



Distopia virtual: uma análise da emergência de novos atores no campo da comunicação digital¹

Rebecca Botelho Portela de Melo²

Resumo: Neste artigo são abordadas diferentes perspectivas teóricas relacionadas às expectativas acerca da democratização da comunicação a partir do amplo acesso à internet 2.0, tendo como objetivo refletir sobre o impacto social das novas configurações de mídia. As mudanças constantes nas formas de produção e consumo de informações reinauguram questões sociológicas centrais, como o novo espaço de agência ocupado pela antiga “massa receptora” de informações: os indivíduos passam a ocupar o epicentro deste rearranjo no âmbito da comunicação. A partir da noção de “utopia digital”, discutiremos o conceito de autocomunicação de massa e suas atuais consequências para o processo democrático. Para isso, será feita uma análise da emergência de novos atores no campo da comunicação independente.

Palavras-Chave: Autocomunicação de massa. Extrema-imprensa. Utopia Digital. Novas Mídias. Sociologia da comunicação.

Virtual Dystopia: Analysis of the emergence of new actors in the field of digital communication

Abstract: We will approach different theoretical perspectives related other expectations of democratization of communication from the broad access to the Internet 2.0, aiming for a deep reflection about the social impact of new media configurations. The constant changes in the forms of production and consumption of information reopened some central sociological issues, such as the new space of agency occupied by the old “receiving mass” of information: individuals now occupy the epicenter of this rearrangement in the scope of communication. From the notion of “digital utopia”, we will discuss the concept of mass self-communication and its current consequences for the democratic process. For this, an analysis of the emergence of new

¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no 44º Encontro Anual da ANPOCS, no SPG28 “Mídias Digitais, Cultura, Política e Sociedade”. Agradecemos aos coordenadores do SPG28 Lara Roberta Rodrigues Faccioli e Felipe André Padilha, bem como aos demais debatedores pelas contribuições e sugestões para o aprimoramento deste trabalho.

² Doutoranda em Sociologia pelo Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Mestre em sociologia pelo mesmo Programa, bacharel em Ciências Sociais pela UFPE, com dupla titulação pela Universität Hamburg (Alemanha). Natural de Recife –Pernambuco. ORCID: 0000-0002-9533-2379; e-mail: rebeccaportelamelo@gmail.com.



actors in the field of independent communication will be made.

Keywords: Work. Mass self-communication. Extreme-press. Digital Utopia. New media. Sociology of communication.

1. Introdução

Partindo de uma perspectiva relativamente genérica, é possível desenhar no campo acadêmico e intelectual dois cenários distintos no que tange as análises sobre os impactos da internet para a sociedade: o primeiro relaciona a internet como um instrumento de vigilância, controle e alienação, e o segundo cenário a considera uma importante ferramenta de democratização da educação e de acesso à informação. Este trabalho procura articular duas leituras distintas de um mesmo fenômeno: o advento e a popularização da internet como tecnologia de comunicação que altera não só a dinâmica socioeconômica das formas tradicionais de mídia como também revela novas mecânicas de poder, as quais impactam diretamente o regime democrático.

Inicialmente, consideramos um pressuposto bastante difundido na primeira década do século XXI atrelado ao segundo cenário supracitado. Apesar de fazer parte das primeiras leituras sobre o impacto da internet, tal pressuposto permanece sendo recorrentemente sistematizado não só em textos acadêmicos dos estudiosos da comunicação e tecnologias da informação, mas também no imaginário popular. Um bom exemplo disso é o livro best-seller “O Poder da Comunicação”, de Manuel Castells, publicado originalmente em 2009 e no Brasil apenas em 2015. O livro apresenta reflexões interessantes a partir da articulação entre poder e comunicação, revisitando alguns conceitos abordados por Castells em sua trilogia “A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura”. Um dos pontos de inflexão principais da obra é a ênfase na nova experiência do fluxo comunicacional a partir do advento das redes digitais, abordadas nessa obra - e tantas outras³ - como detentoras de um enorme potencial revolucionário. Eis o pressuposto amplamente difundido: a internet, mais especificamente a partir da chamada web 2.0⁴, seria a plataforma que revolucionaria o processo de comunicação a partir da autonomia dos emissores e, por consequência, propiciaria uma comunicação irrestrita que romperia com o modelo tradicional unidirecional da comunicação de massa.

³ Mansell (2002), Mc Chesney (2007), Han (2018), entre outros.

⁴ Conceito inaugurado por O'Reilly (2009), que separou analiticamente as duas fases da web: a internet da multiorientação do fluxo de informação é a chamada web 2.0, enquanto a fase anterior ficou conhecida como web 1.0. O que caracteriza fortemente as distintas fases da internet é, basicamente, os seus diferentes usos e suas respectivas consequências; enquanto que a web 1.0 se resumia basicamente a sites de conteúdo estático, majoritariamente institucionais e empresariais, com pouquíssimos usuários que em geral faziam usos consideravelmente técnicos da rede, a web 2.0 surgiu, juntamente com a virada do milênio, trazendo um novo propósito pautado na bilateralidade e voltado para a sociabilidade em rede (URUPÁ, 2016), tendo como características principais a facilidade de manipulação e a autonomia de gestão.



De acordo com o autor, considerando que o processo comunicacional medeia a forma através da qual as relações de poder são construídas e desafiadas, romper com a lógica tradicional de comunicação vertical - presente nos meios de comunicação de massa mais antigos como a televisão, o rádio e os jornais impressos - cujo fluxo segue a linha “de poucos para muitos”, é dissolver o modelo de emissão e consumo de informação centralizado. Neste contexto, o surgimento dessa forma de comunicação historicamente nova e com potencial de atingir um público global surge como a plataforma privilegiada voltada para a ampliação da democracia:

A razão de fundo é que se generalizou uma compreensão da internet como a realização mais acabada do ideal de ação comunicativa habermasiano: indivíduos livres interagindo sem lastros analógicos, de modo que sua racionalidade comum possa emergir sem restrições. (RENDUELES, 2016, p. 61)

Seguindo essa lógica, a difusão do meio digital permite uma comunicação horizontal e interativa, cujo fluxo de informação passa a ser “de muitos para muitos”, possibilitando a democratização da produção do consumo de conteúdos. Nos termos de Castells (2015), que enfatiza a relação entre poder e o controle estratégico de informação, o meio digital propicia que o fluxo de produção/consumo de informações ocorra sem intermediários. Esta concepção é compartilhada pelo filósofo Byung-Chul Han (2018) que afirma que “A interconexão digital favorece a comunicação simétrica (...) Não há qualquer hierarquia inequívoca que separe o emissor e o receptor” (HAN, 2018, p. 15).

Segundo o filósofo sul-coreano, a comunicação do poder ocorre de forma unilateral que também é necessariamente vertical, hierárquica e impõe uma comunicação assimétrica; neste sentido, “quanto maior for o grau de assimetria, maior o poder” (HAN, 2018, p. 53). Assim sendo, o “refluxo da comunicação”, fundamentado na lógica da simetria entre emissor e receptor, tem o potencial de destruir a própria ordem do poder, levando-nos, conseqüentemente, a um ambiente mais democrático. Para autores como Han e Castells, há uma simetria entre emissor e receptor, o que mingua o exercício do poder vertical de um ator-emissor em relação ao ator-receptor e garante a autonomia dos sujeitos ao se comunicarem amplamente o que, segundo eles, não tem precedentes.

É inegável que as relações tradicionais de poder foram definitivamente afetadas pela ascensão da comunicação digital: estamos diante de uma mudança de paradigmas jamais vista no campo da comunicação (ADGHIRNI, 2012), que tem reinvestigado questões sociológicas centrais, como o novo espaço de agência ocupado pelo que antes era tido como uma “massa receptora” de informações. Basta uma breve reflexão acerca das formas e plataformas de consumo de informação que acessamos diariamente para confirmar essa hipótese: a centralidade e a legitimidade dos veículos tradicionais de



informação já não são mais as mesmas, como vêm apontando as pesquisas⁵. Esse novo contexto põe em xeque diversas formas de autoridade, inclusive de alguns governos que, segundo Castells, temem a comunicação livre, já que “(...) sua autoridade através da história foi amplamente baseada no controle da informação e da comunicação” (CASTELLS, 2015, p.31).

