

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

VALDO TAVARES DE ALMEIDA JÚNIOR

POR TRÁS DAS TELAS
Um documentário sobre redes sociais

SÃO LUÍS
2024

VALDO TAVARES DE ALMEIDA JÚNIOR

POR TRÁS DAS TELAS

Um documentário sobre redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão como requisito à obtenção do grau de nível superior em Comunicação Social – Radialismo.

Orientadora: Professora Dra. Patrícia Azambuja

SÃO LUÍS
2024

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Júnior, Valdo Tavares de Almeida.

Por Trás das Telas : Um Documentário Sobre Redes
Sociais / Valdo Tavares de Almeida Júnior. - 2024.
74 f.

Orientador(a): Patrícia Kely Azambuja.
Curso de Comunicação Social - Rádio e Tv, Universidade
Federal do Maranhão, São Luís, 2024.

1. Documentário. 2. Expositivo. 3. Redes Sociais. 4.
Produção Audiovisual. 5. . I. Azambuja, Patrícia Kely.
II. Título.

VALDO TAVARES DE ALMEIDA JÚNIOR

POR TRÁS DAS TELAS

Um documentário sobre redes sociais

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão como requisito à obtenção do grau de nível superior em Comunicação Social – Radialismo.

Orientadora: Professora Dra. Patrícia Azambuja

São Luís, ____ de _____ de 2024.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Patrícia Azambuja

(2º Examinador)

(3º Examinador)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus, sem Ele nada na minha vida seria possível, inclusive este trabalho de conclusão. Toda honra e glória eu Lhe devo.

À minha família, em particular à minha mãe Vera Nunes e à minha irmã Vivian Nunes, que são o alicerce da minha vida e as pessoas que mais amo neste mundo, e que mais me incentivaram e deram apoio durante o processo deste trabalho.

À minha queridíssima orientadora, a professora Dra. Patrícia Azambuja, que, apesar do exaustivo tempo que dedicou a me orientar, não desistiu de mim, deixo aqui meus sinceros e profundos agradecimentos, pois sem ela este trabalho não teria sido possível.

Aos meus pais afetivos, Áurea Paixão e Raimundo Nonato, que, apesar de não serem meus pais biológicos, sempre tiveram um carinho e apreço por mim que apenas uma mãe e um pai possuem por um filho.

À minha doce e incrível namorada, Danyella Costa, que sempre acreditou em mim e me apoiou em tudo.

Aos meus amigos da família Paixão, Álvaro Paixão, Mateus Paixão, Nicolas Paixão e Samuel Paixão, que, na verdade, são mais que amigos, são irmãos que Deus me deu e que sempre estão comigo em tudo.

Aos meus amigos Mateus de Meneses, Yasmin Araújo e Rayane Ayres, que são pessoas incríveis na minha vida, sempre me apoiam e ajudam com suas conversas e conselhos de verdadeiros amigos.

Aos entrevistados, que foram muito gentis ao se prontificarem a participar do documentário: Carolina Libério, Gabrielle Serra, Kaio Lima, Márcio Carneiro, Rakel Castro e Raimundo Nonato. Agradeço sinceramente, pois foram eles que deram vida ao documentário que idealizei.

Aos incríveis professores do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, com os quais tive o prazer de aprender.

Ao meu amigo e chefe André Penha, que disponibilizou alguns dos equipamentos que utilizei para a gravação do documentário.

E, por fim, a todos que de alguma forma fizeram este trabalho ser possível, direta ou indiretamente.

