

**O relato que não mais cessa *versus* a *vontade de mentira*:
ubiquidade, jornalismo e disputas discursivas
nas redes digitais móveis**

The report that no longer cease versus the *will to lie*:
ubiquity, journalism and speech disputes in the mobile digital media

El relato que nunca cesa versus la *voluntad de mentir*:
ubicuidad, periodismo y disputas discursivas en las redes digitales móviles

Lázaro Magalhães

Universidade Federal do Pará | lazaronet2@gmail.com

Netília Seixas

Universidade Federal do Pará | netiliaseixas@gmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo debater como a *ubiquidade* (PAVLIK, 2014), fortalecida pelo crescimento das redes digitais de dispositivos móveis com acesso à internet, como smartphones, afeta as relações (SCHMIDT; COHEN, 2013) com fontes noticiosas e outras práticas jornalísticas, tanto no que se refere à circulação de relatos, como no que tange às disputas discursivas em jogo. Recorrendo a análises sobre o fenômeno das *fake news* (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017), aos conceitos de *mediatização* (SODRÉ, 2007), *mobilidade*, *extensibilidade* e *acessibilidade* (LEMOS, 2011) e às ponderações sobre formas de *exclusão*, *coerção* e *sujeição* de discursos (FOUCAULT, 1996), argumenta-se que os entornos da *ubiquidade* permitem que narrativas não cessem ou tampouco se detenham frente a tentativas de *exclusão*, seja pela *vontade de verdade* (FOUCAULT, 1996), ou sua nova expressão, a qual denomina-se aqui como *vontade de mentira*.

Palavras-chave: discurso; jornalismo; mobilidade; relatos; ubiquidade.

Abstract: This article aims to debate how the *ubiquity* (PAVLIK, 2014), strengthened by the growth of mobile devices' digital media, such as smartphones, affects the relations (SCHMIDT; COHEN, 2013) with news sources and other journalistic praxis, both referring to the circulation of reports and speech disputes at stake. Using analysis about the *fake news* phenomenon (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017), to the concepts of *mediatization* (SODRÉ, 2007), *mobility*, *extensibility* and *accessibility* (LEMOS, 2011), and the considerations on forms of *exclusion*, *coercion* and *subjection of speeches* (FOUCAULT, 1996), it is argued that the environments of *ubiquity* allow stories not to cease nor to stop, in the face of *exclusion* attempts, either by the *will to truth* (FOUCAULT, 1996), or its new expression, which is called here the *will to lie*.

Keywords: journalism; mobility; reports; speech; ubiquity.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo discutir cómo la *ubicuidad* (PAVLIK, 2014), fortalecida por el crecimiento de las redes digitales de dispositivos móviles con acceso a internet, como los teléfonos inteligentes, afecta las relaciones (SCHMIDT; COHEN, 2013) con las fuentes de noticias y otras prácticas periodísticas, tanto en términos de la circulación de relatos como en las disputas discursivas en juego. Utilizando análisis del fenómeno de las *fake news* (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017), los conceptos de *mediatización* (SODRÉ, 2007), *movilidad*, *extensibilidad* y *accesibilidad* (LEMOS, 2011), y consideraciones sobre formas de *exclusión*, *coerción* y *sometimiento de los discursos* (FOUCAULT, 1996), se argumenta que los entornos de *ubicuidad* permiten que los relatos no cesen, ni siquiera se detengan, ante los intentos de *exclusión*, ya sea por la *voluntad de verdad* (FOUCAULT, 1996), o su nueva expresión, aquí llamada *voluntad de mentir*.

Palabras clave: discurso; movilidad; periodismo; relatos; ubicuidad.

Celulares como fronteiras de disputas discursivas

Em 2022, a 33ª Pesquisa Anual do Uso da Tecnologia da Informação nas Empresas, elaborada pela Fundação Getúlio Vargas, no âmbito da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV-EAESP), estimou haver 447 milhões dispositivos digitais em uso no Brasil. Destes, 242 milhões são smartphones (MEIRELLES, 2022). O mais recente levantamento da série da FGV-EAESP reafirma a predominância do acesso à internet via dispositivos móveis (smartphones, tablets e notebooks), cenário que se mantém desde 2014, ano em que a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontou que os celulares ultrapassaram os computadores como principal forma de acesso à internet pelos brasileiros (BRASIL, 2016). Apenas três anos depois, no final de 2017, o Brasil alcançou a marca de um smartphone por habitante, segundo aferiu a FGV-EAESP (MEIRELLES, 2018).

Segundo dados da PNAD, de 2019, são 180,81 milhões os brasileiros que usam internet. Dos aparelhos usados para esse acesso, o celular segue sendo o preferido (99,5%), à frente de computadores (45,1%), televisão (31,7%) e *tablets* (12%). Entre os 143,83 milhões de brasileiros com internet, 141,87 milhões (98,63%) usam celular ou outro aparelho, enquanto 62,75 milhões (43,62%) somente o celular para isso. Ao todo, 89,11 milhões (61,95%) usam a rede para trocar e-mails; 137,75 milhões (95,77%) para mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos; 131,48 milhões (91,41%) para conversar por chamadas de voz ou vídeo; e 127,86 milhões (88,89%) para assistir a vídeos, programas, séries e filmes (BRASIL, 2019).

Nesse panorama, a rede social do aplicativo para smartphones e desktops WhatsApp tem posição de destaque. Com 2 bilhões de usuários em 180 países e mais de 100 bilhões de mensagens trocadas todos os dias ao redor do globo (SOBRE O WHATSAPP, 2022), o WhatsApp é o aplicativo de bate-papo mais usado no Brasil (MOBILE TIME, 2022)¹. Assim, smartphones e aplicativos de mensagens ganham uma posição cada vez mais crucial no entendimento de lutas, estratégias de consumo e circulação de discursos² no país. Os impactos não são só para a grande mídia e os negócios em comunicação. Também interessam ao entendimento de novas relações, formatos e naturezas de produtos jornalísticos frente à pluralização de enunciados³ (FOUCAULT, 1987) em meio digital.

¹ A pesquisa *Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil, Fevereiro de 2022* aponta que, entre brasileiros com smartphones, o uso do WhatsApp chega a 99%, seguido por Instagram (82%), Facebook Messenger (71%), Telegram (60%) e Signal (12%). Os brasileiros usam o WhatsApp para mensagens de texto (90%), mensagens de áudio (83%), imagens (83%), chamadas de voz (78%), troca de vídeos (73%), figuras e *emojis* (72%), videochamadas (71%) e *stories* (50%) (MOBILE TIME, 2022).