2. Autocomunicação e contrapoder.

Ainda em seus escritos anteriores, Castells (2003; 2008) afirma que o advento e popularização da internet é uma revolução com potencial comparável ao da invenção da máquina a vapor e da eletricidade e, no campo das comunicações, se equipara ao impacto do surgimento da imprensa, do rádio e da televisão; todos esses itens revolucionaram o funcionamento tradicional das sociedades modernas (URUPÁ, 2016), e as conduziram para uma dinâmica completamente nova. De acordo com o autor, a nova dinâmica da era digital propiciou a transformação da comunicação de massa para um novo processo pautado na intercomunicação individual, cujo fluxo, diferentemente do primeiro, é descentralizado, irrestrito e multimodal. A esse novo processo comunicacional, Castells denominou autocomunicação e é uma noção central à sua teoria do poder fundamentada na sociedade em rede. O sociólogo espanhol afirma que a autocomunicação de massa não tem a pretensão de substituir a comunicação de massas e tampouco a comunicação interpessoal, mas sua existência coexiste com as demais formas de comunicação e as complementa.

A noção desse novo processo comunicacional é desenvolvida ao longo de sua obra e, de acordo com o autor, o que há de historicamente novo no fenômeno da autocomunicação de massa é o seu alcance incomparável, possibilitado através de um hipertexto digital articulado em torno das demais formas de comunicação, bem como o seu potencial emancipatório, pautado na produção e disseminação de conteúdos livres dos intermediários/*gatekeepers*, tão comuns à comunicação de massa (CASTELLS, 2015). Em suma, é possível caracterizar a autocomunicação de massa através dos seguintes pontos: (1) o enorme alcance das mensagens;(2) o fato de ser multimodal, porque permite que qualquer conteúdo seja digitalizado/reformatado para qualquer forma para ser divulgado;(3) seu conteúdo é autogerado;(4) sua emissão/entrega para o público consumidor é autodirecionada; e, por fim, (5) a recepção/resgate do conteúdo é autosselecionado (CASTELLS, 2015, p.118).

Os termos desenhados por Castells versam sobre a velha democracia institucional vertical, burocrática e obsoleta em face a uma nova forma de fazer

⁵ De acordo com a pesquisa *Digital News Report* de 2020 do *Reuters Institute* e da Universidade de Oxford, o Brasil é o líder mundial entre o número de pessoas que afirmam se informar através do WhatsApp e Facebook, totalizando 53% e 54%, respectivamente. Considerando os números para as diversas redes sociais e as leituras de notícias online, o total de brasileiros que se informam através da internet é de 87%.



política através da horizontalização/democratização da comunicação através das redes. Esta segunda é abordada em seus termos de dinamismo, liberdade, autonomia, enquanto a primeira é posta em termos de uma estrutura social historicamente superada (CASTELLS, 2015, p.52). Através da autocomunicação de massa, portanto, a sociedade não terá sua oferta de informações limitadas ou agendadas por um processo editorial, tomando as rédeas do processo comunicacional na medida em que a produção de conteúdos se torna acessível para qualquer jovem que domina a tecnologia, “com muitas ideias e pouco dinheiro” (CASTELLS, 2015, p.30). Esses indivíduos passam então a ter o poder de desafiar “as restrições impostas pelos negócios oligopolistas” (CASTELLS, 2015, p.32) que caracterizam a comunicação de massa:

A interação entre comunicação e poder, então, se torna muito mais indefinida, conforme seja permitido que o gênio da liberdade saia da garrafa lacrada da mídia e as pessoas pelo mundo abracem essa nova liberdade. (CASTELLS, 2015, p.32)

Assim sendo, a autocomunicação de massa, através da relação simétrica entre emissor e receptor, inaugura também uma nova forma de poder exercido pelo direito de comunicar qualquer coisa, a qualquer tempo e a qualquer pessoa: o contrapoder. Nesses termos, o *poder* concerne às instituições e ao controle da comunicação, enquanto o *contrapoder* refere-se à ação coletiva de atores sociais que não consideram seus valores e/ou interesses suficientemente representados por essas instituições. Para exemplificar essa noção, Castells se debruça sobre os recentes movimentos sociais articulados originalmente através das redes sociais digitais⁶, que se organizam de forma espontânea e são tidos como importantes agentes de contrapoder na sociedade em redes. Tais movimentos sociais emergentes se “(...) originam de um chamado à ação do espaço dos fluxos que visa criar uma comunidade instantânea de prática insurgente no espaço dos lugares” (CASTELLS, 2015, p.50).

A autocomunicação de massa, portanto, carrega consigo um forte potencial libertador, visto que a:

[...] comunicação livre é a prática mais subversiva de todas, pois desafia o poder dos relacionamentos incorporados às instituições e organizações da sociedade. [...] qualquer nova tecnologia de comunicação, tal como a prensa de impressão, é um desafio à autoridade (CASTELLS, 2015, p.31).

Aponta, também, para uma saída autônoma, uma alternativa aos domínios das elites políticas e econômicas e, embora em termos individuais possa parecer uma saída dispersa, quando esses atores se organizam coletivamente têm o potencial de integrar-se e construir um contrapoder

⁶ Como exemplos de movimentos de contrapoder relacionados às redes digitais de comunicação, Castells cita a experiência dos WikiLeaks e a ascensão de movimentos contrários aos regimes não democráticos entre 2010 e 2012 em mais de cem diferentes países.



robusto e efetivo.

Ainda que a noção do potencial libertador e democrático atrelado ao uso das redes sociais tenha sido amplamente abordada por estudiosos não só da mídia como também de movimentos sociais, da teoria da sociedade em rede e das teorias do poder, ela não é um consenso nem mesmo na sociologia espanhola, na qual Manuel Castells tem uma posição de destaque. O jovem sociólogo espanhol César Rendueles (2016) expõe uma interessante leitura muito menos otimista das redes apoiadas pelas tecnologias da informação e comunicação, e ressalta:

Basicamente, penso que a internet não é um sofisticado laboratório onde estão feitos experimentos com delicadas cepas de comunidade futura. É antes um zoológico em ruínas onde se conservam os velhos e surrados problemas que ainda nos afligem, embora prefiramos não vê-los. (RENDUELES, 2016, p.49)

Rendueles desenvolve em “Sociofobia: mudança política na era da utopia digital”, seu primeiro livro publicado no Brasil, importantes contrapontos ao que ele chama do culto à sociedade em rede, os quais serão aprofundados com o intuito apresentar uma perspectiva alternativa em relação às previsões *castellianas* acerca do potencial libertador e emancipatório da autocomunicação de massa.

3. Utopia Digital: o contraponto do ciberfetichismo.

Em referência ao primeiro parágrafo deste trabalho, é possível afirmar que César Rendueles (2016) não se encaixa em nenhum dos dois cenários desenhados sobre o impacto social da internet; pode-se dizer que está num extremo oposto ao defendido pelo seu conterrâneo Manuel Castells, porém dificilmente sua leitura pode ser simplesmente classificada como “pessimista”. Rendueles, em sua publicação-estreia no Brasil, desenvolve uma crítica robusta à forma como as ciências sociais têm trabalhado a cultura digital, estendendo, a partir de um tom ensaístico e provocador, a crítica à sociedade como um todo. Apesar de ser um texto menos hermético que as publicações acadêmicas, o livro traz *insights* muito ricos e muito bem embasados em referências no campo da sociologia, filosofia e economia.