RESUMO

O presente trabalho apresenta o resultado do documentário "Por trás das telas" e o arcabouço teórico que embasou sua realização. O recorte aborda determinados aspectos nocivos das redes sociais digitais, como: o uso dos dados pessoais dos usuários das redes sociais online; a interação entre redes sociais online e a amplificação do fenômeno das fake news; e a interação entre redes sociais online e a amplificação da polarização política. O objetivo é estimular reflexões sobre o uso das redes sociais e promover o debate sobre a responsabilidade no ambiente digital. Utiliza, como método e desenvolvimento criativo, parâmetros do subgênero expositivo formulado por Bill Nichols (2005), que se concentra em apresentar argumentos claros e estruturados sobre um determinado tema. A partir dos autores Bill Nichols (2005), Sílvio Da-Rin (2006), Cristina de Melo (2002) e outros, busca-se uma compreensão sobre o gênero documentário, além de abordar temas como o uso de dados pessoais dos usuários das redes sociais online, a amplificação do fenômeno das fake news e a interação entre redes sociais online, além da escalada da polarização política. Por fim, apresenta-se a descrição do produto e do processo. Assim, desenvolve-se um filme expositivo e um relatório técnico com o fundamento teórico ligado à concepção e ao desenvolvimento da ideia do documentário.

Palavras-chave: documentário; expositivo; redes sociais; produção audiovisual.

ABSTRACT

This work presents the result of the documentary "Behind the Screens" and the theoretical framework that supported its production. The section addresses certain harmful aspects of digital social networks, such as: the use of personal data of users of online social networks; the interaction between online social networks and the amplification of the fake news phenomenon; and the interaction between online social networks and the amplification of political polarization. The objective is to stimulate reflections on the use of social networks and promote debate about responsibility in the digital environment. It uses, as a method and creative development, parameters of the expository subgenre formulated by Bill Nichols (2005), which focuses on presenting clear and structured arguments on a given topic. Based on authors Bill Nichols (2005), Sílvia Da-Rin (2006), Cristina de Melo (2002) and others, we seek an understanding of the documentary genre, in addition to addressing topics such as the use of personal data from users of online social networks, the amplification of the fake news phenomenon and the interaction between online social networks and the amplification of political polarization. Finally, it is the description of the product and the process. Thus, an expository documentary film and a technical report are developed with the theoretical foundation linked to the conception and development of the idea of the documentary.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 EXPLORANDO OS FUNDAMENTOS DO DOCUMENTÁRIO	11
2.1 Linguagem cinematográfica: aspectos históricos e documentário	12
2.2 Da Compreensão à Criação: Características e Conceitos de Documentário	22
2.3 Documentário expositivo.....	27
3 IMPLICAÇÕES DAS REDES SOCIAIS ONLINE: USO DE DADOS, FAKE NEWS E POLARIZAÇÃO POLÍTICA	31
3.1 Impacto das Redes Sociais Online: Uso de Dados Pessoais.....	33
3.1.1 <i>Mas o que são os dados pessoais?</i>	35
3.1.2 <i>Uso de dados pessoais dos usuários das redes sociais online para fins mercado lógicos.....</i>	39
3.2 <i>Fake News</i> : Intersecção entre Redes Sociais e Desinformação	45
3.2.1 <i>Redes sociais online e propagação de Fake News</i>	47
3.3 Polarização Política nas Redes Sociais: Explorando a Amplificação do Conflito	51
4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO E DO PROCESSO	57
4.1 Pré-produção	57
4.2 Produção.....	62
4.3 Pós-produção.....	66
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS.....	72
APÊNDICE	76

1 INTRODUÇÃO

Talvez muitos de nós nunca paramos para questionar como as redes sociais digitais são amplamente utilizadas em todo o mundo sem que os usuários precisem pagar para usá-las, considerando que vivemos em um mundo capitalista onde o lucro é fundamental. E, apesar de parecer contraditório, essas empresas conseguem ser extremamente lucrativas e se tornam algumas das maiores do mundo sem cobrar diretamente dos usuários. Isso indica que elas adotam um modelo de negócios diferente, provavelmente baseado em publicidade e na monetização dos dados dos usuários.

De fato, as empresas de tecnologia, especialmente aquelas que operam redes sociais, adotam um modelo de negócios em que os usuários não pagam pelo serviço oferecido. Em vez disso, essas empresas geram receita por meio da venda de espaço publicitário aos anunciantes. Assim, aqueles que anunciam são os verdadeiros clientes dessas empresas, pois pagam para que suas publicidades sejam vistas pelos usuários das redes sociais.

