

Entre o sanatório e o manicômio: crises e oportunidades para a pesquisa em comunicação social no Brasil em tempos de pandemia¹

Between the sanatorium and the asylum: crises and opportunities for social communication research in Brazil in times of pandemic

Entre el sanatorio y el manicomio: crisis y oportunidades para la investigación en comunicación social en Brasil en tiempos de pandemia

Marcelo Santos

Facultad de Humanidades y Comunicación, Universidad Finis Terrae | msantos@uft.cl

¹ Este ensaio está inspirado na aula magna proferida pelo autor aos alunos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, no dia 17 de novembro de 2020.

Resumo: O presente ensaio ressalta a relevância do campo da comunicação e o papel do pesquisador, em vista da relevância social de dispositivos, tecnologias e práticas do campo, no esteio da transformação digital em curso, intensificada tanto pela pandemia como pela infodemia que a acompanha. Propõem-se três chaves para a pesquisa em comunicação social em tal contexto – teórica, metodológica e epistemológica – para enfrentar os desafios e colher as oportunidades de pesquisa que a gestão desastrosa da pandemia de Covid-19 abre no Brasil. Conclui-se com o reconhecimento da natureza inevitavelmente política da pesquisa científica com um chamado à responsabilidade dos acadêmicos da área.

Palavras-chave: Covid-19; pandemia; epistemologia; metodologia de pesquisa; transformação digital.

Resumen: El presente ensayo resalta la relevancia del campo de la comunicación y el rol del investigador ante la relevancia social de los dispositivos, tecnologías y prácticas del campo en medio a la transformación digital en curso, agudizada tanto por la pandemia como por la infodemia que la acompaña. Se proponen tres claves para la investigación en comunicación social en dicho contexto – teórica, metodológica y epistemológica – para enfrentar los desafíos y cosechar las oportunidades de investigación que la desastrosa gestión de la pandemia de Covid-19 abre en Brasil. Se concluye con el reconocimiento de la naturaleza inevitablemente política de la investigación científica con un llamado a la responsabilidad de los académicos del área.

Palabras-clave: Covid-19; pandemia; epistemología; metodología de investigación; transformación digital.

Abstract: The present essay highlights the relevance of the field of communications and the social role of the researcher in face of the growing relevance of the devices, technologies and practices related to the field amidst the ongoing digital transformation, sharpened both by the pandemics and the infodemics that come along. Three keys are presented to support social communication research under such circumstances – theoretical, methodological and epistemological – as instruments to face the challenges and heap the research opportunities provided by the catastrophic Covid-19 pandemics' management in Brazil. A brief conclusion points to the recognition of the inevitably political nature of scientific research and a call of duty to the area's researchers.

Keywords: Covid-19; pandemics; epistemology; research methods; digital transformation.

No primeiro ano da Covid-19, como se a pandemia fosse pouco, emergiu uma infodemia também de alcance mundial (WHO, 2020), sustentada em discussões sobre a origem do vírus em meio a teorias de conspiração, embates negacionistas ante as evidências científicas e gestão política da catástrofe sanitária. Invariavelmente, uma pandemia é uma crise global multidimensional, em que praticamente todas as arestas da vida são afetadas nos cantos mais recônditos do planeta. Não obstante, existem fatores locais que atuam como moderadores deste efeito, tais como sistemas de saúde mais precários, peculiaridades locais (obedientes versus desobedientes com as normas), condições urbanas (amplos espaços rurais *versus* confinamento urbano), entre outros. No Brasil, emaranhado em todos estes aspectos, ainda há o fator Bolsonaro.

Povo brasileiro entre o sanatório e o manicômio

No âmbito nacional, tudo indica que poucos fatores foram tão relevantes na (in)gestão da pandemia como a crise informacional desatada pelo governo federal brasileiro liderado por Jair Bolsonaro, eleito o pior líder mundial durante a emergência da pandemia pelo comitê editorial do *Washington Post* (WASHINGTON POST, 2020). Infelizmente, para brasileiros e estadunidenses, nossos presidentes, que já vinham muito alinhados, mantiveram suas práticas grosseiras de criticar duramente a imprensa e incluíram no balaio de gato a comunidade científica, a ponto de Bolsonaro colocar um militar à frente do Ministério da Saúde – General Eduardo Pazuello –, usado como fantoche (SAKAMOTO, 2021), já que nenhum profissional do setor seguiria suas ordens delirantes. Tanto o Donald Trump do norte como o “Trump dos trópicos” (MARS, 2019) se forjaram como líderes com traços marcadamente populistas, em desalinho com os acordos de opinião tanto científica como política, que aos poucos se forjavam no âmbito internacional. Daí que culpar a China, defender a cloroquina e definir a Covid como uma gripezinha (BBC NEWS BRASIL, 2020) não deveriam surpreender os analistas, não fosse pela brutalidade das consequências: o Brasil foi catalogado como a pior gestão da pandemia no mundo, enquanto os EUA ficaram em 94º lugar, entre 98 países estudados em chave comparativa, representantes de todos os continentes (LENG; LEMALIEU, 2021).

Dominique Wolton (2010a) afirmava que a comunicação social era “o pulso da democracia” nos idos dos anos 90. Tal pulso era assegurado por dois vetores: diversidade e pluralidade. O surgimento e a penetração dos meios digitais e, logo mais, das mídias sociais deram uma grande injeção de otimismo, considerando ambos os vetores, levando analistas como Manuel Castells (2009) a celebrar uma era em que se dava a “autocomunicação de massas” e o mesmo Wolton (2010b) a afirmar que a comunicação social havia passado de um processo de transmissão de informação de fontes pontuais a audiências passivas para outro, em que audiências interativas negociam a recepção.

No entanto, todo o triste espetáculo da desinformação, do populismo e dos ataques à mídia tem como palco principal a mídia digital, caracterizada ultimamente pela malograda tendência dos algoritmos de celebrar a desinformação, a espetacularização e o radicalismo político (TAUB; FISCHER, 2019), especialmente na “cauda longa” (KAISER; RAUCHFLEISCH; CÓRDOVA, 2021). Uma série de fatores que compõem os entornos digitais parecem ter favorecido não apenas polarização política, e em especial afetiva, como

também polarização nos âmbitos do cuidado com a saúde, ante a instrumentalização da crise sanitária para fins políticos por parte de lideranças como o próprio Jair Bolsonaro e o governador de São Paulo, João Dória.