O cerne da crítica de Rendueles se manifesta a partir dos paralelos que o autor traça entre as relações virtuais, possibilitadas através das redes e difundida através da popularização da internet, e as relações concretas e dificuldades empíricas do “mundo analógico”. De maneira cuidadosa, o autor argumenta que, embora o potencial da internet como ferramenta fundamental para proporcionar a difusão de informação seja inegável, a sua importância não se justifica em si mesma. Em outras palavras, é necessário



considerar que a efetividade das redes virtuais para alcançar esse potencial libertador e democrático depende necessariamente, assim como qualquer outra ferramenta, dos seus usos. O objetivo aqui é afastar-se de qualquer possibilidade de determinismo tecnológico, ou seja, a crença de que os fenômenos são determinados pela tecnologia, e não pela maneira como as relações sociais condicionam seus usos. Embora sejam leituras distintas, essa noção abordada por Rendueles é compartilhada por Castells, que afirma que:

(...) a expansão da intercomunicação individual deu suporte a uma inesperada e extraordinária ampliação da habilidade de atores individuais e sociais desafiarem o poder do Estado. Claramente isso não é efeito da internet. Nenhuma tecnologia determina coisa alguma, uma vez que processos sociais estão incorporados em um conjunto complexo de relações sociais. (CASTELLS, 2015, p.34)

O que difere as perspectivas dos dois autores, neste sentido, é que Castells considera o poder das redes como parte de uma cultura material, que incorpora aspectos do mundo analógico. O autor declara que “(...) o poder da rede, como incorporado na internet, não é simplesmente um aspecto tecnológico, pois a internet, como todas as tecnologias, é cultura material, portanto, incorpora uma construção cultural” (CASTELLS, 2015, p. 34). Portanto, ainda que o autor afirme que “Nenhuma tecnologia determina coisa alguma, uma vez que processos sociais estão incorporados em um conjunto complexo de relações sociais” (CASTELLS, 2015, p. 34), e ressalte que, especialmente a tecnologia da comunicação, não se associa necessariamente à noção e neutralidade, ele enfatiza frequentemente que a internet é uma ferramenta capaz de conceber uma cultura, cujo advento é relacionado intimamente com a incorporação das construções culturais no mundo analógico. Neste sentido, segundo Castells, o mundo virtual⁷ também produz cultura material, ainda que incorpore parcialmente uma construção cultural, tornando a tecnologia da comunicação como um fator determinante sobre os processos de tomada de poder: “No caso da internet, a cultura é a liberdade” (CASTELLS, 2015, p.35).

Em contrapartida a essa visão, Rendueles argumenta que o caminho é inverso: não há, necessariamente uma equivalência entre a construção cultural dos espaços digitais e o mundo analógico. Essa conjuntura só faria sentido em uma Utopia Digital – conceito desenvolvido por Rendueles para antagonizar com o que ele chama de “teóricos da ciberdemocracia”, em referência aos estudiosos que conferem à internet um forte potencial para a reestruturação da participação política democrática, através de novas

7 É importante destacar que, embora alguns teóricos das décadas passadas, dentre eles o próprio Castells, articulavam o termo “virtual” como uma expressão com sentido aproximado ao termo “digital”, a literatura mais recente vem reclamando o uso do termo “digital” como forma de superar a discussão entre real/virtual e on-line/off-line. Atualmente a noção de conectividade perpétua (CASTELLS et al., 2007; CASTELLS, 2013), que faz referência a um espaço híbrido entre o “real” e o “virtual” e à relação intrínseca entre as redes virtuais e as redes da vida, vem sendo mais amplamente adotada juntamente por ser mais adequada à sociedade contemporânea.



possibilidades de exercício da cidadania. Há, entretanto, o caminho oposto: cabem às grandes transformações sociais do mundo analógico desenvolver os usos da tecnologia que ainda não permeiam nosso imaginário. Em outras palavras, estando a tecnologia da comunicação inserida em um contexto social e cultural, as mudanças almejadas pela Utopia Digital só serão alcançadas caso tenham força para transpor os limites do ambiente digital e serem aplicados na *práxis*. Rendueles aponta ainda que é mais provável que uma transformação social pujante surja “de fora para dentro”, considerando primeiro todas as limitações e dificuldades empíricas do mundo analógico e construindo uma estrutura que “sustente” o virtual. Em síntese: por mais arrebatadoras que pareçam, “novas vias de mudança sociopolítica oferecidas aos atores sociais pela ascensão da intercomunicação individual” (CASTELLS, 2015, p.34) não garantem, por si só, o diálogo, a ampliação da participação democrática ou a liberdade. Sobre este tópico, Rendueles provoca:

(...) a internet teria realizado a utopia sociológica do comunismo: um delicado equilíbrio entre liberdade individual e calor humano comunitário, ou pelo menos o sucedâneo que o Facebook e o Google+ possam nos proporcionar. Os filósofos do século XVII usavam a analogia do relógio para descrever o ambiente natural e a subjetividade humana. Hoje os cientistas sociais utilizam a metáfora da rede para explicar todo tipo de relações, mediadas ou não pela tecnologia digital: as migrações, o trabalho, o sexo, a cultura, a família... (RENDUELES, 2016, p.46)

A crítica endereçada à Utopia Digital por Rendueles, apesar de contundente e do tom irônico que lhe é comum, está longe de ser uma crítica vaga: sua argumentação articula conceitos fundamentais da teoria marxista na construção de uma crítica anticapitalista robusta e engajada. O que o autor faz através da noção de Utopia Digital é um alerta, especialmente para os cientistas sociais, para o que ele chama de autoengano ou *ciberfetichismo*. No trecho citado acima, por exemplo, ele adverte sobre um uso arbitrário e generalista das teorias de rede para explicar distintos fenômenos sociais, argumentando ao longo do texto que o exercício da reflexão política não se resume à reunião coerente de preferências facilitada por algum dispositivo técnico –é o que ele chama de “culto à sociedade de rede”. Isso porque, partindo de sua lógica, a questão da emancipação democrática –tão central à transformação social– não deve ser resumida às alternativas aventadas pelos que acreditam na Utopia Digital: eis o perigo de relegar à tecnologia o status de meio único para a emancipação. A necessidade de pautar o autoengano se dá, portanto, pelo fato de Rendueles identificar uma forte orientação nas ciências sociais que vê nas redes digitais a solução mágica para o acesso democrático à prática política, construindo soluções fictícias ao largo do contexto social, cultural e institucional em que se desenvolverão empiricamente.

Uma outra característica marcante do *ciberfetichismo*, citada por Rendueles como nociva à mobilização política, é a falsa sensação de consenso



que pode ser construída através das redes virtuais. Esse assunto é também trabalhado de formas distintas por outros autores que devem, possivelmente, se encaixar na categoria criada por Rendueles de *teóricos da ciberdemocracia*. Há quem veja na comunicação digital um potencial messiânico, como aponta Han (2018, p. 59), um bom exemplo disto é Vilém Flusser, que em seu livro “Medienkultur” (1997) descreve a sociedade da informação como um campo neutro, ideal para “eliminar a ideologia do *ensimesmamento* em benefício do reconhecimento que existimos uns para os outros e de que ninguém existe só para si”(FLUSSER, 2007, p.146). Neste sentido, Flusser defende que a comunicação através das redes leva à formação de um corpo social coeso que favorece a “supressão da realização de si tendo em vista uma realização intersubjetiva” (FLUSSER, 2007, p.212)⁸.

O “messianismo da interconexão” de Flusser apontado por ByungChul-Han é um exemplo claro de Utopia Digital, ainda que Han não utilize estes termos. De acordo com o sul-coreano, a comunicação digital causa, na verdade, uma erosão do sentido de comunidade. Essa noção de *intersubjetividade* virtual, nos termos de Rendueles, não passa de uma percepção individual que não condiz com a realidade empírica. Segundo coloca o sociólogo espanhol, as conexões entre sujeitos privados que são formadas através das tecnologias da comunicação - especialmente quando tais conexões se dão por articulações pontuais - podem passar a falsa sensação de coesão necessária para a mobilização, porém o autor salienta que tal coesão pode ser mais um delírio utópico, dado que:

A democracia não pode ser fragmentada em pacotes de decisões individuais porque está relacionada aos compromissos que nos constituem como indivíduos com algum tipo de coerência, com um passado e alguma remota expectativa de futuro. E essa é uma realidade antropológica incomparável com o ciberfetichismo e a sociofobia. (RENDUELES, 2016, p.194)

Segundo esta lógica, Rendueles ressalta que a concepção do mundo digital como plataforma ideal para a ampliação democrática, da cooperação e da participação popular já foi, por diversas vezes, confrontada com a realidade do mundo analógico. O autor explica que:

O meio digital nos proporciona uma espécie de muletas tecnológicas que dão um sucedâneo de estabilidade às nossas preferências esporádicas. A internet gera uma ilusão de intersubjetividade que, no entanto, não chega a nos comprometer com normal, pessoas e valores. (RENDUELES, 2016, p.193)

De acordo com Rendueles, a ilusão da formação de uma intersubjetividade

⁸ A própria noção desenvolvida por Castells dos movimentos sociais originados nas redes digitais serem “comunidades instantâneas de práticas insurgentes” dialoga com a “realização intersubjetiva” de Flusser.



virtual insurgente e articulada politicamente é, portanto, mais um exemplo do dogma fetichista do da Utopia Digital.