Além disso, essas empresas também lucram com os dados coletados dos usuários que são extremamente valiosos no mercado digital. Em resumo, enquanto os usuários acreditam estar usando um serviço gratuito, eles estão, na verdade, sendo induzidos a agir conforme os interesses dos anunciantes e daqueles que possuem seus dados pessoais.

Portanto, o interesse em desenvolver um documentário, intitulado *Por trás das telas*, partiu das questões levantadas no filme *O dilema das redes* (2020), documentário da Netflix em que especialistas do Vale do Silício relatam os perigos impostos pelas redes sociais à democracia e à sociedade como um todo. Assim, o nosso objetivo foi desenvolver um documentário que tratasse sobre o lado danoso das redes sociais abordando como temas: uso dos dados pessoais dos usuários das redes sociais online; a interação entre redes sociais online e a amplificação do fenômeno das fake news; e a interação entre redes sociais online e o crescimento da polarização política.

Essa seleção de temas foi baseada na relação que possuem com a área da comunicação, os impactos que estes assuntos possuem no contexto das redes sociais

e suas relevâncias, permitindo uma análise mais direcionada e um retrato de alguns dos desafios enfrentados pela sociedade no ambiente digital.

A partir disso, o documentário visa estimular reflexões críticas sobre o uso das redes sociais, promovendo a conscientização e o debate sobre a importância da responsabilidade e do equilíbrio no ambiente virtual, uma vez que se lida com a era das redes sociais e ainda não se sabe muito bem quais são os seus limites e como utilizá-las de maneira mais proveitosa sem que suas consequências gerem resultados desastrosos.

Com isso, optou-se por uma abordagem que incluiu a realização de entrevistas com pesquisadores da área e com usuários das redes sociais de diversas faixas etárias para tratar dos temas selecionados. Assim, a proposta consistiu em entrevistar dois indivíduos para cada um dos temas abordados, sendo três professores universitários e três usuários das redes sociais. Para discutir o uso dos dados pessoais dos usuários, foram entrevistadas a professora universitária Carolina Libério e a jovem de 23 anos, Gabrielle Serra. Enquanto para tratar da relação das redes sociais com as fake news, os entrevistados foram o professor universitário Márcio Carneiro e o senhor Raimundo Nonato, de 60 anos. Por fim, para abordar a relação entre redes sociais e polarização política, os entrevistados foram a professora universitária Raketel Castro e o jovem de 33 anos, Kaio Lima.

A partir desses recortes, buscou-se escopo teórico baseado em Bill Nichols (2005), Cristina de Melo (2002), Fernão Pessoa Ramos (2009), Sílvio Da-Rin (2004). Esses autores auxiliaram na compreensão dos conceitos e características do gênero documentário e na orientação da produção do filme realizado por este autor. Shoshana Zuboff (2021), Matthew D'Ancona (2018) e Giuliano Da Empoli (2022) para trataram sobre uso de dados, fake news e polarização política. E Sérgio Puccini (2009) para versar sobre pré-produção, produção e pós-produção.

Desse modo, optou-se por utilizar o estilo que Nichols (2005) classifica como sendo o subgênero expositivo, em que a ênfase está em transmitir informações objetivas e na exposição de fatos, sendo comum o uso de entrevistas e imagens de arquivo para apresentar argumentos e evidências. A escolha atende às necessidades desta pesquisa, visto que o objetivo é produzir um documentário mais direto e informativo, pautado principalmente nos recursos das entrevistas e em imagens de

arquivo, que, nesse caso, são capturas de telas, imagens da internet e imagens de cobertura dos entrevistados.

Em última análise, a abordagem escolhida para o tema reflete uma das maneiras pelas quais se procura contar a história e transmitir a mensagem. Segundo Nichols (2005), os subgêneros representam diferentes opções disponíveis para um documentarista no momento de realizar um filme.

