. O então deputado federal, Wyllys, se posicionou contra Feliciano por defender causas as quais o pastor “se mostra contra”.

De acordo com a biografia do site³ de Jean Wyllys, ele foi eleito para mandato 2011 – 2015 e é parceiro de vários movimentos, como exemplo, a defesa dos direitos humanos das Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais (LGBTs). Suas principais causas são o combate à homofobia, à intolerância, ao fundamentalismo religioso, ao trabalho escravo, à exploração sexual de crianças e adolescentes, e à violência contra a mulher.

Segundo informações do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), a trajetória política do deputado começou em grupos de jovens da Igreja Católica em Alagoinhas, no interior da Bahia, que foi onde nasceu. Jean Wyllys de Matos Santos, nascido em 10 de março de 1974, atualmente com 39 anos, se tornou conhecido por muitas pessoas ao participar de um reality-show, programa da Rede Globo, conhecido como Big Brother Brasil. A participação no programa, que é o confinamento e convivência com outras pessoas por três meses, foi em 2005 e Jean saiu vencedor. Na época se envolveu em uma polêmica porque assumiu ser gay durante o confinamento.

Jean é formado em jornalismo pela UFBA (Universidade Federal da Bahia) e antes de entrar para o reality trabalhava como professor universitário. Após se tornar conhecido nacionalmente decidiu tentar a carreira política e hoje é deputado federal. Nos últimos meses ganhou notoriedade por seu posicionamento contra, o também deputado federal, Marco Feliciano.

³ **Site do Jean Wyllys.** Disponível em: < <http://jeanwyllys.com.br/wp/>>. Acesso em: 13 de abril de 2013.

Os dois personagens começaram a aparecer com freqüência nas redes sociais por meio de postagens de opinião dos internautas, nas quais colocavam ambos os deputados em lados opostos. Os usuários compartilhavam concordando e alguns discordando. E Wyllys se tornou alvo de críticas relacionadas com citações atribuídas a ele, das quais afirma nunca ter dito, que se espalharam no *Facebook* através da ferramenta de compartilhamento. O estopim foi uma suposta entrevista que o deputado deu para a rádio CBN na qual defenderia a pedofilia. Com a dimensão que essas informações se espalharam a CBN publicou um comunicado em sua página virtual como mostra a figura a seguir:

Figura 1⁴:



Imagens com a foto do deputado e com citações foram espalhadas pela ferramenta de compartilhamento, um exemplo das imagens é a figura 2. Elas surgiam, por exemplo, de blogs desconhecidos que apóiam o pastor Marco Feliciano, e também de qualquer perfil conectado que se sentisse no direito de postar e compartilhar essa informação. Como os usuários do *Facebook* são mais de 1 bilhão de pessoas o espaço de interação é amplo.

⁴ **Figura 1.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/radiocbn/posts/518810608165322>>. Acesso em: 20 de abril de 2013

Figura 2:⁵

De acordo com Santos (2008), todas as pessoas podem ser produtoras de conteúdos no ciberespaço, isso é resultado da mudança que esse ambiente traz na relação entre usuários (receptores) e conteúdo. Com isso é possível imaginar o volume de informação que existe no *Facebook*, já que todos os usuários podem ser considerados produtores de conteúdos.

Recuero (2009) diz que um dos elementos característicos das redes sociais é a capacidade de propagar informações através das conexões entre os usuários. Para se ter uma noção do nível de propagação das informações, a figura 3 serve como exemplo porque foi compartilhada por 68 mil pessoas. Essa informação foi mais uma das imagens que surgiram após a falsa entrevista de Jean Wyllys a CBN.

⁵ **Figura 2.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=443565702401037&id=158485274242416&set=a.163185073772436.38546.158485274242416>>. Acesso em: 13 de abril de 2013.

Figura 3:⁶

Deputado gay Jean Wyllys ofende e declara guerra aos cristãos

CAI A MÁSCARA DE UM DOS ANTICRISTOS



O deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ), homossexual militante que conseguiu alguma notoriedade participando do programa Big Brother Brasil da Rede Globo, lançou, na semana passada, uma campanha de combate ao cristianismo.

Em sua página do Twitter, ele publicou várias mensagens dizendo que os cristãos são doentes, homofóbicos, preconceituosos, violentos, ignorantes e fanáticos, e que ele se dedicará ainda mais a eliminar a influência do cristianismo na sociedade. O deputado enfatizou que seu mandato tem como foco a defesa dos interesses da militância gay e o combate a seus "inimigos".

O deputado, que é membro da Frente Parlamentar LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros e travestis) no Congresso Nacional, aproveitou para

comocar seus seguidores para se juntar a ele em sua guerra particular. Jean obteve respostas diversas: angariou o apoio previsível de seus seguidores militantes da causa gay, e provocou a reação de inúmeros outros usuários da rede social, indignados com as ofensas do parlamentar aos cristãos e com seus ataques à liberdade de expressão, religião e comunicação.

