

..: Anais :..

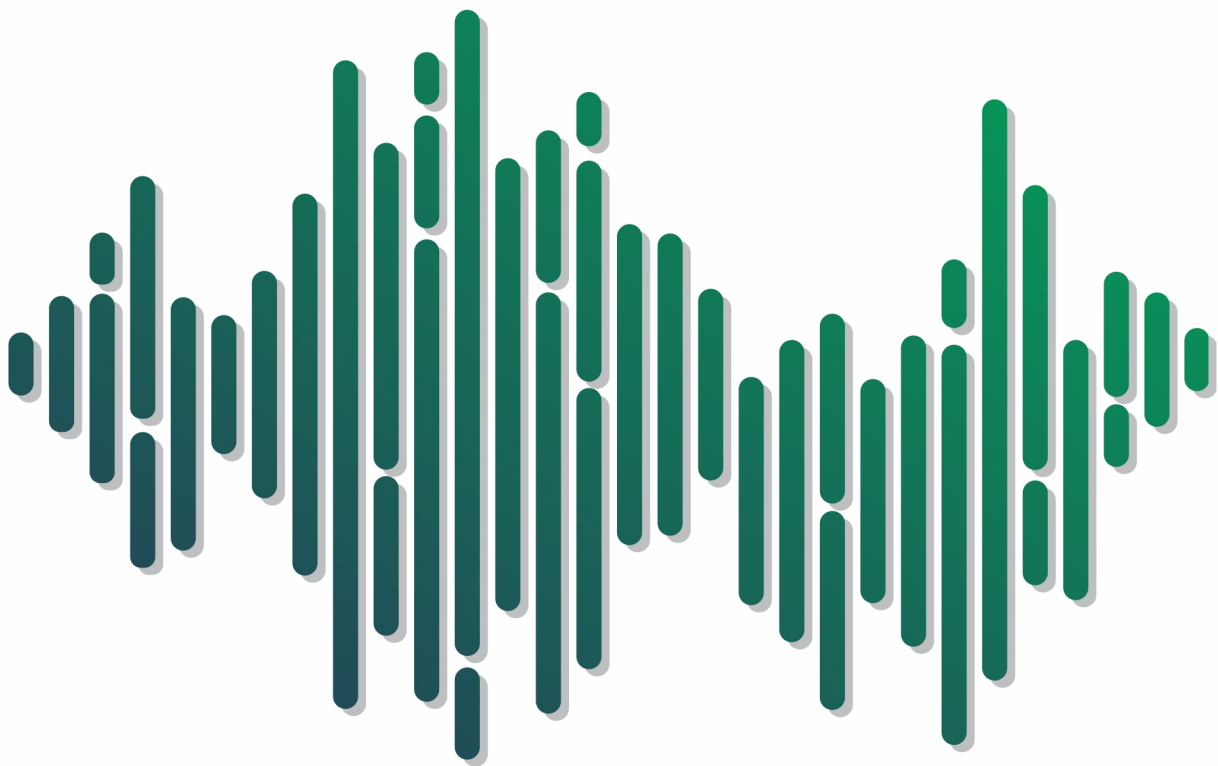


Alcar Sudeste 2022

VII Encontro Regional Sudeste de História da Mídia

Reinventando as independências: conquistando novas democracias

————— 30/11 e 01/12/2022 - ECA-USP —————



(Organizadores)

Luciano Victor Barros Maluly

Carla de Oliveira Tôzo

Daniel Azevedo Muñoz

Felipe Parra Alves de Oliveira

**Luciano Victor Barros Maluly, Carla de Oliveira Tôzo, Daniel Azevedo
Muñoz, Felipe Parra Alves de Oliveira (Orgs.)**

**ALCAR SUDESTE 2022
Anais VIII Encontro Regional Sudeste
de História da Mídia**

Capa: Felipe Parra Alves de Oliveira

Diagramação: Daniel Azevedo Muñoz

Universidade de São Paulo

Reitor: Prof. Dr. Carlos Gilberto Carlotti Jr.