Proponho descompor tais fatores para visualizar possibilidades de pesquisa e análise. Para o campo da investigação em comunicação social, este contexto representa não apenas uma série de oportunidades de pesquisa, mas a converte em um eixo fundamental em prol de cumprir sua função social. Este é o argumento central do ensaio, que busca expor as variáveis mais importantes para a pesquisa em comunicação social no âmbito das plataformas digitais. Proponho a seguir três chaves para abrir de uma vez o calabouço, desequilibrar essa balança cada vez mais a favor do sanatório e remediar aos poucos a loucura: uma chave teórica, uma chave metodológica e, por fim, uma chave epistemológica.

Chave teórica

Legado das teorias de mídia de massas

Abro a caixa de ferramentas e encontro teorias e marcos de trabalho, como mediação, enquadramento, agenda-setting, espiral do silêncio, cultivação, fluxo de dois passos... Tudo lá dos anos 1950, 1960, 1970, mas muitos deles ainda aplicados com frequência, como o marco de trabalho dos enquadramentos. Como posso enquadrar, no entanto, o coquetel de desinformação com agenda-setting, discurso de ódio e gatekeeping às avessas (fechando os portões aos jornalistas) que inaugurou Trump em seus monólogos do Twitter (Figura 1)? A mesma pergunta pode ser feita em relação a Bolsonaro, que resolveu fazer seu primeiro pronunciamento presidencial por Facebook Live – em outras palavras, discursou para seus “seguidores” (SANTOS, 2020), em vez de se dirigir aos cidadãos brasileiros.

Figura 1. Busca pela expressão “fake news” no Twitter de Trump, antes de sua suspensão²



Fonte: Twitter.

² No dia 8 de janeiro de 2021, o Twitter se manifestou em seu blog justificando que a suspensão se dava em razão do reiterado risco de chamado à violência.

Pior: tudo isso acompanhado de múltiplos algoritmos, que mediam cada parte de nossa experiência de consumo e criação de conteúdo em plataformas digitais, desde decidir aquilo que é mais relevante para o usuário, monitorar uso desautorizado de conteúdo com direitos autorais, oferecer produtos e serviços com base em seu perfil e padrões de navegação na rede, identificar e etiquetar informação duvidosa ou discurso de ódio, identificar usuários para gerar conexões e conversações em torno às fotos publicadas, aplicar filtros automáticos às suas fotos sem autorização prévia e um sem fim de outros programas complementares. Adicionalmente, os próprios usuários se apropriam das tecnologias, explorando suas possibilidades sociotécnicas, criando apêndices funcionais, como a *hashtags* no Twitter, que rapidamente se converteu em um instrumento para criar comunidades *ad hoc* (BRUNS; BURGESS, 2011), imerso em complicadas ecologias de meios que incluem plataformas públicas, como Twitter, semipúblicas, como Facebook e Instagram, e semiprivadas, como WhatsApp e Telegram.

Para dar conta de tantos novos fatores, a caixa de ferramentas reserva algumas atualizações pertinentes, como *teoria ator-rede* (TAR), de Bruno Latour (LEMOS, 2015), que abre um lugar relevante para a *rede*. A rede passa a ser agente, e não uma mera estrutura inerte. Considerando o papel dos algoritmos como tecedores de redes, essa acepção da rede como agente – não necessariamente a TAR em particular – é condição *sine qua non* para estudos em ambientes mediados por algoritmos e inteligência artificial.

Pierre Lévy (2004) desenvolveu importantes reflexões sobre colaboração, em um caminho parecido com Axel Bruns (2005), quem cunhou a expressão *produsuário* para dar conta desse usuário-produtor de conteúdo. No plano nacional, Lucia Santaella (2002) desenvolveu um premiado modelo peirceano para analisar multimídia, enquanto, no plano internacional, William Eveland Jr (2003) fez um bom esforço para criar um modelo de trabalho com seu “mix of attributes” e Yannis Theocharis (2015) desenvolveu a ideia de “participação digital em rede”. Finalmente, Joseph B. Walther (2011) tem um extenso trabalho sobre comunicação interpessoal mediada por computador. Claro, essa breve lista apenas serve para indicar, por um lado, que há caminhos sendo trilhados neste momento e, por outro, que se busca pesquisadores atrevidos que desmatem com suas próprias mãos esse matagal teórico.

Modelos e marcos teóricos atualizados

Armand Mattelart (2011) explorou a inócua ideia de tecno-determinismo a partir do que chamava apropriação social dos meios de comunicação, em que a função social da mídia era função de como a sociedade se apropriava da mesma. A mesma chave marxista (REYES, 2015) deu origem à apropriação social de tecnologias da informação e da comunicação (PROULX, 2005), que convive com seu paralelo não marxista, a perspectiva da domesticação das tecnologias (PEIL; RÖSER, 2012). Na abordagem de Serge Proulx (2005, p. 3, tradução nossa), a apropriação social de tecnologia é definida como um “processo de progressiva internalização de competências técnicas e cognitivas, operando entre indivíduos e grupos que usam tais tecnologias de forma diária”, e envolve seis passos, considerando a agência do usuário ou do coletivo de usuários e seus níveis de envolvimento com dita tecnologia: (i) *acesso* como nível inicial; (ii) aquisição de *competências cognitivas* relacionadas à tecnologia em questão; (iii) *adoção significativa*, em que antigas práticas são

substituídas por novas que incorporam as tecnologias; (iv) *uso criativo*, o qual pode divergir dos usos originalmente designados pelos criadores de tal tecnologia; (v) fenômenos de *inteligência coletiva* que emergem da superação dos níveis prévios em uma comunidade ou grupo; e (vi) a consolidação plena do processo de apropriação que culmina no envolvimento ativo do usuário ou grupo de usuários nos processos de inovação tecnológica ou no desenvolvimento de políticas públicas relacionadas a tal tecnologia (PROULX; RUEFF; LECOMTE, 2007).

Na perspectiva da ação coletiva, W. Lance Bennett e Alexandra Segerberg (2013) atualizaram a discussão clássica de Mancur Olson (1965) sobre custo-benefício da participação política, renomeando estrategicamente a “lógica da ação coletiva” para “lógica da ação **conectiva**”. O clássico da sociologia de movimentos sociais de Olson se pautava pela racionalidade do cálculo custo-benefício, algo como: se eu não for para a rua, o movimento prospera igualmente ou não? Que diferença fará meu pequeno aporte financeiro para a causa, se há milhares de pessoas apoiando? Um voto não faz diferença no resultado geral. E assim por diante. Por outro lado, a perspectiva atualizada de Bennett e Segerberg desloca o foco da questão, baixando a centralidade da ação coletiva para uma ação centrada na conexão, sustentada por variados níveis de tecnologias da informação, em que o envolvimento tem um caráter individual e de certa forma flexível (“marcos de ação pessoais”) em lugar das clássicas demandas unificadoras de classes ou outros grupos sociais (como comunismo x capitalismo, por exemplo), sujeito a diferentes níveis de organizações institucionais, desde as clássicas “*brick and mortar*” até associações grupais mediadas por tecnologia, muitas vezes criadas *ad hoc*, como grupos de Facebook.