Portanto, a intenção com as discussões apresentadas por meio do documentário é gerar conscientização e promover reflexões sobre os impactos negativos dessas questões na sociedade contemporânea, estimulando a busca por um uso mais consciente e responsável das redes sociais digitais. É fundamental promover uma maior percepção acerca dos potenciais riscos das redes sociais, pois são temas críticos que precisam ser pensados e discutidos. Afinal de contas, fala-se da autonomia das pessoas e o que se quer aqui é que elas possam exercer sua liberdade sem serem manipuladas para comprar um determinado produto ou votar no candidato X ou Y, além de poderem ter a liberdade de escolher se desejam dedicar longas horas às redes sociais, ao invés de serem persuadidas a fazer isso.

Com base em todas essas questões, acredita-se ser crucial levantar as reflexões já citadas. Este é o papel do documentarista: jogar luz sobre determinadas temáticas para que as pessoas possam enxergá-las com mais clareza. Mais do que proporcionar respostas prontas e amarradas, o objetivo é estimular o pensamento crítico e a discussão. Dessa forma, as pessoas podem desenvolver uma compreensão mais profunda e tomar decisões mais informadas sobre seu comportamento e suas escolhas no mundo digital.

No capítulo um, aborda-se o gênero documentário. Um relato sobre o seu surgimento, conceito, estilos e características. Por se tratar de um projeto experimental que consiste na produção de um documentário, é válido que um dos capítulos se dedique a tratar sobre o gênero.

No capítulo seguinte, discorre-se sobre os temas centrais do documentário: uso dos dados pessoais dos usuários das redes sociais digitais; a interação entre redes sociais online e o crescimento do fenômeno das fake news; e a interação entre redes sociais online e a amplificação da polarização política.

Por fim, são descritos o produto e o processo. Um capítulo para abordar sobre o documentário em si, versando sobre os processos de pré-produção, produção e pós-produção do filme *Por trás das telas*.

2 EXPLORANDO OS FUNDAMENTOS DO DOCUMENTÁRIO

Inicia-se este capítulo da mesma forma que o autor Bill Nichols (2005, p. 26) começa sua obra *Introdução ao documentário*, com a proposição: “todo filme é um documentário”. Quando o autor faz tal afirmação, ele defende que todos os filmes, independente do seu gênero ou intenção, estão em diálogo com a realidade, pois são produzidos em um contexto social, cultural e histórico específico. Até mesmo as ficções mais fantasiosas acabam por refletir algum aspecto de nossa realidade, por mais improvável que possam parecer. Assim, Nichols (2005) destaca a importância de reconhecer que todos os filmes são mediados pela perspectiva e pela subjetividade dos idealizadores.

Logo, quando se trata de questões fílmicas, vê-se um elemento imprescindível: a imagem. Ainda segundo Nichols (2005), a imagem está ligada a forma como as pessoas se relacionam e percebem o mundo por meio de suas inúmeras finalidades e devido a maneira como decidem utilizá-la, ressaltando a importância de estarem atentas quanto a sua autenticidade, uma vez que as imagens parecem atestar a veracidade daquilo que é posto diante de quem as vê.

Aspecto que, inclusive, está ligado ao gênero documentário, pois “a tradição do documentário está profundamente enraizada na capacidade de ele nos transmitir uma impressão de autenticidade” (Nichols, 2005, p. 20). Característica que, muitas vezes, pode fazer o gênero parecer um retrato fiel do meio social, quando, na verdade, estamos diante de uma forma de representação social da realidade, segundo o autor. Maneira sobre a qual determinado aspecto social pode ser visto e apresentado, por meio de uma ótica particular que diz respeito àquele que produz aquela obra.

Desse modo, o documentário mostra-se como sendo um prisma que possibilita uma postura sobre determinado fato, sem a necessidade ou obrigação de ser isento de parcialidade, possibilitando ao seu criador expor pensamentos e perspectivas de modo direto e incisivo como forma de gerar resultado no cosmo social.