² “Discurso [é] um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiam na mesma formação discursiva; ele não forma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou uso poderíamos assinalar na história; é constituído de número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência” (FOUCAULT, 1987, p.135).

³ Na perspectiva de Foucault (1987, p. 98 e 135), o enunciado não é uma estrutura, mas uma “função de existência”, que pertence aos signos, e a partir da qual se pode decidir “se ‘fazem sentido’ ou não, segundo que regra se sucedem ou se justapõem” e “que espécie de ato se encontra realizado” por sua formulação oral ou escrita. Um enunciado “não é em si mesmo uma unidade, mas uma função”, e “pertence a uma formação discursiva, como uma frase pertence a um texto”.

Este artigo se propõe a discutir como a condição da *ubiquidade* (PAVLIK, 2014), fortalecida pela rede de dispositivos digitais móveis, e com efeitos sobre relações de poder (SCHMIDT; COHEN, 2013), impacta a prática jornalística, a circulação de relatos e as disputas discursivas relacionadas a ambas. Essas são disputas que envolvem tanto as lógicas de proliferação, utilidade psicológica e uso político das *fake news* (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017) quanto as questões ligadas às práticas e à construção de relatos jornalísticos na esfera da *ubiquidade* e no contexto da *midiatização* (SODRÉ, 2007). Para ponderar essas problemáticas, recorreremos aos conceitos de *extensibilidade* e *acessibilidade* (LE MOS, 2011), à noção de *discurso* (FOUCAULT, 1996) e às ponderações sobre as diversas formas de *exclusão*, *coerção* e *sujeição de discursos*. Entre estas, a *vontade de verdade* merecerá nossa atenção maior.

Por fim, argumentamos que os *entornos da ubiquidade* permitem que relatos não cessem ou tampouco se detenham, frente a tentativas de *exclusão* (FOUCAULT, 1996), visto que a natureza desses arranjos possibilita que vários outros registros resistentes sigam ativos – mesmo com a destruição, a tomada ou a elisão de peças que componham esse conjunto ubíquo. Desse modo, concluímos que (a) o *relato ubíquo* impõe sua potência frente a tentativas de cerceamento pela *vontade de verdade* (FOUCAULT, 1996) ou pela sua nova expressão, a qual denominamos *vontade da mentira*; (b) as condições oferecidas pelos entornos digitais ubíquos mantêm as possibilidades de existência e a continuidade de discursos e (c) o poder dos relatos erigidos ubiquamente impõe desafios a formatos e rotinas nas redações, sugerindo novos repertórios de estratégias e práticas, a fim de reposicionar objetivos e missões do jornalismo diante de novos contextos e necessidades de atenção de cobertura.

Ubiquidade, jornalismo, mobilidade e controle de discursos

Os avanços do mercado da telefonia móvel acirram um cenário onde computadores estarão cada vez mais em todos os lugares, sem que sua presença seja notada. A computação que se enraíza dentro das coisas fortalece o fenômeno da *ubiquidade*, já ressaltava Santaella (2011, p. 136), uma década atrás: computadores tornam-se cada vez mais um aspecto dos ambientes, adicionando e espalhando inteligência aos arredores, aprofundando o alcance e as possibilidades do que já é chamado de “inteligência ambiente”.

A *ubiquidade* é a condição que potencializa a “presença simultânea”, onde qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real, podendo não apenas acessar, mas produzir conteúdos para compartilhar, lembra Pavlik (2014, p. 160). Nesse caminho, Schmidt e Cohen (2013, p. 262) sugerem que a chamada “conectividade quase ubíqua” acabará por transformar fortemente as relações de poder em nossas sociedades, deslocando a influência do Estado e de outras instituições organizadas, como a mídia tradicional, em direção aos cidadãos. Assim, o equilíbrio de poder entre cidadãos e seus governos dependerá de quantos equipamentos de vigilância estes possam comprar, manter e operar (SCHMIDT; COHEN, 2013, p. 84).

“Conforme caírem barreiras linguísticas e se erguerem torres de distribuição de sinal de celular, não haverá fim para o número de novas vozes, fontes em potencial, repórteres e fotógrafos amadores dispostos a contribuir”, ressaltam Schmidt e Cohen (2013, p. 57). As

repercussões desse cenário já são grandes para os jornalistas. Um exemplo é a necessidade de checagem e validação de uma grande pluralidade de fontes e conteúdos, o que exige das redações atenção em crescimento exponencial. A ubiquidade também multiplica e aprofunda novas experiências de narrativas jornalísticas, com a peculiaridade de que diferenças de atribuições e papéis entre cidadãos e profissionais serão cada vez menos importantes, aponta Pavlik (2014). Outros desdobramentos da era ubíqua são a explosão de dados gerados pelas mais diversas imersões narrativas em comunidades e o crescimento da preferência por mídias digitais frente a formatos tradicionais no consumo de informação noticiosa. Segundo o mesmo autor, essa propensão mostrará força máxima quando efetivamente usuários estiverem envolvidos em produções participativas de conteúdos.

Ainda que haja tendência de expansão do valor do jornalismo na sociedade digital, isso não significa, porém, que o caminho aberto pela ubiquidade esteja claro aos conglomerados de comunicação ao redor do globo. É preciso construí-lo e trilhá-lo, de fato, rumo a arranjos que efetivem essas produções participativas de conteúdos noticiosos - e com especial atenção das redações aos novos cenários e peculiaridades específicas dos mercados de mídia nos mais diferentes países, bem como aos humores e necessidades das diversas gerações e nichos de consumidores de notícias. O quadro geral atual não é positivo, e pede não só acenos, mas uma concreta ação reconciliatória.

O balanço feito na 11ª edição do *Digital News Report*, editado em junho de 2022 pelo Reuters Institute for the Study of Journalism, em parceria com a University of Oxford, aponta que o interesse e o consumo geral de notícias diminuíram consideravelmente em muitos países. Há uma tendência de cansaço frente aos conteúdos jornalísticos, e cresce, de forma acentuada, o número de pessoas que evitam os noticiários, por diversos motivos. O estudo, feito com 93 mil consumidores de notícias online em 46 países, com representatividade de metade da população mundial, mostra que o interesse geral por notícias caiu drasticamente em todos os mercados - de 63%, em 2017, para 51%, em 2022. A proporção geral de consumidores de notícias que dizem evitá-las, com frequência ou às vezes, também aumentou acentuadamente em todos os países alcançados pelo estudo. Nos últimos cinco anos, esse tipo de comportamento seletivo dobrou no Reino Unido (chegando a 46%, em 2022) e duplicou também no Brasil (passou de 27%, em 2017, a 54%, em 2022). Os motivos alegados para essa crescente aversão: além da baixa confiança nos conteúdos, ou pouca relevância considerada para suas vidas, muitos entrevistados dizem que as notícias têm um efeito negativo sobre seu humor (DIGITAL NEWS..., 2022).