Tanto a apropriação social de TICs de Proulx como a lógica da ação conectiva de Bennett e Segerberg são esforços de atualizar marcos de análise ou teorias para dar conta tanto das rupturas como das continuidades no panorama da comunicação social.

Chave metodológica³

Se, antes, a interdisciplinaridade própria da comunicação social fazia interface principalmente com a psicologia social, a sociologia e a antropologia, hoje tem-se que incluir no time cientistas de dados, programadores, especialistas em computação em escala (Big Data, mineração de dados), entre outros especialistas com sobrenome “digital”. As etiquetas abundam: a *netnografia* é uma etnografia realizada no campo digital e que inclui uma aproximação quantitativa aos dados em uma etapa inicial (KOZINETS, 2015), enquanto suas irmãs *etnografia virtual* e *etnografia digital* são mais uma extensão do território habitual ao *terroir* digital a ser incorporado na pesquisa (MURTHY, 2008); *analítica de mídia social* (STIEGLITZ et al, 2014) diz respeito à busca de padrões sociotécnicos em plataformas de mídia social, tais como padrões de envio ou compartilhamento de mensagens, padrões conversacionais; *análise de redes sociais*, atualizada à era de dados digitais e análises computadorizadas permite um salto quanti e qualitativo na adoção desta técnica secular

³ Esta seção foi traduzida e adaptada de um trecho do capítulo *Changing Media Landscapes and Political Participation*, de minha autoria e de Sebastián Valenzuela, que integra o livro *Handbook of Political Participation*, editado pela Oxford University Press e organizado por Maria Grasso e Marco Giugni. No prelo.

de análise estrutural de redes de conexão. Métodos nativamente digitais são aplicados a dados não digitais, métodos não digitais aplicados a dados digitais e finalmente, métodos nativamente digitais aplicados a dados originalmente digitais, a combinação que Richard Rogers (2015) denomina, claro, “métodos digitais”.

Para aproximar-se a esta variedade de cenários, proponho como chave metodológica três perspectivas para o estudo de qualquer sistema de mídia, considerando a irrupção dos meios digitais: *consumo*, *produção* e *circulação*. Não são exatamente novidades em si, isto é, os processos-chave da comunicação não são distintos devido ao suporte digital. No entanto, como já sabemos, há diversas transformações, próprias dos ambientes digitais, que criam necessidades e desafios particulares para a pesquisa em comunicação social.

Consumo

Da perspectiva do consumo de mídia, talvez a mais visível é a migração de suporte. Segundo o *Reuters Digital News Report 2020*, o consumo de informação, em particular de notícias, é proporcionalmente mais alto em dispositivos móveis (76%) que em computadores de mesa (43%), enquanto, por outro lado, o consumo de notícias impressas segue em declive: o consumo de mídia impressa baixou de 50%, em 2013, para 23%, em 2020 (NEWMAN et al, 2020). Mas esta é apenas a ponta mais visível do iceberg.

Os ambientes digitais, como já não é novidade, estão mediados por diversos agentes não humanos, como os algoritmos. São regras criadas para diferentes funções, com uma coisa em comum: plataformas comerciais produzem algoritmos que potencializam seu aspecto comercial. Distanciar-se de um posicionamento político não deixa de ser um posicionamento político para as plataformas (GILLESPIE, 2010), e os algoritmos têm efeitos colaterais. Um deles é o “*Matthew effect*”, que implica que uma pessoa que tenha interesse por um tema será mais exposta a esse tema, e quem tiver menos interesse será menos exposto (KÜMPEL, 2020), afetando a dieta informacional do usuário com um critério cujo norte é o lucro da plataforma, não um aprimoramento da democracia ou algo que o valha.

Evidentemente, os algoritmos poderiam, tecnicamente, favorecer a diversidade de fontes, pluralidade de visões, discurso inclusivo e assim por diante, mas isso só tem acontecido em duas circunstanciais: quando estes benefícios correm marginalmente em paralelo com interesses comerciais ou quando são resultado de normas, leis ou políticas públicas implementadas à revelia dos interesses comerciais.

Por falar em interesses comerciais, acordos questionáveis na perspectiva de neutralidade de rede (MACRI, 2016) permitem acesso a certos conteúdos ou certas aplicações – no Brasil, é digno de nota o caso do WhatsApp –, criando silos de informação que aprofundam desigualdades no contexto das brechas digitais (GRAGNANI, 2018). Assim, quem recebe uma notícia no WhatsApp ou está limitado aos parceiros do programa Free Basics do Facebook (SOLON, 2017), mas não tem recursos para navegar em outras fontes, fica à mercê do título da notícia e de sua própria imaginação. Em época de “*click baits*”, máquinas de desinformar (BENITES, 2018) abundam ao ponto em que até órgãos oficiais são acusados de fomentar discurso de ódio (GOWEN; BEARAK, 2017).

No fim das contas, tantas novas variáveis trazem mais perguntas que respostas. Mesmo em um ecossistema de meios em que predomina a abundância em vez da escassez

de outros tempos, o resultado de tal abundância para o fortalecimento da democracia tem seus prós e contras, deixando um saldo inconclusivo (VAN AELST et al, 2017) por ser aprofundado. E o usuário normal – o tio, a avó, a sobrinha, o colega de trabalho – que não é jornalista, não é acadêmico, não é político, fica “boiando” (mais ainda) em meio à miríade de fontes de informação, com previsível dificuldade em discernir uma fonte confiável de uma fonte partidária ou simplesmente falsa.

Produção

No âmbito da produção de conteúdo profissional de mídia, não resta dúvida de que o primeiro tema a ser tratado é a crise do modelo de negócio da mídia tradicional. A combinação assinatura-venda-publicidade, com um acento bastante pronunciado na publicidade, foi, com o passar do tempo, gradualmente triturado pela chegada do digital. O desenvolvimento de novos modelos, a adaptação de velhos e os modelos mistos são ainda campo de exploração desde algo conservador como um muro de pagamento para acessar o conteúdo (como *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *New York Times*), passando por sistemas de financiamento coletivo (como *The Guardian*, *Agência Pública*), até uma aventurada migração de jornalistas com um certo público cativo ao Substack, sobrevivendo de assinaturas pagas de *newsletters* (SMITH, 2021). Possivelmente, esta última opção mais radical é a materialização de um deslocamento do eixo de confiança do meio para o jornalista, algo que já se havia observado nas redes sociais (SANTOS; CONDEZA, 2017), um sintoma daquilo que Zygmunt Bauman (2001) chama de “sociedade individualizada”, em que o coletivo e o institucional importam cada vez menos na construção das identidades.