4. Consequências para o processo democrático: a interpretação Castelliana da campanha presidencial primária de Barack Obama.

Em “O Poder da Comunicação” Castells apresenta como caso paradigmático de política insurgente na Era da Internet e sua capacidade de impactar positivamente a política uma análise sobre a campanha primária de Barack Obama contra Hillary Clinton em 2008, incluindo um capítulo voltado para a análise deste caso. Com o objetivo de evidenciar as perspectivas divergentes dos dois autores aqui trabalhados acerca do impacto das redes digitais para o processo democrático, abordaremos este capítulo a fim de traçar, em seguida, um paralelo com o estudo de caso proposto neste trabalho.

A campanha primária de Obama em 2008 destacou-se, segundo Palmer (2008) como a “primeira campanha em rede” da história. O autor, assim como Castells (2015), relaciona o inesperado aumento do número de eleitores e, conseqüentemente, a virada de Obama à uma nova forma da mobilização política: o ativismo entre os democratas na internet, que tinha como objetivo envolver possíveis eleitores de forma ativa na campanha. Palmer (2008) ressalta que essa forma de fazer política, com tamanha projeção numérica, demonstrou o potencial das redes sociais virtuais de conduzir mudanças expressivas na política tradicional. Neste sentido, a campanha de Obama conseguiu formar uma base forte de eleitores a partir de articulação em rede de ativistas democratas: “Os seguidores de Obama foram consideravelmente mais ativos no uso da internet com objetivos políticos do que os seguidores de qualquer outra campanha política em 2008” (CASTELLS, 2015, p.445). Na análise de Castells, essa rede de ativistas conseguiu envolver segmentos sociais que se mantinham “(...) distantes do processo político ou eram mantidos em um papel passivo pelas elites políticas profissionais que reduziam a política ao clientelismo e à geração de imagens” (CASTELLS, 2015, p.426), indivíduos e grupos que não se sentiam representados pela política institucional, utilizando-se do jargão de campanha “Hope” para atrair o apoio e o entusiasmo dessas massas.

Outra estratégia elencada por Castells para o sucesso da campanha vitoriosa de 2008 foi o uso habilidoso da influência da cultura pop americana para atrair os mais jovens, que somaram uma fatia importante dos votos e, além disto, foram os mais ativos nas redes sociais⁹. Além disso, a campanha teve ótima

⁹ As tabelas 5.4 e 5.5 reproduzidas por Castells nas páginas 446 e 447 do seu livro (2015), mostram, respectivamente, o percentual de criadores de conteúdo e consumidores de vídeos sobre política por idade nos Estados Unidos em 2008, e evidenciam que o percentual de jovens partidários de Obama era muito mais ativo nas redes se compararmos com os partidários de Clinton.



aceitação por parte da classe artística, que se posicionou publicamente a favor de Obama, tais como George Clooney, Will Smith, Jay Z, Black Eyed Peas, entre outros. Segundo Castells, “Obama foi capaz de unir tendências contraculturais na fonte de criatividade na indústria do conhecimento”, e essa estratégia se mostrou bastante valiosa para cativar eleitores e ativistas, pois, como explica: “A capacidade de incorporar novos atores políticos em grandes números e de estimular sua participação ativa” (CASTELLS, 2015, p.450).

Além do sucesso ao envolver eleitores, a campanha de Obama foi bastante hábil ao utilizar a internet para um outro propósito importante: angariar recursos. Considerando que nos Estados Unidos o financiamento de campanha vem majoritariamente de fontes privadas, Castells aponta que o ex-presidente estadunidense se deparou com o dilema entre ser financiado por grandes corporações e lobistas – desta forma cedendo, possivelmente, ao clientelismo- ou manter-se fiel aos seus propósitos e negar tal financiamento, o que poderia levá-lo a uma campanha sem competência competitiva. A saída encontrada por Obama foi a arrecadação coletiva de fundos. De acordo com a *Federal Election Commission (FEC)*, a agência federal independente que supervisiona as eleições dos Estados Unidos, a soma arrecadada por Obama bateu recordes, resultando numa quantia consideravelmente maior que a sua oponente Hillary Clinton, cuja campanha era tida como muito bem financiada. De acordo com dados do Centro para a Integridade Pública, parte significativa dos recursos foi recebida através de lotes de doações e, embora os dados sejam inconclusivos, estima-se que a proporção das doações processadas pela internet em relação ao total doado esteja entre 60% e 90% (CASTELLS, 2015, p.435). Castells coloca:

O site My.Barack.Obama.com tinha cerca de 15 milhões de membros em junho de 2008, embora, é claro, sejam membros do mundo todo. Essa é, precisamente, a questão: o apelo de Obama se estende para além das fronteiras dos Estados Unidos, é a existência do movimento que permitiu que ele limitasse consideravelmente, ou até eliminasse, a influência de grupos de interesse em sua campanha. E essa independência alimentava ainda mais o apoio de seus seguidores entusiasmados, em um círculo virtuoso que o impulsionou à nomeação pelo Partido Democrata. (CASTELLS, 2015, p.436)

Estratégias de política da mídia tais quais as expostas acima expõem a capacidade de mobilização política viabilizada pelas redes virtuais. Para Castells (2015), esse mecanismo é fundamental para operar, contemporaneamente, o acesso ao poder político institucional - sempre tão distante do cotidiano dos cidadãos- bem como para a elaboração de políticas. Essas, segundo o autor, são características fundamentais da *política insurgente* e foi, em detrimento desta conectividade interativa, que milhões de indivíduos se colocaram contra a política tradicional por não se sentirem representados:

O que é significativo do ponto de vista da relação entre



comunicação e poder é que um candidato extremamente improvável para o cargo político mais importante do planeta foi capaz de romper o labirinto de interesses velados que rodeiam a elite política e a terra sangrenta da política de escândalos para alcançar a nomeação para a presidência (CASTELLS, 2015, p.492)

De acordo com a análise de Castells, portanto, a campanha primária de Barack Obama em 2008 foi um verdadeiro marco na comunicação e na tecnologia política dada a, até então inédita, centralidade da internet como ferramenta da política institucional.

5. Consequências para o processo democrático: o jornal Brasil sem Medo e o outro lado da moeda.

Após apresentar duas perspectivas teóricas relacionadas às expectativas acerca da democratização da comunicação a partir do amplo acesso à internet 2.0 - quais sejam as compreensões antagônicas dos sociólogos espanhóis Manuel Castells (2015) e César Rendueles (2016)-trazendo a análise de Castells sobre o impacto das redes virtuais para a ampliação da democracia e para a política institucional, apresentaremos um estudo de caso cujas conclusões tendem a divergir da credulidade castelliana na Utopia Digital.

Partindo do pressuposto aqui estabelecido de que a articulação política propiciada pelas redes virtuais ocupa um novo lugar de destaque no corpo social, faremos uma breve análise da sua repercussão no campo da comunicação, elegendo como estudo de caso um novo ator emergente no campo da comunicação independente: o jornal digital Brasil Sem Medo (BSM). O jornal digital lançado em dezembro de 2019 se auto intitula “o maior jornal conservador do Brasil” e tem como idealizador e principal garoto propaganda o mentor ideológico do governo Bolsonaro, o autodeclarado filósofo Olavo de Carvalho. A redação conta com outros 29 nomes¹⁰, dentre nomes reais e fictícios, a exemplo e “Os Brasileirinhos”, “Bárbara Te Atualizei” e “Motorista do Uber”, pseudônimos de colunistas do jornal.