O *Digital News Report 2022* aponta que a proporção de brasileiros que “confiam nas notícias, na maioria das vezes” é de 48%. Porém, a proporção de pessoas muito ou extremamente interessadas em notícias também despencou entre 2015 e 2022: o Brasil teve uma das maiores quedas apontadas pelo relatório, passando de 82%, em 2015, a 57%, em 2022. O declínio generalizado no interesse e consumo de notícias, porém, não é restrito a públicos mais jovens; a proporção dos que evitam notícias no país é de 15%, para menores de 35 anos, e de 6%, para os com mais de 35. Os números sugerem que este é um fator que vem afetando um grupo muito maior, e o fenômeno pode estar relacionado a mudanças estruturais na forma como as notícias são distribuídas. O smartphone tornou-se a forma dominante pela qual a maioria acessa as notícias pela manhã - embora encontremos

padrões diferentes entre os países –, e as redes sociais ganharam importância. No Brasil, 11% apenas dizem que buscam diretamente sites ou portais para terem acesso a conteúdos noticiosos (DIGITAL NEWS..., 2022).

O desgaste atual da relação do público com o jornalismo e a mídia também se reflete em outros números gerais. Em todos os mercados ouvidos pelo *Digital News Report*, mais da metade dos entrevistados (54%) diz se preocupar em identificar a diferença entre o que é real e o que é falso na internet, quando se trata de notícias. Porém, as pessoas que dizem usar principalmente as redes sociais como fonte de notícias são mais preocupadas (61%) do que as pessoas que não usam nada (48%) (DIGITAL NEWS..., 2022).

Frente à diminuição da relevância e do papel do jornalismo na sociedade digital, apesar da tendência geral de expansão do seu valor, no cenário da ubiquidade, o balanço do Reuters Institute e da University of Oxford alerta que empresas de comunicação e suas redações precisam estar atentas às necessidades da próxima geração, a dos nativos sociais – que buscam menos sites de notícias, estão menos propensos a pagar por elas e têm nas redes sociais sua primeira opção de conexão com o que há de novo a se atualizar sobre o mundo (DIGITAL NEWS..., 2022). Há também um crescente desejo de consumo de histórias que inspirem e nutram esperanças, para além do duro noticiário, restrito, segmentado e rotineiro. As sondagens com entrevistados também sugerem que, no esforço digital, editores devem se concentrar mais em buscar novos modelos de negócios, de narrativas e de distribuição de conteúdos, mas com atenção cada vez menor à procura de fórmulas únicas: são vários os caminhos possíveis, atentos às necessidades de diferentes praças e à constante reordenação de um ambiente cada vez mais complexo.

Por isso mesmo, é possível que o “conteúdo gerado por cidadãos”, em um mundo globalmente conectado, possa ter um crescente “papel central no complemento de conteúdo jornalístico e midiático produzido profissionalmente” (PAVLIK, 2014, p. 159). Conteúdos ubíquos, geolocalizados, relacionados a mídias móveis e a diversos tipos de dispositivos adaptados ao corpo de qualquer um, provavelmente, estarão no rol dessas experiências outras, que permitirão novas formas de jornalismo, sem as barreiras de linguagens das tradicionais plataformas de apuração, tratamento e apresentação de notícias.

Cidadãos usarão seus telemóveis ou os *wearables* para acessar ou contribuir com o conteúdo noticioso geolocalizado em qualquer lugar de cada comunidade. Os cidadãos irão se envolver em narrativas imersivas e interativas [...] enquanto percorrem suas comunidades. [...] Imersão virtual em tempo real também se tornará amplamente disponível, assim que repórteres, sejam eles profissionais ou cidadãos, gerem narrativas ao passar por suas comunidades e compartilhar seus vídeos ou outros conteúdos gerados automaticamente via múltiplos sensores (PAVLIK, 2014, p. 176).

Na era digital, o valor social do jornalismo está em expansão, diz Pavlik (2014, p. 181), porque, cada vez mais, participantes da cadeia, cidadãos, fazem mais que obter informação de fontes noticiosas: eles efetivamente contribuem com o fluxo informacional. Assim sendo, o valor do jornalismo “será alargado para abarcar a natureza participativa de notícias num mundo conectado”.

No entanto, Pavlik (2014, p. 181) também alerta para um fato: governos vêm aumentando as restrições a livres e abertos enunciados digitais, e há uma preocupante e crescente aceitação social a esses tipos de medidas. O declínio da privacidade dá espaço a uma sociedade cada vez mais permeada pela lógica da vigilância global, com uma “aceitação pouco crítica do público diante de restrições”. Argumenta o autor que, numa era de mídias ubíquas, processos democráticos dependerão de um sistema robusto, englobando cidadãos conectados e mídia profissional, livre de restrições governamentais ou tecnológicas e fazendo frente à tendência de governos, por todo mundo, em empregar ações para uma “generalizada e ubíqua vigilância a cidadãos” (PAVLIK, 2014, p. 177). Por isso mesmo, torna-se essencial à democracia a busca interminável pela liberdade de expressão. Na atualidade, ambas requerem a “participação integral de profissionais e da força ubíqua de cidadãos jornalistas” (PAVLIK, 2014, p. 181).