Jean promove uma campanha de censura a usuários do Twitter que são contrários às ideias que ele defende, como: 'casamento' homossexual, cartilhas de suposto combate à "homofobia" do MEC (mais conhecidas como Kit gay) e o PLC 122/2006 (lei da mordaza gay), projeto de lei que pretende transformar em crime qualquer crítica ou oposição ao comportamento homossexual ou às pretensões do lobby gay.

**SE VOCÊ É CRISTÃO LUTE CONTRA
ESTE ANTICRISTO, COMPARTILHE!**

**AI DOS QUE CHAMAM O MAL DE BEM E O BEM DE MAL;
DOS QUE FAZEM DA LUZ TREVAS E DAS TREVAS LUZ...
ISAÍAS 5:20**

Essa capacidade de propagar informações é o que Recuero (2009) afirma ser a responsável por alterar os fluxos de informação dentro da própria rede. A autora atribui isto ao surgimento da internet que permitiu com que as pessoas pudessem espalhar informações de forma mais rápida e interativa. "Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais" (RECUERO, 2009, p. 114).

Recuero (2009) afirma que as redes sociais são constituídas de atores sociais que tem interesses, percepções, sentimentos e perspectivas e que existe uma conexão entre aquilo que alguém decide publicar e a visão de como o grupo ao qual está inserido em rede perceberá essa informação.

⁶ **Figura 3:** Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=324202421016842&set=a.261018387335246.39021.261012087335876&type=1&ref=nf>>.

Acesso em: 20 de maio de 2013.

Tais informações parecem espalhar-se através dos laços mais fracos, atingindo nós espalhados entre os vários grupos da rede social e espalhando-se com maior rapidez, mas com menor interação. Por outro lado, como ressalta Granovetter (1973), esses laços são eficientes no transporte de informação, mas não tão eficientes na construção de suporte social e confiança, por exemplo (RECUERO, 2009, p. 121).

O conhecimento é importante no momento de interpretar essas informações, postadas ou compartilhadas por outras pessoas que vão saltando na frente do usuário no *Facebook*. Segundo Barreto (2002), conhecer é um ato de interpretação individual, onde as estruturas mentais do sujeito se apropria da informação para poder perceber o meio.

A geração de conhecimento é uma reconstrução das estruturas mentais do indivíduo realizado por meio de suas competências cognitivas, ou seja, é uma modificação em seu estoque mental de saber acumulado, resultante de uma interação com uma forma de informação. Essa reconstrução pode alterar o estado de conhecimento do indivíduo, ou porque aumenta seu estoque de saber acumulado, ou porque sedimenta saber já estocado, ou porque reformula saber anteriormente estocado. No entanto, como diria Derrida (1995), esta é mais uma aventura do olhar, do que uma maneira de questionar o objeto em si (BARRETO, 2002, p.172).

Levando em conta que de acordo com Barreto (2002) a interação como uma forma de informação gera conhecimento, é importante saber como ocorre essa interação. Para Brito (2009) uma sociedade humana consiste de pessoas em associação. Essa associação existe necessariamente na forma de pessoas agindo umas com as outras, e depois se inserindo na ação social. Esta interação na sociedade acontece no nível simbólico ou não-simbólico.

George Herbert Mead identificou duas formas ou níveis de interação social na sociedade humana, os quais denominou 'a conversa dos gestos' e 'o uso de símbolos significantes' (Blummer, 1969, p. 08). Blummer, partindo destes conceitos, propõe outras nomenclaturas: 'interação não-simbólica' e 'interação simbólica', respectivamente. A interação não-simbólica acontece quando um indivíduo responde diretamente à ação do outro sem interpretar aquela ação, já a interação simbólica envolve interpretação da ação. (BRITO, 2009, p. 3)

Os atores sociais utilizam os significados por meio de um processo de interpretação, afirma Brito (2009). Este processo tem duas etapas diferentes:

Primeiro, o ator indica para ele mesmo as coisas que têm significado. Ao fazer tais indicações, o ator interage e comunica-se com ele mesmo. Depois, como resultado deste processo de comunicação do indivíduo com ele mesmo, a interpretação torna-se uma questão de como lidar com os significados. O ator seleciona, checa, suspende, reagrupa os significados sob a luz da situação em que ele é colocado e da direção de suas ações. Assim, a interpretação não deve ser tomada como uma aplicação automática de significados estabelecidos, mas como um processo constitutivo em que significados são usados e revisados como instrumentos que guiam e formam a ação (BRITO, 2009, p. 2).