O BSM se coloca como um jornal que distingue notícia de textos analíticos com o objetivo de não se “refugiar no patético isentismo da nova esquerda e do velho centrão”. Em sua apresentação que, por algum motivo, não configura mais no site¹¹, dizia reunir uma “tropa de elite do jornalismo,

¹⁰ São eles: Paulo Briguet, que divide a liderança do jornal com Olavo de Carvalho, Silvio Grimaldo, Bernardo Küster, Fernando de Castro, Fábio Gonçalves, Evandro Pontes, Leandro Ruschel, Lucas Mafaldo, Lucas Ribeiro, Taiguara Fernandes, Douglas Pelegati, Claudia Morais Piovezan, Stefani Onesko, Brás Oscar, Diego Pessi, Juliana Freitag, Alexandre Costa, Ricardo Gancz, Bene Barbosa, Vinicius Sales, Cristian Derosa, Fabiana Barroso, Diego Hernandez, Otávio Pedriali, Eduardo Meira, Braulia Ribeiro, Alessandra Barbieri, Maria Laura de Assis e Maria Eugênea de Assis.

¹¹ Ainda que estas informações não estejam disponíveis no site do veículo, em dezembro de 2019 foi publicada uma matéria no jornal Estadão, assinada por Isabela Palhares, que traz alguns trechos do texto de apresentação do Brasil Sem Medo. São a estes trechos documentados que faço referência



sob o comando do filósofo e escritor Olavo de Carvalho, pai da revolução democrática brasileira”. Nessa mesma apresentação, o Jornal também se orgulha do fato de não depender financeiramente de anúncios publicitários, mas da colaboração dos assinantes¹². Essa ênfase é feita, provavelmente, para acenar uma autonomia do veículo em relação aos campos econômico e político no que tange a dependência dos jornais tradicionais em relação às receitas provenientes dos anúncios e/ou de conchavos políticos, tão frequentemente referidos e criticados nas matérias do BSM; é também uma resposta ao que o colunista Fábio Gonçalves definiu como estratégia da esquerda: “um modo prudente e sofisticado de censurar as vozes conservadoras” (GONÇALVES, 2020, texto eletrônico), que consiste, segundo o autor, em chantagear as empresas que as financiam.

O texto supracitado, publicado em maio de 2020, inicia com a seguinte frase: “A última década foi marcada por um fenômeno muito desagradável para os progressistas: a democratização do debate público”. O fundamento, a partir do qual Gonçalves inicia seu texto, por mais irônico que possa parecer, se aproxima bastante com o cerne do argumento de Castells; o colunista do BSM explica que as redes sociais se tornaram os meios materiais que tornaram possível que: “muitas vozes, dos paupérrimos aos magnatas, dos ignotos aos versados, estivessem no mesmo ambiente, cada um com seu ponto de vista, palestrando sobre um evento político, sobre os rumos econômicos, conjecturando questões de guerra” (GONÇALVES, 2020, texto eletrônico).

A ideia de que a internet subverteu a lógica oxidada e obsoleta dos grandes conglomerados de mídia, rompendo todas as barreiras possíveis e imagináveis, possibilitando assim, como fala o colunista, uma “democracia na veia, raiz”, não é estranha à Utopia Digital. Seguindo a argumentação de Gonçalves, essa nova realidade deixou descontentes os donos dos meios de comunicação e os movimentos políticos culturais –que, de acordo com o colunista, resumem-se à esquerda “do extremo Leblon-psolista ao centro paulista-tucano” (GONÇALVES, 2020, texto eletrônico)- pelo fato da popularização do acesso à produção de conteúdos os fazê-los perder o poder de controle exclusivo do fluxo da comunicação. Por fim, afirma Gonçalves, a estratégia de represália posta em prática pela “esquerda” foi impor a censura e desmobilizar os movimentos de direita nas redes sociais. Por fim, o colunista conclui que a esquerda, que “voltou aos tempos de Stálin” ao querer aniquilar seus inimigos, orquestra um ataque antidemocrático aos veículos conservadores de mídia independente que resistem, como podem, aos grandes conglomerados de mídia.

A narrativa acima descrita se apresenta como a máxima castelliana da

aqui. Ver também a reportagem de Vera Magalhães (2019).

¹² É importante apontar que, segundo uma entrevista feita com Paulo Briguet em Junho de 2020 (referenciada ao fim do texto), jornalista que divide a direção do jornal com Olavo de Carvalho, o pseudônimo “motorista do uber” é um dos poucos colunistas remunerados da revista, e sua especialidade é “destrinchar as ações da extrema imprensa”.



autocomunicação de massa sendo posta em prática; como citado anteriormente, os fundamentos referidos inicialmente por Gonçalves parecem ter partido dos escritos do sociólogo espanhol. Por mais excêntrica que a argumentação do colunista do BSM possa se apresentar, ela conceitualmente não está muito próxima de noções como *cultura da autonomia* ou da *comunicação irrestrita* desenvolvidas por Castells. Voltaremos a essa questão mais adiante.

O exercício de construção de corpus e de análise de dados que embasou as conclusões deste estudo de se dedicou à análise do conteúdo das notícias e matérias publicadas no BSM desde a sua criação, em dezembro de 2019, até o mês de outubro de 2020, somando um total de 58 matérias analisadas. A Análise de Conteúdo aqui utilizada como fundamento metodológico de análise textual, foi a preconizada por Laurence Bardin (1977) e fortemente voltada para os estudos de comunicação de massa e psicossociologia desde sua origem. Neste trabalho, seguimos as três fases descritas por Bardin: (1) a pré-análise, voltada para a construção de hipóteses e indicadores a partir de uma leitura flutuante do texto, (2) a exploração do material, voltado para a organização e codificação dos dados e, por fim, (3) o tratamento dos dados, cuja análise aprofundada fundamenta as inferências deste artigo. Porém, é preciso ressaltar a altíssima instabilidade do site do jornal que, desde então, vem passando por algumas mudanças que abrangem desde a exclusão repentina de textos e colunas até instabilidade do servidor, que muitas vezes torna o acesso indisponível. Considerando tudo isso, a opção por assinar o jornal por um semestre pareceu mais segura para garantir o livre acesso ao conteúdo completo, o que se mostrou uma boa escolha, já que a assinatura permitiu o acesso integral e ilimitado, assim como e-mails semanais do “editorial” do jornal.

Encontrar informações seguras sobre o jornal tem sido tarefa difícil, pois desde que a assinatura foi feita, a aba “sobre” do site do Brasil Sem Medo está em branco. Além disso, não existe referência no Wikipédia sobre o veículo; com efeito, o verbete “Brasil Sem Medo” sofreu um pedido de eliminação por consenso da página, que consiste em uma ação interna do Wikipédia¹³ que ocorre quando um editor propõe uma avaliação da comunidade sobre o conteúdo/validade do tópico. No fim deste processo, a comunidade julga se o verbete deve ser excluído por não se tratar de um conteúdo enciclopédico e/ou com informações tidas como não seguras. Foi preciso, portanto, pesquisar em outras fontes confiáveis disponíveis na internet que documentavam que na página do jornal já constaram algumas informações sobre a propriedade do veículo.

Em qualquer veículo que se propõe a apresentar-se como comunicação de massa, tratando-se de um veículo independente ou não, seja qual for a dimensão do seu alcance, a transparência acerca da sua propriedade e/ou quadro societário, bem como seu corpo editorial são questões importantes nas

¹³ Para entender mais sobre esse processo, há um link do próprio Wikipédia disponível nas referências.



democracias cujo acesso à informação é considerado um direito. Apesar disso, embora seja possível ter acesso a algumas informações através das notícias de outros jornais citados anteriormente, a página atual do BSM não apresenta nenhuma dessas informações. Segundo consta em matérias publicadas no período do lançamento do jornal, o veículo é de propriedade de Arno Alcântara Júnior, que é sócio de Carlos Francisco Nadalim na empresa Alcântara e Nadalim Cursos On-line Ltda. e, do então secretário de Alfabetização do Ministério da Educação do governo Bolsonaro. As matérias também contam que o Secretário, defensor do *homeschooling* e crítico ferrenho de Paulo Freire, foi cotado para assumir a pasta após a demissão de Abraham Weintraub, e deve a sua indicação para o cargo ao seu antigo professor Olavo de Carvalho. Nadalim é, até então, o único indicado de Carvalho que permanece no governo.