Duas questões se colocam a partir desse cenário da *ubiquidade*. Convém discutir como o jornalismo se posicionará, enquanto campo e no que tange a suas linguagens, para efetivar a integração entre as redações e a *força ubíqua* dos *cidadãos jornalistas*, e também ponderar como operam forças contrárias a esses deslocamentos de relações de poder rumo aos cidadãos. Vale ressaltar que a *ubiquidade* também multiplica e torna onipresentes preocupações com os riscos ou os perigos desse potencial discursivo, de acordo com os demais interesses envolvidos. Nesse contexto, atores em jogo também tendem a se movimentar de forma reagentes às possibilidades de mudanças e de reordenamento de privilégios e primazias, sejam de esferas políticas, econômicas ou sociais. E isso envolve também a atividade jornalística, frente às transformações experimentadas pelos mais privilegiados ou por aqueles entre os menos favorecidos pelas estruturas de monopólio e distribuição de mídia, ao redor do globo e no Brasil. Enquanto a *ubiquidade* converte dispositivos móveis em centros de disputa pelo controle da circulação da palavra, se fortalece o cenário onde também se cruzam, violam e se embaralharam limites, direitos, lugares, vozes, palcos e atos. Há realinhamentos de estratégias e táticas, tanto entre os que passam a olhar os dispositivos móveis como novos palanques quanto entre os que consideram os smartphones como as novas fronteiras das possibilidades e dos riscos do exercício do discurso livre.

Portanto, as condições propiciadas pela *ubiquidade* atualizam o campo de movimentação para o que Foucault (1996) já designou como o *temor a acontecimentos discursivos* – onde também, novamente, se impõem *procedimentos de exclusão, coerção e sujeição de discursos*. Esta é uma frente a ser observada, como diz Sodré (2007, p. 23), na “hermenêutica das novas formas de existência sob a mediatização”, em que a onipresença das tecnologias comunicacionais baliza a vida social.

A sociedade mediatizada   um novo tipo de “sociedade do discurso”, expressão de Foucault para designar os grupos constituídos em fun o de um controle específico de fala, [...] o perigo dos discursos se multiplicarem indefinidamente. Refere-se a grupos específicos, que institucionalizam procedimentos de exclusão – por sistemas de interdi o, rejei o e vontade de verdade – e incidem sobre o discurso. São os mesmos grupos a que o sociólogo Pierre Bourdieu deu nome de “campos”, estruturas constituídas ao redor de pressões, assim como san oes externas e internas (SODRÉ, 2007, p. 20).

Parte dessas reconfigurações de poderes, relacionadas à midiaticização, à cultura dos dispositivos móveis e à *ubiquidade*, pode ser resumida por conceitos como *extensibilidade* – a capacidade de uma pessoa ou grupo superar dificuldades de movimento – e *acessibilidade* – a potência de alcançar um ponto desejado, seja ele físico, informacional ou cognitivo (LEMOS, 2011, p. 18). Por isso mesmo, Lemos (2011, p. 18) ressalta a natureza politizada da ação na *mobilidade*. Ela não deve ser vista só como percurso entre pontos ou acesso à informação: é estratégica, não é neutra, e exige atenção a formas de poder, controle, monitoramento e vigilância. Diferentes graus de *mobilidade* expressam diferentes poderes e controle, por acessos a redes, máquinas, espaços físicos, culturais, linguísticos e outros.

Quanto maior for a potência de mobilidade informacional-virtual, maiores serão a mobilidade física e o acesso a objetos e tecnologias. A mobilidade informacional [acesso rápido pleno e fácil à informação] é correlata à potência [*motility*] da mobilidade física. Os que podem se movimentar mais facilmente pelo ciberespaço são também os que têm maior autonomia para o deslocamento físico e vice-versa. A cultura da mobilidade não é nada neutra nem natural (LEMOS, 2011, p. 18).

Diferentes mobilidades refletem diferentes hierarquias e geografias de poder, manifestas em diversidades de embates, multiplicados na *ubiquidade* e na *mediatização*. Tanto o desejo de potência quanto a resistente pulsão por *exclusão*, *interdição* e *controle* desse acesso reordenam atores, estruturas, estratégias e seus discursos vários. Novos problemas derivam dessas lutas pela circulação da palavra em um cenário complexificado. Para o campo jornalístico e suas experiências de linguagem, os entornos ubíquos pedem que se pondere a relação com os produtores de narrativas e relatos que circulam com a ajuda de smartphones, sem o aval ou a legitimação das esferas contratuais de trabalho ou das regras que regem as atividades das empresas de comunicação. Por outro lado, também pedem atenção as estratégias e mecânicas que se erguem desse novo *temor* à livre circulação de discursos.

Entre a exclusão e a vontade de mentira: desafios ao jornalismo

Ainda que ao lado de boa parcela de boatos e outros conteúdos mentirosos, como as *fake news*, diariamente quantidades colossais de relatos sobre o real circulam com a ajuda de celulares, microcomputadores e seus entornos digitais, independentemente da atuação da grande imprensa ou mesmo da imprensa dita alternativa. Tudo isso é parte de uma grande transformação cultural, que também deriva do avanço e da popularização de suportes, dispositivos e plataformas que deslocaram, com o fenômeno da digitalização, o eixo gravitacional do controle sobre a *produção*, a *circulação* e o *consumo* de conteúdos (ANDERSON, 2006). Do *selfie* às velhas videocassetadas na rede social mais procurada da temporada, de estúdios, álbuns e carreiras nacionais alçados apenas com um PC dentro do quarto de casa a filiados de grupos com conteúdos policiais no WhatsApp, uma parcela cada vez maior desses conteúdos já abastece fortemente a cadeia empresarial de produção jornalística, exigindo novas estratégias de campo, práticas, linguagens e relações.

Essas frentes podem considerar que o relato jornalístico, primado por um gesto histórico, e radicalmente humano, de reportar algo a alguém que não pode presenciá-lo, não deve mais ser visto como ato de atribuição exclusiva ou reservada a só uma parcela da população, ou a uma categoria profissional, como foi exigido pelo percurso histórico, do surgimento da imprensa à formação dos conglomerados da indústria jornalística. O gesto primal de reportar ou gerar relatos sobre o mundo seguirá uma necessidade – ou direito fundamental – de todos os homens que com ele interagem.

Nesse sentido, manter o veto ao livre relatar de muitos outros, admitindo, na ordem dos discursos da sociedade midiaticizada, quais são os que efetivamente podem povoar de vozes o campo jornalístico e construir esses *relatos*⁴, como foram historicamente constituídos, pode ser entendido como mais uma maneira de reproduzir procedimentos de *controle* ou *exclusão* da palavra, como a *interdição*, a *separação* e a *rejeição* – seja pela *palavra proibida*; pela *segregação da loucura*; ou pela *vontade de verdade*, como definiu Foucault (1996). Ao olharmos o campo do jornalismo, notamos sua preponderância como zona vedada aos livres discursos, também reforçada pelo que o autor entende como um terceiro grupo de procedimentos de *controle dos discursos*:

Desta vez, não se trata de dominar os poderes que eles têm, nem de conjurar os acasos de sua aparição; trata-se de determinar as condições de seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles. Rarefação, desta vez, dos sujeitos que falam; ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer certas exigências ou se não for, de início, qualificado a fazê-lo (FOUCAULT, 1996, p. 36-37).