Sobre isso, Nichols (2005, p. 28) afirma que o documentário “engaja-se no mundo pela representação, fazendo isso de três maneiras.”. A primeira corresponde à possibilidade que o documentário oferece de uma interpretação cognoscível do

mundo, dadas as suas condições técnicas de captar fatos com precisão pela imagem, proporcionando uma base de convicções e gerando no espectador um sentimento de que aquilo é verídico. O próprio autor, entretanto, desmistifica essa ideia, uma vez que a imagem não expressa a totalidade do que de fato ocorreu e, além disso, a imagem pode ser alterada.

Na segunda maneira, os documentários servem para dar voz aos interesses de determinados grupos ou segmentos que fazem parte daquele filme ou da instituição que patrocina a produção, como, por exemplo, um representante. Isso pode ser relacionado ao pensamento de Cristina de Melo (2002), que afirma que a junção dessas vozes vai possibilitar a compreensão do espectador sobre um ponto de vista nitidamente expresso sobre o tema em questão, em que as junções das vozes colaboram para que, ao final, fique claro qual a perspectiva daquele que cria aquela obra sobre o assunto retratado.

Por fim, na terceira maneira, o documentário intervém a favor de um determinado ponto de vista, como forma de causar convencimento. Assim, o gênero documentário busca causar impactos no mundo real ao apresentar às pessoas um determinado ponto de vista, que pode se mostrar mais favorável ou não em relação a outro ponto de vista.

Além disso, o documentário trata de assuntos que, para alguns, podem ser pertinentes, o que pode causar mudanças de postura e abrir espaço para discussões. Essas ações geram consequências diretas no mundo.

2.1 Linguagem cinematográfica: aspectos históricos e documentário

Ressalta-se, de antemão, o papel importante que o aspecto histórico desempenha na compreensão sobre o gênero documentário e, conseqüentemente, na maneira de produzi-lo, visto que permite analisar e contextualizar eventos, ideias e mudanças ao longo do tempo. Assim, foi introduzido a este trabalho um relato da história sobre o seu surgimento, sendo necessário lembrar da história do cinema como um todo.

É relevante mencionar que, segundo Amir Labaki (2006), o cinema nasce como documental, uma linguagem cinematográfica vinculada desde o início ao ato de

documentar e registrar imagens. Essas imagens, de certa forma, serviram como demonstrações do que acontece diante da câmera, diferentemente da encenação, que envolve uma atuação perante a câmera. Portanto, a sétima arte não tem seu início como ficcional, mas sim como documental, embora não seja propriamente documentário.

Logo, algumas das primeiras imagens cinematográficas, de acordo com Sílvia Da-Rin (2006), são registros documentais feitos pelos irmãos Lumière. Suas intenções estavam pautadas em apresentar cenas corriqueiras da época, como é o caso do clássico *Saída dos trabalhadores das fábricas Lumière* (1895) que registra um grupo de funcionários saindo de uma fábrica na França, além de outros filmes em circunstâncias semelhantes, como *A chegada do trem na estação* (1896) e *O almoço do bebê* (1895).

Segundo Maria de Fátima Augusto (2004), o primeiro cinema estava mais focado em exibir performances e entretenimento visual derivado de outras formas de espetáculos populares, ainda não tendo desenvolvido plenamente sua capacidade de contar histórias de maneira narrativa.

Inicialmente concebida como um meio de registro visual até 1915, a linguagem cinematográfica não surgiu a partir de um tipo específico e bem definido de cinema, mas sim após uma série de experimentos realizados por diferentes pessoas com variados interesses e formações.

Esses experimentos iniciais não foram necessariamente feitos com a intenção clara de criar uma linguagem cinematográfica, mas sim tentativas isoladas de usar imagens em movimento para contar histórias. No entanto, essas primeiras tentativas e experimentos acabaram contribuindo significativamente para o desenvolvimento da linguagem cinematográfica como é conhecida hoje, como aponta Augusto (2004).