Conforme a visão de Santos (2008, p. 1), “a interação social é um processo que constantemente está sendo construído pelos atores, de modo que estes podem interpretar o mundo que o cerca e o qual interagem”. Ele acredita que a sociedade existe em ação e a vida do grupo pressupõe a interação entre os membros do grupo.

O resultado de tudo isso é que os cidadãos deixaram de ser fontes para jornalistas, e de ter os mesmos como fontes de informações, e passaram a ser fontes para a sociedade por meio de seus espaços virtuais, redes sociais por exemplo, onde podem se expressar e interagir. “Cidadãos que fazem a circulação da informação por sua própria força, e com suas próprias palavras e línguas”. (CANAVILHAS, 2013, p.57).

Segundo Serra (2006), partindo do princípio que toda decisão implica critérios, análises para escolha, vai de cada um dos receptores decidir e escolher por si mesmo, qual informação é mais ou menos confiável, quais merecem ser consideradas credíveis ou não.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tecnologia foi essencial, na verdade foi norteadora, para que pudéssemos chegar onde nos encontramos hoje, com grande quantidade de informação circulando em tempo real. A partir da Revolução Industrial, que começou por volta do século XVIII, veio o impacto nas formas de produção onde o trabalho manual passou a ser substituído por máquinas, inventaram novas técnicas de produção que permitiam rapidez na hora de produzir ou transportar a matéria-prima e tornaram os métodos de produção mais eficientes. No século XX os efeitos dessa revolução fez com que o capitalismo se transformasse. O capitalismo passou a adotar a tecnologia como principal fonte para se obter produtividade. A tecnologia começava a tomar conta das relações produtivas assim como a informação. Com o passar dos anos a informação foi se tornando prática necessária.

A internet surgiu em 1990 trazendo consigo uma alta capacidade de disseminar informações. Com o passar dos anos a modernização das tecnologias, fizeram com que esta rede se tornasse acessível para os demais grupos sociais. Essa popularização da internet aumentou a interatividade e atingiu um nível nunca visto anteriormente, as pessoas hoje em dia tem mais espaços para manifestar opiniões e propagar conhecimentos diversos.

Atualmente as informações circulam em grande velocidade, aparecem e somem em um “pisar de olhos”. Um exemplo de espaço virtual onde é possível ver várias informações que se perdem com facilidade é a rede social ou mídia social, conhecida como *Facebook*, que atualmente possui mais de 1 bilhão de pessoas. Nessa mídia as pessoas podem publicar conteúdos variados desde que não vão contra as regras de uso da mesma. O compartilhamento de informações é a ferramenta responsável por grande parte da propagação de conteúdos. Isso acontece porque normalmente uma informação postada já vem compartilhada por outra pessoa, lembrado que cada usuário que compartilha algo permite que seu ciclo de amigos veja e também tenha acesso ao mesmo conteúdo. A abrangência é ampla, como exemplo, uma das citações a respeito do deputado atingiu 68 mil compartilhamentos, a se considerar que cada uma dessas pessoas que compartilharam esse conteúdo tem um ciclo significativo de amigos.

O tema desse estudo exploratório que é o compartilhamento das falsas citações atribuídas a Jean Wyllys, deputado federal, exemplifica a dimensão atingida por um compartilhamento. Nesse caso foram feitas falsas citações onde o deputado defende a pedofilia e declara guerra aos cristãos, em uma suposta entrevista para a rádio CBN. Pedofilia e intolerância religiosa são repudiadas pela sociedade o que pode ter favorecido na alta propagação dessa informação. Devido a polêmica que essa situação virou nas redes sociais, a CBN fez um comunicado informando que a entrevista nunca aconteceu.

O compartilhamentos contra o deputado levaram a pedidos de cassação do mandato e até mesmo à ameaças de morte. Por estarem expostas a um fluxo de informação, no *Facebook*, onde tudo é muito rápido, pode-se dizer que a maioria dos usuários não param para checar a credibilidade da informação e um exemplo disso, é observar o alto número de compartilhamentos de informações não verídicas a respeito de Jean Wyllys. O que pode ocorrer é que as pessoas que compartilham essas informações se deparam com o conteúdo e imediatamente atribui um significado que leva em conta, por exemplo, quem fez a postagem. Um amigo que faz parte do ciclo de interação, por ser um laço forte, pode tornar o conteúdo confiável sem necessidade de checar suas origens. A dificuldade encontrada no mundo virtual é justamente a falta do face a face, porque sem isso a percepção é abstrata, não é possível perceber com certeza os sentimentos dos outros que estão ali conectados.