Como ressalta Foucault (1996, p. 37), nem todas as regiões do discurso são igualmente abertas e penetráveis; algumas são “altamente proibidas”, *diferenciadas e diferenciantes*, enquanto outras parecem quase abertas a todos os ventos e postas, sem restrição prévia, à disposição de cada sujeito que fala: “[São essas] todas as coerções do discurso: as que limitam seus poderes, as que dominam suas aparições aleatórias, e as que selecionam os sujeitos que falam”. Ainda que grassem resistências, o que as novas narrativas ubíquas parecem fazer é alargar cada vez mais o campo de atuação do jornalismo – ou, ao contrário, converter novamente profissionais e redações, tomados pela lógica dos negócios da comunicação, em

⁴ O discurso relatado caracteriza-se pelo encaixe de um dito num outro dito, pela manifestação da heterogeneidade do discurso. Esta heterogeneidade está marcada por índices nos quais uma parte, pelo menos, do que é dito deve ser atribuída a um locutor diferente daquele que fala. Por vezes, essas marcas são discretas, e surge então o problema da fronteira entre “discurso relatado” e “interdiscursividade”, fenômeno geral de inserção de fragmentos de discursos uns nos outros, não necessariamente explicitada. Assim, pode ser estrategicamente útil jogar com a possibilidade de não fornecer índices do dito relatado, ou de sugeri-los, ou de deixá-los à apreciação do interlocutor. “Com isso, o locutor-relator apaga o locutor de origem, como se o que ele enuncia só pertencesse ele”. É nesse jogo de marcação-demarkação, por um lado, não-marcação-integração, de outro, que se situa o discurso das mídias de informação (CHARAUDEAU, 2013, p. 162).

cidadãos comuns ao lado dos demais, a formar a *opinião pública*⁵, e em interação com um *espaço público*⁶ ampliado. Nesse contexto, convém lembrar que a multiplicação de experiências e a abertura crescente de territórios e possibilidades a novas narrativas, potencializadas pelas condições da *ubiquidade*, tendem a fortalecer – e não o contrário – uma das missões basilares da própria atividade jornalística, como campo onde a busca do retrato mais fiel da realidade, pelo relato mais próximo possível dos fatos, é uma meta de valor indissociável. Tudo isso sugere uma urgência à necessidade de que projetos de redações estejam cada vez mais abertos a novas linguagens e experimentem modelos e rotinas que se agreguem de maneira mais articulada a essa nova cadeia de circulação de conteúdos.

Não à toa, nessa mesma frente potencializada pela *ubiquidade*, nos últimos anos o campo jornalístico se inseriu num acirramento de plano de disputas, onde a atividade profissional de checar e reportar fatos por vezes figura como alvo de ataques e, noutros momentos, precisa reafirmar-se e contrapor-se a outros posicionamentos e discursos (apuração *versus* mentira, verdade *versus* pós-verdade, informação *versus* negacionismo, jornalismo *versus* *fake news*).

Mas o que move, afinal, o crescimento significativo da circulação de narrativas mentirosas, massivamente exploradas também para uso político nas redes, nas quais a deformação da realidade e a replicação de boatos ganham força e a reverberação e a aderência a pós-verdades grassam, com efeito de manipulação da opinião pública? Em busca de respostas, é útil observar esses embates discursivos, envoltos pelas estratégias várias em ação na *ubiquidade*, também inseridos no território de retomada de lógicas estruturais, como o *temor* aos livres *acontecimentos discursivos* e aos *procedimentos de exclusão, coerção e sujeição* desses discursos (FOUCAULT, 1996). Foucault (1996, p. 9) ressalta que nossa sociedade é profunda conhecedora de procedimentos de exclusão, sendo a *interdição* a mais familiar. Não se tem o direito de dizer tudo, ou falar de tudo em qualquer circunstância, e tabus, rituais e direitos privilegiados de fala formam todos os demais tipos de *interdições* que balizam possibilidades do discurso. E o campo da política é um dos mais visados.

Em nossos dias, as regiões onde a grade é mais cerrada são as da sexualidade e as da política: como se o discurso, longe de ser esse elemento transparente ou neutro no qual a sexualidade se desarma e a política se pacifica, fosse um dos lugares onde elas exercem, de modo privilegiado,

⁵ A opinião pública resulta de um entrecruzamento múltiplo entre conhecimentos e crenças, de um lado, e opiniões e apreciações, de outro, aponta Charaudeau (2013, p. 123): “Deve-se levar em conta duas séries de parâmetros: a distinção dos lugares de pertinência (trata-se da opinião pública imaginada pela instância midiática, a que emana das realizações do próprio discurso informativo, ou daquela que é construída através do estudo dos comportamentos do público?); e a natureza dos julgamentos do grupo que a expressa”.

⁶ O espaço público não é único. “Resulta da conjunção das práticas sociais e das representações. As práticas sociais constituem o motor das representações, e estas são a razão de ser daquelas, atribuindo-lhes valores que tendem a confirmá-las ou a modificá-las. Essa interação dialética constrói um espaço público plural e em movimento. [...] As mídias são apenas uma forma de publicização. Sua ação é participar do que constitui, desconstitui, transforma o espaço público, no quadro do contrato de informação midiático. [...] Em certos momentos da história a publicização do espaço público toma uma forma particular; já o foram a Igreja, a monarquia, a festa e o bufão na Idade Média, hoje são as mídias” (CHARAUDEAU, 2013, p. 120).

alguns de seus mais temíveis poderes. Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam rapidamente sua ligação com o desejo e o poder (FOUCAULT, 1996, p. 9).

A pulsão pelo controle do discurso oculta temores que refletem a consideração de ameaças: assim, interdições, supressões, fronteiras e limites são dispostos para dominar a proliferação de enunciados, porque a abundância de vozes precisa “ser aliviada de sua parte mais perigosa” (FOUCAULT, 1996, p. 50). Deste modo, os *sistemas de exclusão* que operam sobre discursos (a *palavra proibida*; a *segregação da loucura*; e a *vontade de verdade*) contam com procedimentos que efetivam essas *coerções* – limitantes de poderes, eles agem para dominar *aparições aleatórias* e selecionar sujeitos que falam.