No âmbito econômico, é fundamental entender como as dinâmicas de mercado de aplicativos dependem de uma massa crítica de usuários, tais como mensageria instantânea, transporte, logística, alimentação, vida afetiva, entre tantos outros. Tais aplicativos são viáveis apenas mediante sua massificação relativa, gerando um paradoxo para as economias que se autodenominam “liberais”: quanto mais usuários um aplicativo tem, mais recursos obtém e melhor funciona; automaticamente, fica exponencialmente mais difícil para outro ator entrar no jogo do “capitalismo de plataforma” (SRNICEK, 2017). É o dilema do Telegram: muita gente baixou o Telegram quando o WhatsApp foi bloqueado ou quando mudou seus termos de uso, mas enquanto as conversas e as pessoas e os grupos não estiverem lá, com quem conversarei?

Adicionalmente, se bem a produção de conteúdo há muito deixou de ser exclusividade de uns poucos detentores dos meios para tanto, a junção de aspectos *tecnológicos* (incorporação de câmeras, internet, etc., nos telefones inteligentes), *econômicos* (queda de preço de dispositivos e acesso a internet), *sociais* (cultura “*always on*”, nativos digitais, penetração dos telefones e outros dispositivos “inteligentes”) e *legais* (advento de *creative commons*) levaram à proliferação do que veio a ser conhecido como *conteúdo gerado por usuário*, ou simplesmente CGU (WUNSCH-VINCENT; VICKERY, 2007). Esta conjuntura facilitou a unificação dos processos de *produção* e *circulação* de conteúdo, já não apenas mediado por instituições como a mídia ou uma ONG, mas também pelos próprios canais individuais criados nas plataformas de mídia social. Nas palavras de M. Mortensen (2015), se produz um colapso entre o visto e o dito, quando o usuário ordinário (CHOULIARAKI, 2010), ou

melhor, esta onipresente coletividade de usuários ordinários munidos de telefones inteligentes com olhos, ouvidos e internet, é capaz de capturar um momento sob diferentes perspectivas pessoais, gerando um mosaico fragmentado (MORTENSEN, 2015), validado mais pela repetição que pela unicidade ou autoridade da fonte (SANTOS, 2021), por vezes questionando a legitimidade ou a veracidade do relato da mídia (SANTOS, 2018). Apoiando-se em uma “estética amadora” (POLYDORO, 2016), esse tipo de conteúdo rejeita a “distância apropriada” (SILVERSTONE, 2004) em prol da “autenticidade epistêmica” encarnada no próprio corpo do autor do registro mediático (PANTTI, 2013).

Não obstante, todo o otimismo de uma internet participativa, em que os usuários são donos de seus próprios meios de “autocomunicação de massas” (CASTELLS, 2009), choca com a proliferação, ao longo da última década, de formas mais “escuras” de participação cívica e política (QUANDT, 2018). O próprio conteúdo gerado por usuários apresenta problemas sérios de ausência de contexto (MORTENSEN, 2015): quem é o autor? Onde foi tirada a foto? O resultado é um problema para se corroborar a autenticidade e a dificuldade do usuário habitual em distinguir imagens, áudios, vídeos confiáveis/validados de outros que podem se referir a outro dia, ano, pessoa ou até ser completamente fabricado.

Neste contexto, se insere um dos principais desafios em tempos de abundância de meios, canais e informação como um todo: a desinformação. Ou, melhor, os distúrbios informacionais que emergem em torno às práticas comunicacionais digitais. Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017, p. 20) definem três como principais, que eu traduzo como des-informação, de-formação e mal-formação (*dis-information*, *mis-information* e *mal-information*, no original). Enquanto a primeira se refere a informação falsa, criada deliberadamente para fazer dano a alguém, algum grupo, organização ou país, a segunda se refere à informação falsa, porém sem intenção de fazer dano. Por último, mal-informação se refere à informação baseada em fatos, mas usada com fins de prejudicar alguém, alguma organização ou algum país.

A proliferação de informação cidadã (CGU) aliada à desinformação como tática e técnicas de propaganda computacional massiva apoiada em software (HOWARD et al, 2017), *big data* (GONZÁLEZ, 2017), microdirecionamento, perfilamento psicográfico (RISSO, 2018), redes de robôs e ciborgues (DO NASCIMENTO SILVA; SILVA, 2018), gera um cenário particularmente complicado para a comunicação social em tempos de crise. No caso atual, a crise multidimensional em que o político, o sanitário e o econômico estão emaranhados em torno à criminosa gestão sanitária de Bolsonaro, alimenta ainda mais uma polarização fundada na oposição e não no apoio (ORTELLADO, 2019): antipetistas e antilulistas antagonizam antibolsonaristas e vice-versa e outros antis, e assim por diante.

Circulação

O acesso à informação sempre foi um fenômeno complexo, desde a disponibilidade da mesma até os recursos cognitivos necessários para processá-la. No extremo mais sofisticado, fala-se de *educomunicação*, *mídia-educação* ou *alfabetização mediática*, em que se consideram também as gramáticas e as sintaxes da mídia, além das relações de poder entre os atores participantes dos processos de comunicação, com enfoques variados. Com o advento das

tecnologias digitais, a migração de velhos e a instalação de novos fluxos comunicacionais nos ambientes digitais, este debate volta novamente a ganhar visibilidade.

O cenário atual aponta para uma crescente desigualdade no acesso à informação. Além do mais óbvio – acesso econômico a dispositivos –, pairam outras brechas digitais. A aquisição de competências para navegar, verificar, criar e compartilhar informações consiste em uma brecha vinculada ao digital que vai muito além de ter ou não um dispositivo de acesso e uma conexão (HARGITTAI; WALEJKO, 2008; VAN DIJK; VAN DEURSEN, 2014). Além disso, a circulação de conteúdos está mediada não apenas por tecnologias de transmissão (como no caso da era eletrônica – rádio e televisão – ou da era impressa), mas também por tecnologias de seleção, ordenamento, etc.: os diversos tipos de algoritmos que coletam dados, computando nossa sociabilidade com fins de lucro (VAN DIJCK, 2013). Finalmente, quando a circulação não é mediada, ela é criptografada, como no caso de aplicativos como WhatsApp (sempre) e Telegram ou Facebook Messenger (opcional).