Vice-reitora: Profa. Dra. Maria Arminda do Nascimento Arruda

Escola de Comunicação e Artes

Diretora: Profa. Dra. Brasilina Passarelli

Vice-Diretor: Prof. Dr. Eduardo Henrique Soares Monteiro

Departamento de Jornalismo e Editoração

Chefe do Departamento: Prof. Dr. Luciano Guimarães

Vice-chefe do Departamento: Prof. Dr. Wagner Souza e Silva

São Paulo, 30 de novembro e 1º de dezembro de 2022

“É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e a autoria, proibido qualquer uso para fins comerciais”

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

- E56 Encontro Regional Sudeste de História da Mídia (7. : 2022 : São Paulo)
 Anais do VII Encontro Regional Sudeste de História da Mídia [recurso eletrônico] :
 reinventando as independências : conquistando novas democracias – São Paulo:
 ECA-USP, 2023.
 PDF (424 p.)
- Trabalhos apresentados no encontro realizado no período de 30 de novembro a 1 de
 dezembro de 2022.
 ISBN 978-65-88640-79-1
1. História da Comunicação – Encontros. 2. Meios de Comunicação – História –
 Encontros. 3. Democracia.

CDD 21. ed. – 301.16

Elaborado por: Lilian Viana - CRB-8/8308

Índice para catálogo sistemático

1. Comunicação: 302.2



Creative Commons 4.0
Atribuição, Não Comercial
Sem derivação

A violência “invisível” na internet que escapa ao radar do jornalismo

Filipe Vilicic (Mestrando, Universidade de São Paulo) e Daniela Osvald Ramos (Doutora,

Universidade de São Paulo)

filipe.vilicic@gmail.com e dosvald@gmail.com

INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

O que escapa ao radar de jornalistas na internet? Com um estudo exploratório de abordagem ex post factum (SIMON e GOES, 2013), notamos limites operacionais em trabalhos de investigação no ambiente digital. A partir da identificação de Abdin (2021) dos elementos da internet tida como “abaixo do radar” e das distinções entre rede invisível e rede visível de Bergman (2001), problematizamos a atuação de jornalistas em espaços obscuros do online. Indica-se um ponto de inflexão na história das mídias, dentro do qual procuramos ampliar a consciência da existência de espaços da mídia digital que, nos termos apresentados, não são “visíveis” às técnicas usuais do jornalismo e, em efeito, ao grande público.

Notamos a separação do que costuma ser chamado de internet “visível” da “invisível” seguindo os termos de Bergman, que vê a internet superficial como aquela composta por dados indexados às ferramentas de buscas tradicionais, como o Google; enquanto a internet invisível, a profunda, seria aquela que não aparece em buscadores convencionais (BERGMAN, 2001). Procuramos localizar situações nas quais jornalistas noticiaram eventos ocorridos primariamente na internet invisível.

Pode-se ver a internet como um oceano dividido ao meio. Na parte superficial, a visível, navegam 85% dos conectados. A profundidade, a invisível, estimada em 550 vezes o tamanho (em dados armazenados), é acessada por uma minoria dotada das técnicas necessárias (BERGMAN, 2001). Por onde tem navegado o jornalismo brasileiro? A análise indica carências de técnicas para repórteres saírem da superficialidade. Como evidências circunstanciais, apoiamo-nos em análises de casos de violência que só ganharam as manchetes quando saíram da fronteira do que está abaixo do radar (ABDIN, 2021). Partimos de estudo exploratório em torno de reportagens publicadas entre 2016 e 2019 na Veja – no período, a revista de maior circulação no país –, além de comparações com notícias de mesmo teor publicadas em outros veículos.

A escolha das reportagens citadas como terreno do estudo se dá também pela condição de observador direto por parte de um coautor do estudo. Ou seja, nas reportagens houve

participação como repórter e/ou editor. Por isso a escolha pela abordagem *ex post factum*. As reportagens também se revelam como dentre as primeiras incursões de peso (com manchetes na capa e/ou site) da Veja, marca fundada em 1968 e de linha editorial conservadora, pelo e sobre o que definimos aqui como o submundo da internet. Apoiamo-nos também na práxis, na vivência na redação, para apontar pensamentos acerca de carências operacionais.