A forma mais superficial e visível desses sistemas de restrição, o ritual, define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam (e que, no jogo de um diálogo, da interrogação, da recitação, devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados); define gestos, comportamentos, circunstâncias e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso; fixa a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção (FOUCAULT, 1996, p. 38-39).

Mas que novas estratégias “rituais” de *interdição* de discursos estão em jogo no cenário da *ubiquidade*? O “rito da mentira”, que pode se travestir de “verdade” para públicos aderentes, também pode operar definindo a “qualificação” dos sujeitos que falam, confundindo-os entre adeptos de “novas verdades” ou de “novas mentiras”. E também pode-se condicionar isso a determinada posição de onde se profere os enunciados – o que impacta a eficácia desses discursos. É como pontuam Allcott e Gentzkow (2017), ao aferirem o impacto da produção de notícias falsas⁷ e relacionarem o fenômeno da aderência a esses conteúdos a uma tendência de suscetibilidade de públicos de *fake news* à *utilidade psicológica* das confirmações adequadas a suas próprias opiniões e a seus posicionamentos sobre o real⁸.

Nesse caminho, a nova *vontade de verdade*, a ampliação do alcance da pós-verdade, atualizada como *vontade de mentira*, parece também ser reação, uma reordenação sistêmica,

⁷ Allcott e Gentzkow (2017) estabelecem parâmetros para mensurar o alcance da circulação de informações falsas e boatos (*fake news*) em mídias sociais. Eles avaliaram a mecânica mercadológica das ocorrências e os impactos sobre a atividade jornalística e as democracias. Para os autores, a circulação de *fake news* – que avaliaram de grande efeito à eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, em 2016 – se estabeleceu como estratégia de campanhas ao redor do globo. Trata-se de uma nova ameaça à democracia em todo o mundo.

⁸ Considerando as médias de geração de visitas a cada compartilhamento em redes sociais e posts com histórias de alto desempenho, Allcott e Gentzkow (2017, p. 225) concluíram que 38 milhões de compartilhamentos de notícias falsas do banco de dados de sua pesquisa sobre *fake news* veiculadas na campanha presidencial norte-americana de 2016 se traduziram em 760 milhões de visitas a páginas. Os efeitos potencializados das *fake news* vão muito além de um “fenômeno de redes sociais”; elas já são vistas como produtos estrategicamente planejados, largamente demandados por lógica massiva e pecuniária, para vitórias e hegemonias de discursos, formação de imagens, destruição de reputações, ampliação de eleitorados e cooptação de audiências.

aos avanços que a esfera digital oferece contra velhas formas de dominação. A *vontade de mentira* serve de contorno ou desvio a arranjos como os dos relatos ubíquos, que já enfraqueciam velhos sistemas de *interdição* de discursos.

E como a mentira tenta dominar ou coagir as aparições aleatórias das verdades de livres relatos ubíquos sobre o mundo, proferidos à margem de sistemas convencionais de controle do discurso? Possivelmente, ao invés de vedar discursos, objetivo já impraticável em sua totalidade, compartilhar mentiras em massa, ou coordenar ataques contra os discursos desafetos ou dissonantes, serve mais à tentativa de afogar os enunciados contrários num mar de contraproposições, ainda que com métodos artificiais, como *bots* entrando em campo para aquecer ataques e afirmações mentirosas, como se viu nos últimos anos – e, mais agressivamente, desde as eleições presidenciais de 2018, no Brasil. O que é isso, senão tornar mais difícil encontrar, sob o palheiro informacional, a agulha do relato real ou da informação checada sobre o mundo e seus fatos? Essa prática não é nova. Atualizou-se e ampliou-se a outros meios e linguagens nos entornos da *ubiquidade*.

O relato que não mais cessa *versus* a vontade de mentira

Mas, o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo? [...] Em toda sociedade, a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos, que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório e esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 1996, p. 8).

Vimos, até aqui, que as condições da *ubiquidade* (PAVLIK, 2014) colocam dispositivos móveis com acesso à internet – em especial, os smartphones –, no centro das atenções das lutas e das estratégias de consumo e circulação de conteúdos, discursos e narrativas. Essas condições implicam novos formatos, relações e naturezas também para agentes produtores e para produtos jornalísticos frente à pluralização dos emergentes discursos livres.

As condições da *ubiquidade* são parte da transformação cultural derivada do acirramento da digitalização: ela permite não apenas o consumo de narrativas, mas também sua produção. Por smartphones, novos falares transitam num contexto de pluralidades discursivas. A *connectividade quase ubíqua* transforma relações de poder e desloca o polo de maior influência do Estado e de instituições, como a mídia, rumo aos cidadãos (SCHMIDT; COHEN, 2013).

A multiplicação de formatos e o aprofundamento de novas experiências de narrativas jornalísticas derivam da explosão de dados gerados por novas *imersões narrativas* (PAVLIK, 2014) e expandem o valor do jornalismo, num cenário em que conteúdos gerados por cidadãos crescem e embaçam os limites entre atividades profissionais e amadoras. Assim, revisam-se a autoridade, o poder e o papel do jornalista como protagonista da experiência narrativa na *ubiquidade* e pondera-se sobre as *interdições* que recortam o seu campo profissional.

Nesse contexto, as dimensões da *mobilidade* (LEMOS, 2011) resumem a natureza politizada da ação na *ubiquidade*: ela não é neutra, nem natural. Do mesmo modo, as

condições ubíquas potencializam os perigos e as reações a esse grande potencial discursivo (PAVLIK, 2014). As redes digitais são, hoje, território onde essas experiências brotam e se expandem e onde tensões se concentram e estratégias se realinham em torno de *discursos* produzidos e consumidos via dispositivos móveis: é uma nova frente de *temor a acontecimentos discursivos* (FOUCAULT, 1996).

Independentemente da discussão sobre sua origem, a ascensão da polarização política – um fenômeno mensurado pelo termômetro da cadeia das *fake news* –, incentiva o consumo de conteúdos sob o filtro da *utilidade psicológica* a visões próprias do real (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017). Também se desdobra em *temor a acontecimentos discursivos*, ao retomar *procedimentos de exclusão, coerção e sujeição* da livre enunciação (FOUCAULT, 1996).