Por falar em WhatsApp, o uso de sistemas de mensageria pessoal de uso cotidiano como tática de propaganda massiva (MAGENTA; GRAGNANI; SOUZA, 2018) traz desafios monstruosos para a pesquisa, com foco na circulação de mensagens e seus efeitos. Como dito anteriormente, os principais aplicativos são integral ou parcialmente criptografados, transformando em uma missão quase impossível estudar certos temas ou práticas comunicacionais nestes ambientes. Não obstante, é fundamental enfrentar este desafio, considerando que neste ambiente comunicacional se desenvolvem, além da propaganda computacional, também fenômenos sociais como o ativismo “*whatsapper*” (MILAN; BARBOSA, 2020; TRERÉ, 2020) ou o refúgio contra censura usando o “*crypto-publics*” (JOHNS, 2020). Não obstante, a prática mais política de todas seja a instalação de um proxy no Telegram, que permitiu ao aplicativo seguir operativo mesmo durante um bloqueio de dois anos na Rússia (ROSKOMNADZOR, 2020) e, inclusive, crescer seus usuários naquele país durante o período. O que fez o Telegram é o oposto daquele posicionamento pretensamente neutro das “plataformas”, uma etiqueta que ameniza a natureza fundamentalmente política destas tecnologias atrás de um nome com ares de neutralidade (GILLESPIE, 2010).

A predominância na comunicação digital, em particular no mundo ocidental, por plataformas comerciais, vem acompanhada por outro fator, que é a ausência de regulação (HINTZ, 2012), o que faz com que praticamente todos os processos de fiscalização destas plataformas (direito de autor, discurso de ódio, desinformação, incitamento à violência, etc.) seja realizado quase completamente por inteligência artificial (GILLESPIE, 2018). Não obstante, vale lembrar que tal inteligência artificial é projetada por... pessoas! Isso implica que não apenas os sesgos de projeto como os sesgos de treinamento da máquina (*machine learning*), vinculados a experiência, ideologia ou visão de mundo dos programadores, têm impacto no resultado da operação do algoritmo, resultando, por exemplo, em racismo sistêmico (VOX, 2021).

Outro fator relevante que acompanha a explosão de conteúdos gerados pelos próprios usuários ordinários é a miríade de pegadas digitais. No entanto, pegada não é a metáfora mais adequada, senão o fóssil digital: uma pegada eternamente documentada, acessível a quem estiver dentro dos *pools* de empresas detrás dos aplicativos que recolhem as

pegadas em primeiro lugar. Quer fazer um experimento? Peça seus dados ao Facebook⁴ ou ao Google⁵ e realize uma autoetnografia digital. Provavelmente, se arrependerá de tudo ou boa parte do que permitiu que fosse colhido ao longo de sua vida digital naqueles termos de serviço que ninguém leu. E, no caminho, talvez aprenderá algo sobre você mesma/o (HOPENHAYN, 2020).

Chave epistemológica

Alvo em movimento

Quem manda é a pergunta. Não há novidade neste ponto. A ausência de novidade, em todo caso, é uma novidade na proposta deste ensaio. Se bem há inúmeras diferenças graças à miríade de novidades sociotécnicas, nada é melhor que uma boa pergunta de pesquisa para fixar o horizonte e não se perder ante as possibilidades de fontes, se afogar ante a quantidade de dados, ou desanimar ante as dificuldades impostas pelo mundo digital, um verdadeiro “alvo em movimento” (WELLER, 2015). Uma boa pergunta resiste às mudanças nos marcos legais (como o Marco Civil da Internet no Brasil ou o marco europeu GDPR), nas funcionalidades das plataformas (como a mudança na quantidade de caracteres do Twitter, os *stories* do Instagram ou o aparecimento das reações no Facebook) e até nos algoritmos (como quando o Facebook aumentou a relevância das redes de amigos em detrimento das publicações institucionais, como as notícias) (CHAYKOWSKI, 2018).

O método, neste contexto, é um processo tão criativo quanto a busca da pergunta de investigação, e tão escorregadio quanto seu próprio objeto de estudo. Considerando os tempos dilatados da academia, em vista da dinâmica das tecnologias, recomendo ser precavido e usar ferramentas de arquivo de seu objeto de pesquisa (como archive.is); tomar notas, como se toda pesquisa no âmbito digital fosse uma etnografia de um fenômeno fugaz – e pode ser que efetivamente o seja –, e não deixar para amanhã o que pode ser coletado, visualizado, estudado, interpretado hoje. Amanhã pode ser dez vezes mais difícil, beirando às vezes o impossível.

Antropofagizemo-nos

A academia brasileira, no campo da comunicação social (como em outros), tem uma tradição reflexiva, forjada principalmente por influência das escolas europeias continentais. Alimentada por diferentes fontes, como os alemães da Escola de Frankfurt (como Adorno, Horkheimer e Benjamin, logo Habermas), os semiólogos (como Saussure, seguido de Barthes e Greimas) e os filósofos franceses (como Foucault, Derrida, Deleuze e Guattari), esta linha reflexiva de estudos tem um papel fundamental na formação de pesquisadores críticos, com alta capacidade de análise e profundidade no âmbito propositivo.

Do outro lado da rua, aparentemente com baixa adesão na academia brasileira, estão os (mal?) chamados empiristas, vinculados a uma tradição que terminou por escravizá-los de estratégias de captura de dados, em geral de caráter quantitativo. Tais dados foram

⁴ Mais informação em: <<https://www.facebook.com/help/212802592074644>>.

⁵ Mais informação em: <<https://support.google.com/accounts/answer/3024190>>.

sendo emoldurados por seus adeptos em uma espécie de pretensa objetividade, usada para fundamentar sua prática científica: “os dados não mentem”. Mentira.

Informação é dado com contexto (SETZER, 2015). Tratando a ideia de contexto com rigor, não deveria limitar-se ao contexto formal, mas sim incluir o contexto sociotécnico. Um dado não é um dado e ponto; de alguma forma, ele foi capturado, segundo algum critério (i.e. *query*). Tal como os algoritmos “racistas”, as perguntas e as alternativas de resposta foram formuladas por seres humanos e representam simplificações de perguntas e respostas mais complexas, constringidas pelo método. Além disso, e por vezes até mais importante, a coleta de dados quantitativa carece muitas vezes da profundidade da pesquisa qualitativa e da ousadia da escola crítica.