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Define-se rede como “uma matriz tecnológica capaz de aumentar esteticamente o espaço-tempo” (SODRÉ, 2021, loc. 109). Não se vê impedimento em observar as redes tanto como transparentes, pela exposição das informações, quanto como caixas-pretas, pela complexidade dos algoritmos e pela dificuldade de compreender as intenções por trás das operações (MATZNER, 2022, p. 14).

Propõe-se observar as camadas do visível e do invisível da internet pela abstração. O nível do visível é aquele que contém as informações com as quais a maioria interage. No invisível, reside o sigiloso, o de domínio do Estado, o criminoso, máquinas que orquestram disseminação de discurso de ódio (DA EMPOLI, 2019; OSVALD RAMOS e SAAD-CORRÊA, 2022). Abdin dá sentido amplo ao que é invisível e visível ao utilizar as expressões “abaixo do radar” e “acima do radar”. Em vez de se considerar apenas o aspecto da indexação, acrescentam-se situações típicas da rede “abaixo do radar”. Exemplos são as táticas coordenadas por grupos para espalhar notícias falsas (ABDIN, 2021).

Procuramos caracterizar como o jornalismo se relaciona com a rede invisível. Pelo sentido de Abdin (2021), nomeamos essa atuação de “jornalismo abaixo do radar”, tendo como corpus de análise as reportagens supracitadas e como metodologia a pesquisa exploratória com abordagem *ex post factum* (SIMON e GOES, 2013).

ANÁLISE

A seleção das notícias serve à coleta de evidências verificáveis. Todas as notícias do corpus de análise informam sobre atos de violência, partindo do pressuposto que a violência digital é também violência.

CASO 1 (2016)

A reportagem de maio de 2016 mostra como o crime organizado usa ferramentas como o WhatsApp para atividades ilícitas (THOMAS, 2016). Exibem-se evidências, como arquivos de áudio (VILICIC, 2016). Os criminosos procuravam operar abaixo do radar.

Apesar da caracterização de violência, a atuação (abaixo do radar) passou despercebida pela mídia. Pode-se notar como o contato dos jornalistas com as informações dependeu da intermediação de autoridades policiais. A apuração analógica é que levou ao ambiente digital. Observou-se, logo, atraso técnico.

CASO 2 (2018)

Reportagens identificaram usos de técnicas para aumentar o destaque de candidatos à presidência brasileira em redes sociais (LOPES, VILICIC, 2018a; VILICIC, 2018b). Apesar de as trocas comunicacionais ocorrerem na internet visível, as operações que visavam manipular as conversas se deram em processos na internet invisível. Detecta-se violência, com intenção de agredir opositores, observação confirmada pelo relato de outros jornalistas (CAMPOS MELLO, 2020). Os repórteres, nota-se, não demonstraram domínio de ferramentas capazes de apurar sobre as ações abaixo do radar; os fatos chegaram à imprensa por autoridades, denúncias ou pesquisas de mercado (LOPES, VILICIC, 2018a; VILICIC, 2018b; DA EMPOLI, 2019).

CASO 3 (2019)

Em 13 de março de 2019, dois atiradores assassinaram oito estudantes e se suicidaram, no ataque midiaticamente conhecido como Massacre de Suzano. Descobriu-se que ambos frequentavam fóruns da internet, os chans. Ressalta-se que, dias antes, os atiradores se manifestaram nos chans, indicando a ação futura (LOPES e VILICIC, 2019; VICENTE, 2019). Jornalistas perceberam com atraso as ameaças. Vale a pergunta: “Se centenas de garotos se reunissem na cidade de Suzano para incentivar um ataque, passaria despercebido?”. A internet invisível permite, pelo ponto de vista midiático, o desaparecimento?

CONSIDERAÇÕES

Identificamos conteúdos localizados abaixo do radar para sugerir pressupostos acerca da comunicação online (ressalta-se que a pesquisa completa considera mais casos). Quando se reflete sobre a midiaticização (SODRÉ, 2021, loc. 93), há tendência a pressupor que nada no ambiente online escaparia às mídias regulares. Indicamos aqui, todavia, que a rede invisível

tem como princípio, justamente, a obscuridade (ABDIN, 2021), e que historicamente não há uma compreensão ampla deste desenvolvimento da internet.