Da *palavra proibida*, da *segregação da loucura* e da *vontade de verdade*, esta última, limitante de poderes e apta a dominar *aparições aleatórias* e selecionar sujeitos que falam, parece ter se transmutado para driblar, repelir, neutralizar, combater ou destruir os novos arranjos dos *relatos ubíquos*. Assim, consideramos que a *vontade de verdade* (FOUCAULT, 1996), no cenário da pós-verdade, é uma *vontade de mentira*.

Na *teia*⁹ da *ubiquidade*, que segue ampliando-se mesmo em regiões como a Amazônia – apesar das diferenças, dos desafios e das peculiaridades de naturezas econômicas, sociais e culturais locais, a exemplo dos resistentes gargalos do acesso às redes de telefonia móvel e de internet no Norte do Brasil –, essa complexa nova ordem interage (ou choca-se) com ordenamentos e lógicas antes estabelecidos, como o cenário dos baronatos locais da comunicação, tensionando-os progressivamente.

Como lembra Jenkins (2012), ao tratar da *cultura da convergência* e das *narrativas transmidiáticas*, a convivência entre velhas e novas estruturas permanecerá. Por isso mesmo, é fato também que os riscos de esmagamento estrutural para esses novos actantes, mesmo em seus embates e suas trajetórias possíveis pela malha da *ubiquidade* e da *mobilidade*, continuarão colossais. Um exemplo está na possibilidade de *coerção* da esfera de atuação jurídica. Suas imposições e seus balizamentos, à ordem das leis, se mantêm, obviamente, apesar das novas relações com esses *entornos ubíquos*. Não é um território livre o da *ubiquidade*.

Para analisar os *temores* que são gatilhos de procedimentos de *exclusão* e *interdição*, suas condições, mecanismos (jogos) e efeitos, Foucault (1996, p. 51) defende que é preciso tomar três decisões: *questionar a vontade de verdade*; *restituir ao discurso o caráter de acontecimento*; e *suspender a soberania do significante*.

Dessas decisões derivam exigências da análise de *acontecimentos discursivos*: o *princípio da inversão* (na fonte dos discursos está seu princípio de expansão e continuidade, em oposição aos recortes e à rarefação); o *princípio da especificidade* (num mundo sem significações prévias ou face legível, o discurso é a violência que impomos às coisas e que gera suas regularidades); e o *princípio da exterioridade* (da aparição e da regularidade do discurso,

⁹ Entendemos essa teia como a grande malha, formada pelos diversos suportes digitais e sensores, que potencializa o acesso e a presença simultânea da *ubiquidade*, e que, tensionada pelos atos comunicativos nela realizados, reflete-se em grande repositório indicial, pelos rastros deixados por essas ações, que lá inevitavelmente seguem cristalizados, e são potencialmente acessíveis, a partir dos seus *registros ubíquos*.

é preciso olhar condições externas de possibilidades e pensar o que gera a série aleatória dos acontecimentos e fixa fronteiras) (FOUCAULT, 1996, p. 51-53).

Assim, o *acontecimento* (se opõe à criação), a *série* (à unidade), a *regularidade* (à originalidade) e a *condição de possibilidade* (à significação) são noções reguladoras úteis à análise dos temores da proliferação de discursos (FOUCAULT, 1996, p. 54).

No contexto da *ubiquidade*, pode-se partir do *princípio da exterioridade* para atentar a aparições, regularidades e mecânicas externas que ditam possibilidades e fixam as fronteiras dos *acontecimentos discursivos* (FOUCAULT, 1996, p. 53). Consideramos, por isso, que as relações de *acontecimentos discursivos* com os entornos de registros e memórias merecem atenção. De vídeos partilhados em redes a peças jurídicas, de boletins de ocorrência e matérias publicadas a repercussões em redes: tudo importa, como partes de um grande *relato transmidiático*¹⁰ potencial, espreado por várias entradas e saídas da internet.

Mesmo quando agentes diretamente envolvidos decidem não propagar relatos, ou se negam a compartilhar arquivos, o fato é que esses episódios ou *acontecimentos discursivos* podem ser alvo de várias outras formas de *registros ubíquos*. Eles vêm tanto de sensores de vigilância remota e automática quanto de pessoas que põem em ação dispositivos presentes em *arranjos testemunhais* – cujas interações ocasionais com o *acontecimento* e seu entorno, a partir de trajetos particulares e relatos próprios, contribuem ativamente à reconstituição de fatos. Assim, esses elementos vários também compõem a irremediável esfera da *ubiquidade* e do *relato ubíquo*.

Como pegadas digitais que ajudam a recompor e analisar fatos ocorridos, esse conteúdo armazenado pode ser recuperado mesmo sob os mais diversos esforços de *exclusão* – como impedimentos judiciais desses registros, por exemplo. Essa é uma condição comprovadamente observada em episódios vários, desde casos de conteúdos diversos envolvendo celebridades até as revelações de coberturas como a série de matérias publicadas sob o selo “Vaza Jato”, da redação do *The Intercept Brasil*. Isto é garantido pelo comportamento de replicação e pelas séries de armazenamentos de conteúdos, por download, seguidos de sucessivas novas postagens potenciais, que abrem caminho a novas espirais de compartilhamentos, que reiniciam esse ciclo e o repotencializam ao infinito, em alcance indefinido.

Pelo que já se compreendeu sobre sistemas complexos baseados em cenários descentralizados e *emergentes*¹¹ (JOHNSON, 2003), esse fenômeno está fora do alcance das

¹⁰ Para Jenkins (2012, p. 29-30), a *convergência* define-se pela série de transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais e refere-se tanto ao “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia” quanto à cooperação entre “múltiplos mercados midiáticos” e ao “comportamento migratório” de públicos dos meios de comunicação – que “vão a qualquer parte em busca de experiências de entretenimento”. Assim, a grande transformação cultural da *convergência* são os “consumidores procurando informações e fazendo conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Portanto, uma *história transmídia* desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo.

¹¹ O movimento das regras de nível baixo para a sofisticação do nível mais alto é o que Steven Johnson chama de *emergência*. Tal condição define a forma mais elementar de *comportamento complexo*: um sistema com múltiplos agentes interagindo dinamicamente de diversas formas, seguindo regras locais e não percebendo qualquer instrução de nível mais alto. “As formas de *comportamento emergente* [...] mostram a qualidade distintiva de ficarem mais inteligentes com o tempo e de reagirem às necessidades específicas e mutantes de seu ambiente” (JOHNSON, 2003, p. 14-15).

regras de controle e de ordenamento que favoreciam velhas formas de *restrição*, *interdição* ou *exclusão* de discursos.