Por outro lado, uma entrevista em profundidade e/ou uma observação participante têm interferência relevante do pesquisador. Uma análise crítica de discurso está fundada nas raízes ideológicas do pesquisador, e se, bem por um lado, revela aspectos ocultos do discurso, muitas vezes podem estar limitada justamente pela miopia das raízes ideológicas. Fortalezas e fraquezas coexistem nas diferentes opções metodológicas, e reconhecer ambas em cada linha me parece fundamental.

Mais que esgotar esta (sempre necessária) discussão epistemológica, o que pretendo é alargar horizontes, mostrando que em ciências da comunicação também podemos ser, como dizia Oswald de Andrade, antropofágicos: unir a capacidade crítica do acadêmico brasileiro, rara no âmbito da escola empírica, com a aterrissagem pragmática dos procedimentos de captura e análise de dados de casos concretos, rara no âmbito da escola crítica.

Só ponho bebop no meu samba
quando o Tio Sam pegar no tamborim [...]
Aí eu vou misturar Miami com Copacabana
Chicletes eu misturo com banana
e o meu samba vai ficar assim.⁶

Defendo que essa espécie de samba-rock acadêmico é, hoje, mais necessária do que nunca. Há décadas que as tecnologias de informação e comunicação vêm ganhando centralidade em debates suscitados por diferentes disciplinas da sociedade, tanto no campo acadêmico como na *vox populi*. Nos últimos anos, no entanto, os debates se transformaram em verdadeiras batalhas, em que os juízes que velam pela moral, pela verdade, pela dignidade dos usuários destas tecnologias, são os invisíveis – por isso mesmo, imprevisíveis em grande medida – algoritmos. E não apenas os indivíduos-cidadãos-usuários, mas também o próprio Estado permanece fundamentalmente alienado do funcionamento e dos processos de deliberação das regras de uso das tais “plataformas”.

Para complicar ainda mais esse caldo, a ascensão do neoconservadorismo com traços fascistas em diversos cantos do mundo – no Brasil, de forma notável, a partir das jornadas de junho de 2013 – transformou as redes sociais digitais e os mensageiros instantâneos em armas de desinformação massiva na mão de milícias comunicacionais e exércitos de robôs e cyborgs. Ou será vice-versa?

⁶ Trecho da música “Chiclete com Banana”, de Gordurinha, Almira Castilho e Jackson do Pandeiro.

Nós, comunicadores brasileiros, mais do que nunca, precisamos de nossas raízes críticas. Mas também precisamos de muita pesquisa aterrissada, a serviço do bem-público, para fortalecer a democracia, proteger a dignidade humana, resguardar os direitos fundamentais no exercício da cidadania, defender a privacidade, o acesso a educação, informação e cultura diversos, plurais, criativos e, por que não?, rupturistas. Todos estes – e muitos outros – âmbitos são atravessados pelas tecnologias de informação e comunicação, principalmente digital.

Pesquisa é política

A pesquisa acadêmica é política, inevitavelmente. Porque é reveladora. Porque é transformadora. Porque cada formiguinha pesquisadora aporta com um grãozinho de areia até que emerge uma forma visível. A pergunta é: que castelo seu grão de areia ajudará a construir?

O grão de areia pode contribuir para a manutenção do status quo: uma pesquisa que avança um pouquinho em uma linha já existente, desbravando um par de metros mais adiante o campo com uma nova variável mediadora ou outra variável independente que participa do processo estudado. No entanto, a pesquisa crítica questiona inclusive se este é o caminho a ser desbravado, muitas vezes ajuda a fazer um mapa desde cima e revela que aquele caminho não leva a nenhum lugar, ou ao menos, não a um lugar transformador. E o pesquisador pode cair em si, conscientizando-se de sua própria alienação no âmbito macro do processo científico, escravizado nas rotinas burocráticas e nos compromissos de rendimento e expectativa de publicação: *publish or perish*.

O pesquisador em comunicação social está em uma posição-chave na conjuntura social e política nacional e internacional. Combinar a tomada de consciência deste valor e a exploração profunda das ferramentas da academia como armas cognitivas podem ter um potencial disruptivo. De uma ou outra forma, como na frase atribuída a Emiliano Zapata, antes morrer em pé que viver ajoelhado.

Referências

BAUMAN, Zigmunt. *The Individualized Society*. Cambridge: Polity, 2001.

BENNETT, W. Lance; SEGERBERG, Alexandra. *The logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

BENITES, Afonso. A máquina de ‘fake news’ nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. *El País*, 28 set. 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html>. Acesso em: 27 abr. 2021.

BBC NEWS BRASIL. 2 momentos em que Bolsonaro chamou covid-19 de ‘gripezinha’, o que agora nega. *BBC News Brasil*, 27 nov. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

BRUNS, Axel. Some Exploratory Notes on Producers and Producers. *Snurb.info*, 11 mar. 2005. Disponível em: <<http://snurb.info/node/329>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

_____.; BURGESS, Jean. The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In: EUROPEAN CONSORTIUM FOR POLITICAL RESEARCH GENERAL CONFERENCE, 6., 2011, Reykjavik. *Anais...* Reykjavik: University of Iceland, 2011.

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CHAYKOWSKI, Kathleen. Facebook's Latest Algorithm Change: Here Are The News Sites That Stand To Lose The Most. *Forbes*, 6 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2018/03/06/facebooks-latest-algorithm-change-here-are-the-news-sites-that-stand-to-lose-the-most/?sh=45c7367734ec>>. Acesso em: 26 abr. 2021.

CHOULIARAKI, Lilie. Ordinary witnessing in post-television news: towards a new moral imagination. *Critical Discourse Studies*, v. 7, n. 4, p. 305-319, 2010.

DO NASCIMENTO SILVA, Victor; SILVA, Regina Helena Alves da. Are Algorithms Affecting the Democracy in Brazil. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON ETHICAL ALGORITHMS, 12 dez. 2018, Sydney. *Anais...* Sydney: CTDS University of Sydney, 2018.

EVELAND JR, William. A "mix of attributes" approach to the study of media effects and new communication technologies. *Journal of Communication*, v. 53, n. 3, p. 395-410, 2003.

GILLESPIE, Tarleton. Facebook and YouTube just got more transparent. What do we see? *NiemanLab*, 3 maio 2018. Disponível em: <<https://www.niemanlab.org/2018/05/facebook-and-youtube-just-got-more-transparent-what-do-we-see/>>. Acesso em: 25 mar. 2021.

_____. The politics of "platforms". *New Media & Society*, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

GONZÁLEZ, Roberto. Hacking the citizenry? Personality profiling, 'big data' and the election of Donald Trump. *Anthropology Today*, v. 33, n. 3, p. 9-12, 2017.