6. A ameaça da “extrema imprensa” .

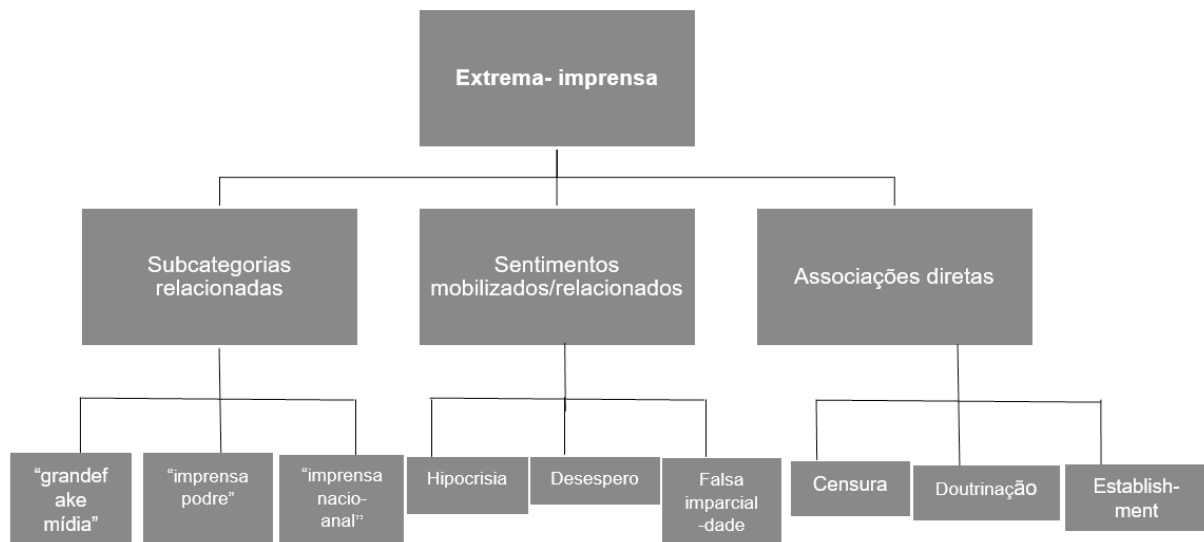
Durante a construção do corpus da análise aqui proposta, uma categoria endêmica ao discurso do Brasil Sem Medo e mostrou bastante interessante. A partir de uma leitura sistemática do jornal foi possível identificar uma narrativa construída acerca da chamada “*extrema imprensa*” que se mostrou fundamental para a compreensão do contexto em que o BSM se insere enquanto veículo de informação. A referência é observada ainda no primeiro contato com o site do Jornal: em letras garrafais, frente a um fundo que traz manchetes de reportagens da mídia hegemônica sobre pesquisas parciais da mais recente eleição para as prefeituras, lê-se “Assine o BSM e fuja da margem de erro da extrema-imprensa”. Esta primeira referência já denota a distinção entre o Jornal e o que eles chamam de extrema-imprensa, cujo código de oposição é construído, nesta peça, em relação à veiculação de pesquisas eleitorais dos segundos turnos de Porto Alegre e Recife, que apontavam para empates técnicos entre os candidatos. Esta peça também faz referência indireta aos institutos de pesquisa citados nas manchetes, o Datafolha e o Ibope, questionando seus resultados divulgados e a “margem de erro” das pesquisas.

Além disto, foi possível observar a emergência de algumas categorias que se referem à mídia hegemônica de formas distintas, embora apoiadas em uma estrutura comum, tais quais: “grande imprensa”, “imprensa tradicional”, “monopólio midiático”, “grande mídia”, “grande *fake* mídia”, “imprensa esquerdista de todo o mundo”, “instituição da mentira organizada”, “imprensa podre”, “jornalismo fracassado”, “jornalismo dito profissional”, “imprensa nacio-anal”, entre outros. Todas essas categorias, identificadas a partir da análise dos 58 artigos, orbitam em torno da noção de extrema-imprensa, a mais difundida pelo jornal, que é frequentemente utilizada por diversos autores.



Também foram identificadas subcategorias que se apresentavam de forma recorrente como relacionadas diretamente à categoria de extrema-imprensa. Tais subcategorias podem ser divididas analiticamente em duas: a primeira trata-se de termos que fazem alusão a sentimentos mobilizados pelos autores e relacionados à extrema-imprensa, tais quais: hipocrisia, falsa imparcialidade, ódio às liberdades e à livre manifestação mentira, fanatismo e desespero. A segunda subcategoria ressalta livres associações feitas em relação à extrema imprensa, quais sejam: ligação com o *establishment*, ocupação por parte da esquerda, imprensa como o quarto poder velado, vanguarda das novas formas de opressão, perseguição de vozes dissonantes, doutrinação, censura, espaços abertos à promoção de crimes hediondos e ligada ao “totalitarismo progressista”. A figura ilustra tais ocorrências:

Figura 1 - Categorias e subcategorias da Extrema-Imprensa



Fonte: Elaborado pelas/pelos autoras(es)

A partir da noção central de extrema-imprensa e através do exercício de análise pautado na metodologia da análise de conteúdo de Bardin, foi possível organizar as categorias e subcategorias subsequentes na ilustração acima (ver Figura 1). As três subcategorias relacionadas entre aspas referem-se a termos empregados diretamente nos textos do Jornal para se referir ou caracterizar a extrema-imprensa. De acordo com o exposto acima, a lista de termos é bem mais longa, porém a escolha destas três para representar as demais foi feita ao considerar que são variações centrais para a compreensão da noção de extrema-imprensa. Neste sentido, os termos “grande *fake* mídia” e “imprensa podre” foram repetidamente abordados (considerando também algumas variações). Apesar do termo “imprensa nacional” constar em apenas uma publicação, decidimos incluí-lo no quadro por se tratar de uma subcategoria



simbolicamente importante, que representa muito sobre o esforço retórico articulado no Jornal.

Em relação aos “sentimentos mobilizados”, os textos analisados foram divididos em categorias que se dividiam de acordo com os afetos identificados em relação à extrema-imprensa. Nesta subcategoria foram alocados os sentimentos mobilizados e relacionados à extrema-imprensa considerando a maior frequência, quais sejam: a noção de que a extrema-imprensa é hipócrita, que desenvolve estratégias ligadas ao desespero e que promete imparcialidade quando, na verdade, é necessariamente parcial. Por fim, a última subcategoria também seguiu a lógica temática de acordo com a frequência nos textos analisados. Neste sentido, a extrema-imprensa é sempre relacionada à (1) censura dos veículos de comunicação conservadores, à (2) práticas de doutrinação em relação aos seus leitores/espectadores, e, por fim, ao (3) *establishment*, seja ele político ou econômico.

A necessidade de caracterizar a noção de extrema-imprensa se faz imperativa para a melhor compreensão da análise, pois é fundamental considerar que os textos analisados são resultado da produção deliberada de uma narrativa própria do BSM. Além disso, é notável que o veículo procura se estabelecer no campo midiático a partir de uma marcada oposição em relação aos veículos hegemônicos, e a construção da noção de extrema-imprensa evidencia este movimento. Considerando isso, é preciso entender que os assuntos são abordados nos termos desta narrativa, portanto, para compreendê-los, é necessário desvencilhar-se das noções do senso comum, especialmente em relação aos interlocutores aos quais as matérias se dirigem. Isso posto, apreender os motivos que levam um veículo de comunicação a publicar afirmações como “para entender o jornalismo é preciso, antes de tudo, libertar-se dele” (DEROSA, 2020, texto eletrônico) torna-se uma tarefa menos paradoxal.

7. A Distopia Digital.

Ao apresentar perspectivas antagônicas sobre o impacto das redes virtuais para a democracia e nos voltando, posteriormente, à análise de um estudo de caso empírico de um veículo de comunicação independente, este trabalho nos convida a uma reflexão sobre os limites da Utopia Digital. Sob a perspectiva castelliana do ideal da autocomunicação de massas, incontáveis novos atores surgiram no campo da comunicação independente, galgando um espaço social e político relevante no debate público. Porém, a partir da análise do jornal Brasil Sem Medo, é possível entender que o acesso a esse espaço não configura necessariamente no enriquecimento do debate nem na ampliação da democracia. Em outras palavras, assim como a internet, as plataformas e redes sociais digitais também são ferramentas cujas propriedades derivam do



uso que se faz das mesmas.