Assim, novas ocorrências e seus relatos podem estar cristalizados na nuvem da rede mundial de computadores, à espera de que dados sejam reminerados e o fato recontado, quando necessário. E isso é possível devido ao acesso crescente – acirrado pela digitalização e pelo acesso a dispositivos, móveis ou não – a esses *rastros* deixados na *grande praia informacional* formada pelo trânsito de *relatos ubíquos*.

Esse *efeito de teia* da *ubiquidade* torna impossível a tentativa de não deixar rastros ao se tráfegar na sua *grande praia*. Acontecimentos discursivos deixam marcas, reagem e tensionam a resistência – ou a assistência – de actantes e outros objetos vários afetados pela movimentação na malha dos registros e dos monitoramentos potenciais.

Essa é a condição crucial para que o *entorno da ubiquidade* já permita que o relato não cesse ou tampouco se detenha. Sua natureza permite que vários outros registros resistentes sigam ativos, mesmo na destruição, tomada ou elisão de peças que componham o total que forma seu *entorno ubíquo*.

Assim, o *relato ubíquo* impõe sua potência em relação às tentativas de cerceamento: não é simplesmente um único celular, mas todo o *entorno ubíquo*, o que mantém condições de continuidade desses discursos. Como efeito, o poder desse relato, que já é erigido ubiquamente, por conta própria e independente, também impõe desafios a formatos e rotinas nas redações.

Por isso tudo, também é de se esperar que velhas práticas de dominação ou *exclusão de discursos*, colocadas em xeque por esses novos cenários, acabem por se desdobrar e contrapor, paralelamente, em mutações rumo a novos repertórios de condutas, estratégias e práticas, tentando reposicionar velhos objetivos diante dos contextos reordenados pela *ubiquidade*. É o que parece apontar, entre outros fenômenos, o crescimento da circulação de narrativas transmidiáticas de uso político nas redes.

A *vontade de verdade* – ou sua nova expressão, a *vontade da mentira* – parece querer traçar desvios e reposicionar-se frente a novos alinhamentos que enfraquecem velhos sistemas de *interdição* de discursos. Ainda assim, parece claro que a *ubiquidade* é uma condição que favorece largamente o escrutínio para se aferir verdades nesse cenário, já que as implicações de construção dos *entornos ubíquos* potencializam as provas da veracidade de vários relatos e narrativas que se propõem a registrar e traduzir o real.

Além disso, a massa colossal dos dados que falam por si e “mastigam” os números e padrões que “traduzem” o mundo também se soma a essa esfera, propondo cruzamentos e fortalecendo seus entornos e produtos semânticos. Reforça isso a vigilância autômata e eletrônica mantida pelo Estado e por cidadãos. E estes, ao pluralizarem discursos, que já atuam em *enxames narrativos* do tipo *emergente* ou *bottom-up*¹² (JOHNSON, 2003) – a

¹² Sistemas emergentes resolvem problemas com auxílio de massas de elementos relativamente simples, sem uma única “divisão executiva” inteligente. São sistemas *bottom-up* [de baixo para cima], e não *top-down* [hierarquizados de cima para baixo], que aprendem a partir das “regras de baixo”. São complexos sistemas adaptativos que mostram comportamento *emergente* (JOHNSON, 2003, p.14–15).

exemplo do que é a própria rede mundial de computadores –, tornam ainda mais ricas e precisas as nuances da condição ubíqua.

Relatos articulados em massa são mais ricos que um só. O discurso monofônico, monológico, de um único observador que arroga autoridades sobre o retrato do mundo e seus fatos, apequena-se nesse contexto. Para as coberturas jornalísticas, não manter o controle, mas aprender a perdê-lo ou compartilhá-lo, é necessário. Dizendo melhor: articular a atividade jornalística de uma maneira mais propícia aos desafios do novo cenário de dinâmicas sistêmicas complexas nos parece ser cada vez mais importante no caminho da *ubiquidade*.

Referências

ANDERSON, Chris. *A cauda longa*: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2006.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Pittsburgh, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua*: acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://acortar.link/eSXDOh>>. Acesso em: 5 jul. 2022.

_____. Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*: acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<https://acortar.link/5dpCea>>. Acesso em: 13 fev. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2013.

DIGITAL NEWS Report 2022. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2022. Disponível em: <<https://acortar.link/mcuqZ6>>. Acesso em: 20 nov. 2022.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2012.

JOHNSON, Steven. *Emergência*: a dinâmica de redes em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEMOS, André. Cultura da mobilidade. In: BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge (Orgs.). *Nomadismos tecnológicos*. São Paulo: Senac, 2011. p. 15-34.

MEIRELLES, Fernando S. *33ª Pesquisa Anual do Uso da TI – Tecnologia da Informação nas Empresas*. São Paulo: FGVcia, FGV-EAESP, 2022. Disponível em: <<https://acortar.link/QzZjvh>>. Acesso em: 5 jul. 2022.

_____. *29ª Pesquisa Anual do Uso da TI – Tecnologia da Informação nas Empresas*. São Paulo: FGVcia, FGV-EAESP, 2018. Disponível em: <<https://acortar.link/SrtRg5>>. Acesso em: 5 jul. 2022.

MOBILE TIME. *Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil, Fevereiro de 2022*. [S.l.], 2022. Disponível em: <<https://acortar.link/VRbOfV>>. Acesso em: 5 jul. 2022.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 159-184.

SANTAELLA, Lucia. As ambivalências das mídias móveis e locativas. In: BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge (Orgs.). *Nomadismos tecnológicos*. São Paulo: Senac, 2011. p. 133-149.

SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. *A nova era digital*. Rio de Janeiro: Intrínseca. 2013.

SOBRE O WHATSAPP. [S.l.]: WhatsApp, 2022. Disponível em: <<https://acortar.link/qHCmAV>>. Acesso em: 5 jul. 2022.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. *MATRIZES*, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 15-26, out. 2007.

Lázaro Magalhães

Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Integra o Grupo de Pesquisa Comunicação, Linguagens, Discursos e Memórias na Amazônia, sediado na UFPA e cadastrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Bacharel em Comunicação Social pela UFPA, é especialista em Jornalismo com Ênfase em Direção Editorial pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e em Semiótica e Cultura Visual também pela UFPA.

Netília Seixas

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM-UFPA). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação, Linguagens, Discursos e Memórias na Amazônia, sediado na UFPA e cadastrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).