GOWEN, Annie; BEARAK, Max. Fake news on Facebook fans the flames of hate against the Rohingya in Burma. *Washington Post*, 8 dez. 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/fake-news-on-facebook-fans-the-flames-of-hate-against-the-rohingya-in-burma/2017/12/07/2c1fe830-ca1f-11e7-b506-8a10ed11ecf5_story.html>. Acesso em: 28 abr. 2021.

GRAGNANI, Juliana. Como planos de celular com Facebook e WhatsApp ilimitados podem potencializar propagação de notícias falsas. *BBC News Brasil*, 16 abr. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43715049>>. Acesso em: 6 jun. 2019.

HARGITTAI, Ezster; WALEJKO, Gina. The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Community and Society*, v. 11, n. 2, p. 239-256, 2008.

HINTZ, Arne. Privatized Regulation and New Restrictions to Protest and Dissent. In: DENCİK, Lisa; LEISTERT, Oliver (Eds.). *Critical perspectives on social media and protest: Between control and emancipation*. London: Rowman & Littlefield International, 2012. p. 126-149.

HOPENHAYN, Daniel. Martin Hilbert, experto en redes digitales: “Los algoritmos encontraron nuestras debilidades y las están aprovechando”. *La Tercera*, 15 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.latercera.com/la-tercera-domingo/noticia/martin-hilbert-experto-en-redes-digitales-los-algoritmos-encontraron-nuestras-debilidades-y-las-estan-aprovechando/LHZ3CMHRDZCFPOJQT7W4BIQDJU/>>. Acesso em: 24 mar. 2021.

HOWARD, Phillip et al. Junk news and bots during the US election: What were Michigan voters sharing over Twitter. *CompProp Data Memo*, 26 mar. 2017. Disponível em: <<https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2017/03/What-Were-Michigan-Voters-Sharing-Over-Twitter-v2.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

JOHNS, Amelia. ‘This will be the WhatsApp election’: Crypto-publics and digital citizenship in Malaysia’s GE14 election. *First Monday*, v. 25, n. 12, jan. 2020. Disponível em: <<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/10381/8298>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

KAISER, Jonas; RAUCHFLEISCH, Adrian; CORDOVA, Yasodara. Comparative Approaches to Mis/Disinformation | Fighting Zika With Honey: An Analysis of YouTube’s Video Recommendations on Brazilian YouTube. *International Journal of Communication*, v. 15, p. 1244–1262, 2021.

KOZINETS, Robert. *Netnography: redefined*. 2. ed. London: Sage, 2015.

KÜMPEL, Anna Sophie. The Matthew Effect in Social Media News Use: Assessing Inequalities in News Exposure and News Engagement on Social Network Sites (SNS). *Journalism*, v. 21 n. 8, p. 1083-1098, 2020.

LEMOIS, André. A crítica da crítica essencialista da cibercultura. *MATRIZES*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 29-51, 2015.

LENG; Alyssa; LEMALIEU, Hervé. *Covid Performance Index: Deconstructing Pandemic Responses*. 13 mar. 2021. Disponível em: <<https://interactives.lowyinstitute.org/features/covid-performance/>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

LÉVY, Pierre. *Inteligencia colectiva*. Por una antropología del ciberespacio. Washington D.C.: Organización Panamericana de la Salud, 2004.

MACRI, Giuseppe. Zero-Rating: The Next Fight in Net Neutrality or the Future of Mobile Internet? *Inside Sources*, 4 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.insidesources.com/zero-rating/>>. Acesso em: 6 jun. 2019.

MAGENTA, Matheus; GRAGNANI, Juliana; SOUZA, Felipe. How WhatsApp is being abused in Brazil's elections. *BBC News*, 24 out. 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/technology-45956557>>. Acesso em: 2 jul. 2019.

MARS, Amanda. O 'Trump dos trópicos' passeia pela cidade do 'Bolsonaro norte-americano'. *El País*, 19 mar. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/18/internacional/1552943571_811822.html>. Acesso em: 27 abr. 2021.

MATTELART, Armand. Mattelart: "hay que apropiarse críticamente de las tecnologías". *Opyguá Digital*, 14 out. 2011. Disponível em: <<http://www.opyguadigital.com.ar/mattelart-hay-que-apropiarse-criticamente-de-las-tecnologias>>. Acesso em: 5 mar. 2021.

MILAN, Stefania; BARBOSA, Sérgio. Enter the WhatsApp: Reinventing digital activism at the time of chat apps. *First Monday*, v. 25, n. 12, jan. 2020. Disponível em: <<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/10414/8320>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

MORTENSEN, Mette. Connective witnessing: Reconfiguring the relationship between the individual and the collective. *Information, Communication & Society*, v. 18, n. 11, p. 1393-1406, 2015.

MURTHY, Dhiraj. Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, v. 42, n. 5, p. 837-855, out. 2008.

NEWMAN, Nic et al. *Digital News Report 2020*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020.

OLSON, Mancur. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge: Harvard University Press, 1965.

ORTELLADO, Pablo. A divisão consolidada. *Folha de S.Paulo*, 1 jan. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/pablo-ortellado/2019/01/a-divisao-consolidada.shtml>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

PANTTI, Mervi. Getting closer? Encounters of the national media with global images. *Journalism Studies*, v. 14, n. 2, p. 201-218, 2013.

PEIL, Corinna; RÖSER, Jutta. Using the domestication approach for the analysis of diffusion and participation processes of new media. In: BILANDZIC, Helena; PATRIARCHE, Geoffroy; TRAUDT, Paul (Eds.). *The social use of media*. Cultural and social scientific perspectives on audience research. Bristol: Intellect, 2012.p. 221-240.

POLYDORO, Felipe *Videos amadores de acontecimentos: realismo, evidência e política na cultura visual contemporânea*. 2016. 176 f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) –Universidade de São Paulo, 2016.

PROULX, Serge. Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances. In: VIEIRA, Lise; PINÈDE, Nathalie (Eds.). *Enjeux et usages des TIC: aspects sociaux et culturels*. Bourdeaux: Presses Universitaires de Bordeaux, 2005. p. 7-20.

_____; RUEFF, Julien; LECOMTE, Nicolas. *Une appropriation communautaire des technologies numériques de l'information*. Montréal: Centre Interuniversitaire de Recherche sur la Science et la Technologie, 2007.

QUANDT, Thorsten. Dark participation. *Media and Communication*, v. 6, n. 4, p. 36-48, 2018.