Neste sentido, podemos entender que a expansão da autocomunicação e do acesso à informação, apesar de certamente ter possibilitado que novos atores individuais e coletivos se colocassem em evidência no debate público, gerou impactos controversos. O primeiro ponto a ser abordado é a falsa equivalência dos veículos. Embora a própria teoria do jornalismo, em seus manuais de formação, ressalte a inexistência da neutralidade na prática jornalística, muitas vezes os veículos, buscando isentar-se de críticas sobre parcialidade no discurso, recorrem à prática de “escutar os dois lados da história”, ainda que um dos lados não recorra a fatos confiáveis e/ou verificáveis. Essa prática pode acarretar consequências graves para a democracia, possibilitando que dois posicionamentos antagônicos, cujos embasamentos são completamente distintos, ocupem o mesmo lugar de legitimidade: um exemplo disso é pautar questões como o terraplanismo, trazendo para o debate um indivíduo ou coletivo que expõe sua opinião de que a Terra é plana. Neste contexto, o que seria uma forma de demonstrar imparcialidade acaba sendo, na realidade, um exemplo de falsa equivalência, ao colocar em lados opostos do debate um indivíduo que expõe seus argumentos opinativos e outro que se baseia nos dados e conclusões verificáveis e comprovadas cientificamente. Nessa perspectiva, a emergência de veículos de comunicação independentes como o Brasil Sem Medo passam a ocupar, no debate público, um lugar equivalente a jornais estabelecidos, cujos processos editoriais seguem um padrão minimamente confiável¹⁴.

Seguindo esta lógica, os leitores do BSM que recorrem ao jornal e seus respectivos colunistas para acessar informações e embasar suas opiniões, acabam endossando a ideia de que há, de fato, uma extrema imprensa que opta deliberadamente por não noticiar os conteúdos que são imprescindíveis. “A imprensa noticia os fatos como quer e quando quer”, afirma uma reportagem (Felipe Neto e Bolsonaro Juntos, 2020, texto eletrônico) assinada pelo editorial do Brasil Sem Medo. O jornal, seguindo o ensejo do presidente Bolsonaro (SALES, 2020a; SALES, 2020b, texto eletrônico), conta com artigos que discutem a obrigatoriedade da vacinação contra o COVID-19-intitulado pelo jornal de “vírus chinês”- com o teor *anti-vax* (BARBIERI, 2020, texto eletrônico; KÜSTER, 2020, texto eletrônico), afirma que o objetivo do uso das máscaras durante a pandemia é, na verdade, um experimento social que visa avaliar “o grau de obediência das pessoas” (COSTA, 2020, texto eletrônico) e que “o pretexto da saúde pública foi usado para justificar inúmeras atitudes totalitárias”(COSTA, 2020, texto eletrônico). O próprio idealizador do jornal, Olavo de Carvalho, defende abertamente que a marca estadunidense Pepsi faz uso de células de fetos abortados nos refrigerantes¹⁵ para adoçá-los e que, ao

¹⁴ É importante ressaltar que não estamos sugerindo que os veículos hegemônicos de comunicação são isentos de interesses ou neutros de nenhuma forma. A comparação está sendo feita levando em conta o processo produtivo e editorial, bem como à confiabilidade e verificabilidade de suas referências.

¹⁵ O vídeo que documenta esta afirmação está disponível no youtube e o link está disponível nas



consumir a Pepsi, você pode ser considerado um “abortista terceirizado”.

O cerne da questão é que narrativas como estas são publicadas como fatos, ainda que não apresentem referências confiáveis e, para além da verificabilidade do que é publicado, criam um fenômeno de bolha informacional, pois considerando que uma parcela da população se informará através do veículo - que acaba tendo um amplo alcance através das redes sociais-, aquilo que foi noticiado será tido como verdade e será massivamente compartilhado. Dada a grave polarização política em que se encontra o Brasil, os efeitos dessas bolhas de informação são complexos, pois a informação tende a ser amplamente reproduzida por um contingente de pessoas que já compartilham de uma mesma visão de mundo. Neste sentido, a informação circula por um mesmo grupo que, provavelmente, já toma aquilo como fato. O perigo da bolha está exatamente aí: considerando que a informação costuma ser auto referenciada dentro de uma bolha específica, a bolha passa a se *retroalimentar ad infinitum*, deslegitimando ou rejeitando qualquer outra informação que venha de fora da bolha.

Sustein (2009)¹⁶, que observou o fenômeno a partir de um extenso estudo salienta que, nestes contextos, é habitual que qualquer informação ou visão exposta por indivíduos que estão de fora do grupo sejam sumariamente desacreditadas; neste sentido, nada pode desestabilizar ou perturbar o processo de polarização e, conseqüentemente, há a garantia de que os membros internos do grupo permaneçam em diálogo. De acordo com Sustein (2009), outro sintoma grave da bolha de informações é a ocorrência do que ele chama de “viés de confirmação”: dado que informações que estão de acordo com uma visão de mundo ou confirmam um ponto de vista de um indivíduo é melhor aceita e assimilada, faz com que ele só considere legítima a informação que confirma a sua “teoria” ou sua noção anteriormente construída. Kakutani (2018, p.151) explica: “O enorme volume de dados na web permite que as pessoas selecionem cuidadosamente fatos, factoides ou não fatos que apoiem seu ponto de vista (...) em vez de examinar evidências empíricas para chegar a conclusões racionais”.

Tais conclusões corroboram com o que Rendueles explica sobre a Utopia Digital, pois segundo ele, ao invés do ideal de ação comunicativa habermasiano, temos na internet um espaço de emulação das relações e processos sociais, porém pautados em nossos dispositivos mais básicos. Ainda segundo o autor, estando este fenômeno intimamente relacionado com a vida analógica (como tudo o que é digital), a articulação política que se origina nas redes digitais surge como uma alternativa aparentemente interessante à imobilização política da “vida real”, que se mostra “assombrosamente ineficaz perante o poder do mercado” (RENDUELES, 2016, p.166). Entretanto -e este é o cerne

referências.

¹⁶ Ver também: Elizabeth Kolbert em “WhyFactsDon’tChangeOurMinds”, The New Yorker, 27 de fevereiro de 2017.



do seu argumento- o que a é produzido nas redes virtuais não passa de um simulacro de participação política e de sociabilidade: “Raspando a superfície dos supostos exemplos de inteligência coletiva, logo vemos que os processos cognitivos digitais são bem semelhantes aos tradicionais” (RENDUELES, 2016, p.95).

Em outras palavras, Rendueles defende que, na tentativa de superar os mecanismos tradicionais da organização da esfera pública, a consequência da emulação digital da participação é, portanto, pós-política (RENDUELES, 2016, p.46). O exemplo do Brasil Sem Medo mostra que ousar sistematicamente dessas novas formas de comunicação, que se mostra especialmente eficaz em termos políticos no que tange a disputa de narrativas, parece ir na contramão das apostas do potencial democrático das tecnologias da informação. A partir deste exemplo é possível concluir que a “simples” subversão da prática convencional de comunicação, colocando novos atores sociais na produção dos conteúdos, não garante um impacto positivo na democratização política, podendo, entretanto, contribuir para um ambiente político caótico ao pautar uma narrativa que se constrói a partir de factoides, não de fatos.

Embasado no estudo de EvgenyMorozov (2011), Rendueles afirma que, na realidade, “As provas empíricas indicam, sistematicamente, que a internet limita a cooperação e a crítica política, não as promove.” (MOROZOV, 2011 *apud* RENDUELES, 2016, p. 63). Neste sentido, o fundamento da Utopia Digital, embora seja uma representação da vida analógica comum, toma a realidade social como uma simples categoria conceitual, definida por propriedades abstratas, mobilizando virtualmente indivíduos fluidos, alcançando quase ou nenhum espaço na concreção política. Sendo a Utopia Digital ou, como ironiza o autor, o *ciberfetichismo* um verdadeiro “bálsamo de irrealidade” (RENDUELES, 2016, p.129) diante da práxis política, o autor conclui que “(...) o livre acesso à internet não só não conduz imediatamente à crítica política e à intervenção da cidadania como, em todo caso, enfraquece ambas” (RENDUELES, 2016, p.62). Isso porque enquanto apostamos todas as fichas na mobilização virtual, a política analógica nos escapa. Como coloca o autor, “(...) os dilemas consolidados no passado continuam a nos acossar, por mais que finjamos não vê-los” (RENDUELES, 2016, p.104).