Uma implicação da disseminação dessas informações não verídicas é o dano pessoal vivido pelo deputado, que sofreu retaliação e danos a sua moral afetando sua credibilidade pessoal e profissional. Isso mostra o poder das informações publicadas nas redes sociais. E o usuário, que Silva (2012) diz ser a, peça chave do sistema tem a capacidade não apenas de reter informação, como também de criá-las e disseminá-las trazendo benefícios ou prejuízos em diversas áreas dos relacionamentos humanos.

Sendo assim, nesse meio virtual, há dificuldade em analisar a credibilidade dos conteúdos postados, sem ter um conhecimento prévio a respeito. A percepção das pessoas acontece por meio da interação e a partir disso, ela pode adquirir conhecimento ou não. Cada um como comunicador e produtor de conteúdo, tem a capacidade crítica de atribuir simbolismo, ou seja, significados naquilo que recebe e

compartilha. Em uma entrevista⁷ para a Folha de S. Paulo o sociólogo Manuel Castells disse que “A internet é uma condição necessária mas não suficiente para que existam movimentos sociais”. Ou seja, nem todos movimentos que surgem nas redes sociais conseguem atingir seus objetivos. Isso ocorre porque segundo ele “a mensagem só é eficaz se o destinatário estiver disposto a recebê-la e se for possível identificar o mensageiro e ele for de confiança”.

⁷ **Entrevista Manuel Castells.** Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2013/06/1288841-acao-em-rede-social-nao-basta-para-mobilizar-as-pessoas-diz-sociologo.shtml>>.

4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, M; COIMBRA, P. **Interface para um ambiente de consumo + participação: um widget social para a experiência globo.com.** Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3753908>>. Acesso em: 31 de mai. 2012.

AGUIAR, Kátia. **Blog-jornalismo: interatividade e construção coletiva da informação.** Disponível em : <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-blog-jornalismo.pdf>>. Acesso: 20 de maio de 2013.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey.** Belo Horizonte. Editora UFMG, 2003

BARRETO, Aldo. **A condição da Informação.**Ano: 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v16n3/13563.pdf>>. Acesso em 21 de abril de 2013.

BERNARDO, Danylo. **Evolução na comunicação: estudos nas redes sociais.** **Ano:2011.**<http://www.uscs.edu.br/pesquisasacademicas/images/pesquisas/danylo_elias.pdf> Acesso em: 10 de maio de 2013.

BRITO, Ruan. **Interacionismo Simbólico e Comunidades Virtuais: Uma Alternativa Metodológica à “Comunidade Diluída”.** Ano: 2009. <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art49.pdf> Acesso em: 02 de maio de 2013.

CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis.** LivrosLabcom. Ano: 2013. <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>>. Acesso em: 02 de abril de 2013.

CARDOSO, Gustavo e LAMY, Cláudia. **Redes Sociais: comunicação e mudança.** Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4046121/3.pdf%E2%80%8E>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede.**11 Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

DUARTE, Jorge. e BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas S.A, 2005.

MANTOVANI, Camila. **Informação e mobilidade.**Ano: 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/mantovani-camila-informacao-mobilidade.pdf>>. Acesso em 10 de maio de 2013.

MARCELO, Ana. **Internet e Novas Formas de Sociabilidade**. Ano: 2011. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/marcelo-ana-sofia-internet-sociabilidade.pdf>>. Acesso em: 13 de maio 2013.

MARCON, K. **Redes sociais e arquiteturas pedagógicas: uma experiência no Facebook**. Disponível em: <http://karinamarcon.pbworks.com/w/file/etch/49912864/Trabalho_Final_Arquiteturas_Pedag%C3%B3gicas_Karina_Marcon.pdf>. Acesso em: 31 de mai.2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Ano: 2009. Disponível em: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 02 de maio de 2013.

SAKATE, M; SBARAI, R. **O Facebook engole o mundo**. Disponível em: <<http://www.dpf.gov.br/agencia/pf-na-midia/revista/2012/fevereiro/o-facebook-engole-o-mundo>>. Acesso em: 31 de mai. 2012.

SANTOS, Sérgio. **Interacionismo simbólico uma abordagem teórica um análise na saúde**. Ano: 2008. Disponível em: <http://www.ccs.ufpb.br/gepaie/lib/exe/fetch.php?id=home%3Apublica%C3%A7%C3%B5es&cache=cache&media=home:artigo_interacionismo_simb%C3%B3lico.pdf>. Acesso em: 13 de abril de 2013.

SERRA, Paulo. **A credibilidade da informação na web**. Ano: 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

SILVA, Rafael. **O ciberespaço como lugar para o jornalista**. Ano: 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0949-1.pdf>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

STOCKINGER, Gottfried. **Para uma Teoria Sociológica da Comunicação**. Ano: 2001. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/stockinger-gottfried-teoria-sociologica-comunicacao.pdf>>. Acesso em: 10 de maio de 2013.