REYES, Pedro. *Internet social en Chile: una etnografía de la apropiación de TIC*. Santiago: RiL Editores, 2015.

RISSO, Linda. Harvesting your Soul? Cambridge Analytica and Brexit. In: JANSOHN, Christa (Ed). *The Selected Proceedings of the Symposium Brexit Means Brexit?* Mainz: Akademie der Wissenschaften und der Literatur, 2018. p. 75-90.

ROGERS, Richard. Digital methods for web research. In: SCOTT, Robert A.; KOSSLYN, Stephen M.; BUCHMANN, Marlis (Eds.). *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. New Jersey: John Wiley and Sons, 2015. p. 1-22.

ROSKOMNADZOR. О мессенджере Телеграмм. *Roskomnadzor*, 18 jun. 2020. Disponível em: <<https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news73050.htm>> Acesso em: 19 jul. 2020.

SAKAMOTO, Leonardo. Elizabeth 2ª só e Jair aglomerado mostram diferença entre bom e mau exemplo. *Blog Leonardo Sakamoto*, 17 abr. 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2021/04/17/elizabeth-2-so-jair-aglomerado-brasil-prova-que-e-o-cemiterio-do-mundo.htm>>. Acesso em: 19 abr. 2021.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento*. São Paulo: Iluminuras, 2002.

SANTOS, Fábio Luis Barbosa. O Brasil de Bolsonaro. *Cadernos do CEAS – Revista Crítica de Humanidades*, Salvador, Recife, v. 45, n. 250, p. 448-470, maio/ago. 2020.

SANTOS, Marcelo Luis Barbosa. UGC narrates #ForaTemer on Twitter: Patterns of citizen media as users document an anti-impeachment protest in Brazil. In: MARTIN, Michèle; LITHGOW, Michael (Eds.). *EyeWitness textures: UGC in Journalism in the 21st Century*. Montréal: McGill-Queen's University Press, 2021. (No prelo).

SANTOS, Marcelo Luis Barbosa. Testimonial tweeting. People's voice (and eyes) on anti-impeachment protests in Brazil. *Inmediaciones de la Comunicación*, v. 13, n. 1, p. 215-239, 2018.

_____; CONDEZA, Rayén. Redes Horizontales de Movilización. In: ARCILA Carlos; CASTRO, Cosette; BARREDO, Daniel (Coords.). *Analítica y visualización de datos en Twitter*. Barcelona: Editorial UOC, 2017. p. 61-84.

SETZER, Valdemar. Dado, informação, conhecimento e competência. *IME-USP*, 25 maio 2015. Disponível em: <<https://www.ime.usp.br/~vwsetzer/dado-info.html>>. Acesso em: 25 jun. 2021.

SILVERSTONE, Roger. Regulation, Media Literacy and Media Civics. *Media, Culture & Society*, v. 26, n. 3, p. 440-449, maio 2004.

SMITH, Ben. The Media Equation: Why We're Freaking Out About Substack. *The New York Times*, 11 abr. 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/04/11/business/media/substack-newsletter-competition.html>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

SOLON, Olivia. 'It's digital colonialism': how Facebook's free internet service has failed its users. *The Guardian*, 27 jul. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/27/facebook-free-basics-developing-markets>>. Acesso em 28 abr. 2021.

SRNICEK, Nick. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

STIEGLITZ, Stefan et al. Social Media Analytics: An Interdisciplinary Approach and Its Implications for Information Systems. *Business & Information Systems Engineering*, v. 6, n. 2, p. 89-96, fev. 2014.

TAUB, Amanda; FISCHER, Max. How YouTube Misinformation Resolved a WhatsApp Mystery in Brazil. *New York Times*, 15 ago. 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/08/15/the-weekly/how-youtube-misinformation-resolved-a-whatsapp-mystery-in-brazil.html>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

THEOCHARIS, Yannis. The Conceptualization of Digitally Networked Participation. *Social Media + Society*, v. 1, n. 2, p. 1-14, jul./dez. 2015.

TRERÉ, Emiliano. The banality of WhatsApp: On the everyday politics of backstage activism in Mexico and Spain. *First Monday*, v. 25, n. 12, jan. 2020. Disponível em: <<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/10404/8317>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

VAN AELST, Peter et al. Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?. *Annals of the International Communication Association*, v. 41, n. 1, p. 3-27, 2017.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJK, Jan; VAN DEURSEN, Alexander J. *Digital skills: Unlocking the information society*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

VOX. Are We Automating Racism? *YouTube*, 31 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ok5sKLXqynQ>> Acesso em: 26 abr. 2021.

WALTHER, Joseph B. Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In: KNAPP, Mark L.; DALY, John A. (Eds.). *The SAGE handbook of interpersonal communication*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011. p. 443-479.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Paris: Council of Europe Report, 2017. Disponível em: <<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

WASHINGTON POST. Leaders risk lives by minimizing the coronavirus. Bolsonaro is the worst. *Washington Post*, 13 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/jair-bolsonaro-risks-lives-by-minimizing-the-coronavirus-pandemic/2020/04/13/6356a9be-7da6-11ea-9040-68981f488eed_story.html>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

WELLER, Katrin. Accepting the challenges of social media research. *Online Information Review*, v. 39, n. 3, p. 281-289, 2015.

WHO – World Health Organization. *Munich Security Conference*. 15 fev. 2020. Disponível em: <<https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference>>. Acesso em: 20 abr. 2021.

WOLTON, Dominique. O elo indispensável é também o mais frágil. *NPC – Núcleo Piratininga de Comunicação*, Rio de Janeiro, 8 jul. 2010a. Disponível em: <<http://nucleopiratininga.org.br/dominique-wolton-o-elo-indispensavel-o-receptor-e-tambem-o-mais-fragil/>>. Acesso em: 28 abr. 2021.

_____. *Informar no es comunicar: contra la ideologia tecnológica*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2010b.

WUNSCH-VINCENT, Sacha; VICKERY, Graham. *Participative Web and user-created content: Web 2.0, wikis and social networking*. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development, 2007.

Marcelo Santos

Doutor em Ciências da Comunicação e mestre em Comunicação e Semiótica. Atualmente, é pesquisador do Centro de Investigación y Documentación (CIDOC) da Facultad de Humanidades y Comunicación da Universidad Finis Terrae (Chile). Na mesma instituição, coordena o curso de especialização em Jornalismo Digital e atua como docente na graduação e na pós-graduação. Suas áreas de pesquisa se situam no cruzamento entre democracia e tecnologias da informação e da comunicação, com um olhar crítico sobre o papel das tecnologias em nossa sociedade.