A crítica do sociólogo espanhol, que constrói um diálogo com Castells ainda que não o cite diretamente, se volta para a produção acadêmica e intelectual assumindo a forma de advertência: segundo ele, as ciências sociais têm trabalhado a expansão da autocomunicação de massa e aos outros atributos que concernem a Utopia Digital como um verdadeiro bote salva-vidas em suas teorias. Neste sentido, temendo a disseminação de um comportamento de “espontaneidade apolítica” fundamentada no consenso acerca do potencial das tecnologias da comunicação para induzir dinâmicas democráticas positivas, o autor sugere um processo de autocrítica e desintoxicação das ciências sociais, com o objetivo de repensar o culto à sociedade em rede. A



crítica de César Rendueles, por fim, se encaminha para a construção de uma saída coletiva e profícua nas ciências sociais e arremata: “se renunciarmos às falsas promessas das ciências sociais, talvez possamos reverter seus efeitos sobre nossa imaginação política” (RENDUELES, 2016, p. 175).

Referências bibliográficas

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Mudanças Estruturais no Jornalismo**: Travessia de uma Zona de Turbulência. In: PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione (Orgs). *Jornalismo e Sociedade – Teorias e Metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012.

BARBIERI, Alessandra. **Vacina xing-ling? Nem aqui, nem na China**. *Jornal Brasil Sem Medo*, 31 de outubro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/vacina-xing-ling-nem-aqui-nem-na-china/> Acesso em 17/05/21.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL SEM MEDO. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com>. Acesso em 17/05/21.

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

CASTELLS, Manuel *et al.* **Comunicação móvel y sociedad**: una perspectiva global. Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica, 2007

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura, Vol. 2, O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

COSTA, Alexandre. **O ‘Novo Normal’ não é novo nem normal**. *Jornal Brasil Sem Medo*, 17 de outubro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/o-novo-normal-nao-e-novo-nem-normal/> Acesso: 15/05/21

DEROSA, Cristian. A função política do medo nas mãos do jornalismo



pandêmico. *Jornal Brasil Sem Medo*, 2 de outubro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/a-funcao-politica-do-medo-nas-maos-do-jornalismo-pandemico/>. Acesso: 13/07/2021.

ESCRITOR e jornalista Paulo Briguet explica como o jornal Brasil Sem Medo vem reagindo às recentes tentativas de censura. *Conexão Política*. São Paulo, 13 de Junho de 2020. Disponível em: <https://conexaopolitica.com.br/exclusivo/entrevista/escritor-e-jornalista-paulo-briguet-explica-como-o-jornal-brasil-sem-medo-vem-reagindo-as-recentes-tentativas-de-censura/> Acesso: 18/05/21

FELIPE Neto e Bolsonaro juntos! *Jornal Brasil Sem Medo*, 23 de setembro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/felipe-neto-e-bolsonaro-juntos/> Acesso: 16/05/21.

FLUSSER, Vilém. **Medienkultur** (ed. by Stefan Bollmann). Frankfurt/Main: Fischer. 1997.

GONÇALVES, Fábio. **Sleeping Giants:** a esquerda quer calar seus inimigos. *Jornal Brasil Sem Medo*, 22 de maio de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/sleeping-giants-a-esquerda-quer-calar-seus-inimigos/> Acesso: 18/05/21

HAN, Byung-chul. **No Enxame:** perspectivas do digital. Trad. Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.

KAKUTANI, Michiko. **A Morte da Verdade:** notas sobre a mentira na era Trump. 1 Ed – Rio de Janeiro: Intrínseca. 2018.

KOLBERT, Elizabeth. **Why Facts Don't Change Our Minds.** *The New Yorker*, 27 de fevereiro de 2017. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2017/02/27/why-facts-dont-change-our-minds> Acesso em 13/11/2020.

KÜSTER, Bernardo. **A bola da Vez #18 – E a vacina, vai tomar?** *Jornal Brasil Sem Medo*, 21 de outubro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/a-bola-da-vez-18-e-a-vacina-vai-tomar/> Acesso: 18/05/21.

MAGALHÃES, Vera. **Vem aí o jornal do Olavo de Carvalho.** *BR Político*. Dezembro de 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,secretario-do-mec-e-socio-do-dono-do-brasil-sem-medo-site-lancado-por-olavo-de-carvalho,70003120691> Acesso: 18/05/21



MANSELL, Robin. **From Digital Divides to Digital Entitlements in Knowledge Societies**. 2002. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0011392102050003007>

McCHESNEY, R. W. **Communication Revolution: Critical Junctions and the Future of Media**. New Press. 2007.

MOROZOVI, E. **The Net Desilusion**, New York: PublicAffairs, 2011.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0?: design patterns and business models for the next generation of software**. 2009. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

PALMER, Shelley. **Obama vs McCain: the first networked campaign**. Huffington Post, media News. 2008. Disponível em: <https://www.shellypalmer.com/2008/06/obama-vs-mccain-the-first-networked-campaign/> Acesso em 12/11/2020.

PALHARES, Isabela. **Secretário do MEC é sócio do dono do 'Brasil sem Medo', site lançado por Olavo de Carvalho**. O Estado de S. Paulo, 10 de dezembro de 2019. Disponível em: [Secretário do MEC é sócio do dono do 'Brasil sem Medo', site lançado por Olavo de Carvalho - Política - Estadão \(estadao.com.br\)](https://www.estadao.com.br/politica/secretario-do-mec-e-socio-do-dono-do-brasil-sem-medo-site-lancado-por-olavo-de-carvalho/) Acesso: 18/05/21

“PEPSI com fetos abortados”, Canal Secret Science. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7l4WmFjzDls> Acesso em 18/05/21.

RENDUELES, César. **Sociofobia: mudança política na era da utopia digital**. Editora SESC. 2016.

REUTERS Institute for the Study of Journalism; OXFORD University. **Digital News Report**, 2020. Disponível em: <https://www.digitalnewsreport.org/> Acesso: 13/05/21.

SALES, Vinicius. **“Ninguém pode obrigar ninguém a tomar vacina”**, diz Bolsonaro. Jornal Brasil Sem Medo, 1 de setembro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/ninguem-pode-obrigar-ninguem-a-tomar-vacina-diz-bolsonaro/> Acesso em 15/05/21.

SALES, Vinicius. **“Não pode um juiz decidir se você vai ou não tomar a vacina”**, diz Bolsonaro. Jornal Brasil Sem Medo, 26 de outubro de 2020. Disponível em: <https://brasilsemmedo.com/nao-pode-um-juiz-decidir-se-voce-vai-ou-nao-tomar-a-vacina-diz-bolsonaro/> Acesso em 15/05/21.



SUSTEIN, Cass. **Goingto Extremes: How Like Minds Unite and Devide**. Nova York: Oxford University Press, 2009.

URUPÁ, Marcos. **Redes Sociais e internet: como as pessoas se tornaram usuárias, produtoras e consumidoras em um piscar de olhos**. Anais do VI Encontro Nacional da União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC), 2016. Disponível em: https://ulepiccbrasiladotcom.files.wordpress.com/2017/04/ulepicc2016_anaisgt3.pdf Acesso: 13/11/2020.

Como citar este artigo:

MELO, Rebecca Botelho Portela de. Distopia Virtual: Uma análise da emergência de novos atores no campo da comunicação digital. **Áskesis**, São Carlos - SP, v. 9, n.2, p. 41-64, jul./dez. 2020.

ISSN: 2238-3069

DOI: <https://doi.org/10.46269/9220.634>

Data de submissão do artigo: 15/12/2020

Data da decisão editorial: 12/07/2021