E o que escapa? Sugerimos falhas em ao menos uma linha de comunicação, a do jornalismo. Nota-se, por exemplo, dependência para com ferramentas comerciais, como o Google. Isso acaba por levar ao desprezo midiático da maior parte da informação virtual disseminada, que ignora uma parte da internet, a profunda, como componente que foi se fortalecendo ao longo dos anos. Consequências prováveis são os usos de técnicas, que escapam ao jornalismo, por criminosos (THOMAS, 2016), extremistas e para maquinações políticas (DA EMPOLI, 2019). Como as manobras de correligionários do político brasileiro Jair Bolsonaro, que utilizam da “modulação algorítmica” para reforçar “um espalhamento massivo” de conteúdos falsos (OSVALD RAMOS; SAAD-CORRÊA, 2022, p. 13).

Palavras-chave: jornalismo brasileiro; comunicação online; violência online; redes sociais; internet profunda

Referências

- ABDIN, Crystal (2021). From “Networked Publics” to “Refracted Publics”: A Companion Framework for Researching “Below the Radar” Studies. *Social Media + Society*.
- BERGMAN, Michael K. (2001). White Paper: The Deep Web: Surfacing Hidden Value. JEP.
- CAMPOS MELO, P. (2020). A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras. Ebook.
- DA EMPOLI, G. (2019). Os Engenheiros do Caos. São Paulo: Autêntica. Ebook.
- LOPES, André; VILICIC, F. (2018). Bolsonaro, Ciro e táticas (sujas) da campanha na internet. *Veja.com*. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/a-origem-dos-bytes/bolsonaro-ciro-e-taticas-sujas-da-campanha-na-internet/>. Acesso: 15 de junho de 2022.
- LOPES, A.; VILICIC, F. (2019). O horror na era do viral. *Veja*, ed. 2627, São Paulo, 27 de março de 2019.
- OSVALD R., Daniela; SAAD-CORRÊA, E. S. (2022). A VIOLÊNCIA CULTURAL CONTRA JORNALISTAS NO BRASIL. GT Estudos de Jornalismo do 31º Encontro Anual da Compós, UFMA, Imperatriz - MA.
- MATZNER, T. (2022). Algorithms as complementary abstractions. *New Media & Society*.
- SIMON, M. K.; GOES, J. (2013). Ex Post Facto Research. Disponível em: <http://profshankarbhusari.com/wp-content/uploads/2016/05/Ex-Post-Facto-research.pdf>.

SODRÉ, Muniz (2021). A sociedade incivil: Mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis: Vozes.

THOMAS, Jennifer A. (2016). Redes marginais: o submundo do Facebook, do WhatsApp e do Youtube. Veja.com. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/redes-marginais-o-submundo-do-facebook-do-whatsapp-e-do-youtube/>. Acesso: 16 de junho de 2022.

VICENTE, João P. (2019). PARABÉNS, IMPRENSA: VOCÊS DERAM A NOTORIEDADE QUE OS ATIRADORES DE SUZANO QUERIAM. The Intercept Brasil. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/03/14/massacre-suzano-imprensa/>. Acesso: 16 de junho de 2022.

VILICIC, Filipe (2016). Ouça áudio de WhatsApp de criminosos incentivando o assassinato de policiais. Veja.com. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/eles-vigiam-o-seu-facebook/>. Acesso: 15 de junho de 2022.

VILICIC, F.(2018a). Bolsonaro: como funciona o disparo de mensagens via WhatsApp. Veja.com. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/a-origem-dos-bytes/bolsonaro-como-funciona-disparo-mensagens-via-whatsapp/>. Acesso: 16 de junho de 2022.

VILICIC, F. (2018b). PT, a compra de “eleitores-influenciadores” e o jogo sujo na internet. Veja.com. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/a-origem-dos-bytes/pt-a-compra-de-eleitores-influenciadores-e-o-jogo-sujo-na-internet/>. Acesso: 16 de junho de 2022.