Com isso, é fundamental mencionar a experiência de Georges Méliès no primeiro cinema, que já demonstrava um nível considerável de sofisticação em termos de enquadramentos, efeitos de montagem e movimentos de câmera, como aponta Arlindo Machado (1997). Méliès, um dos pioneiros do cinema, proveniente do ilusionismo e do teatro, é reconhecido por suas habilidades em criar espetáculos mágicos e visuais. Ele foi um dos primeiros a explorar o potencial do cinema para criar

ilusões e narrativas fantásticas, pois, utilizando sua experiência em teatro e mágica, desenvolveu diversas técnicas que passaram a ser aplicadas no cinema.

Um de seus filmes mais famosos, *Le Voyage dans la Lune* de 1902, exemplifica sua abordagem inovadora. Inspirado por obras de Júlio Verne e H.G. Wells, o filme combina narrativa, efeitos especiais e cenários elaborados para contar a história de uma viagem imaginária à Lua. Este filme não apenas capturou a imaginação do público da época, mas também estabeleceu muitos dos padrões para a narrativa cinematográfica e para os efeitos especiais.

Como aponta Machado (1997), Méliès contava com efeitos de montagem para criar ilusões e efeitos especiais, em que era realizado um processo de manipulação física dos filmes, com cortes e colagem dos negativos. Essa técnica permitia a criação de transições, desaparecimentos, transformações e outras ilusões.

Além disso, Méliès também elaborava técnicas para emular o movimento da câmera, como aponta Machado (1997), como no filme *Le royaume des fées* de 1903, em que a câmera percorre pelo cenário enquanto acompanha os personagens. A câmera muda constantemente de posição para capturar a ação da melhor maneira possível, utilizando diferentes enquadramentos e distâncias. Esse movimento da câmera constrói um espaço complexo e dramaticamente intenso, demonstrando a sofisticação técnica e narrativa de Méliès. No entanto, a câmera, na verdade, não se move no estúdio; são os cenários que são ajustados de plano a plano para sugerir diferentes pontos de vista.

Portanto, a influência de Georges Méliès na evolução do cinema excede suas habilidades técnicas e narrativas inovadoras, assumindo uma posição proeminente na história da sétima arte. Suas contribuições, tanto na manipulação física dos filmes quanto na criação de ilusões visuais e narrativas fantásticas, constituem os alicerces fundamentais para o desenvolvimento e a consolidação do cinema como uma forma de expressão artística distinta.

A partir dessas informações, destacam-se, agora, outras incursões sobre a origem do cinema, como é o caso das *Paixões*¹, que *podem* ser consideradas, de acordo com Machado (1997, p. 104), como “os primeiros dramas de ficção com

¹ Encenações da vida de Cristo por meio de quadros, como no ritual religioso da Via-Sacra ou nos “mistérios” medievais (Machado, 1997, p.104).

razoável duração e esboço mínimo de “história”. Esses filmes, segundo o autor, abriram caminho para a reflexão sobre a linearidade narrativa no cinema, uma vez que existiam algumas dificuldades na compreensão por parte dos espectadores habituados à linearidade dos discursos do teatro e do romance romântico.

Nesse contexto, a dificuldade residia em compreender o plano aproximado com a continuidade narrativa, uma vez que as cenas normalmente aconteciam dentro de enquadramentos mais amplos, onde várias ações eram articuladas simultaneamente, sem direcionar o olhar do espectador para o que realmente era importante. Isso ocorria porque os procedimentos para articular os planos de forma a criar uma continuidade na cena ainda não tinham sido considerados.

É por meio da complexificação presente no detalhamento das cenas que surge a oportunidade de pensar nos planos e em como articulá-los, possibilitando uma compreensão mais profunda do que é apresentado nas telas. No entanto, outras questões surgem como consequência dessas mudanças na forma de fazer cinema. Erros de continuidade, exemplificados em algumas obras do diretor Edwin S. Porter, como *A Vida de um Bombeiro Americano* (1903), surgiram devido à dificuldade de mostrar cenas simultâneas, conforme aponta Arlindo Machado (1997).

Outrossim, vale ressaltar que a busca por superar esses desafios resultará nos princípios fundamentais dos *raccords* de continuidade, os quais unem os fragmentos das ações nas cenas por meio dos planos, permitindo uma unidade de sentido mais natural e compreensível. David Wark Griffith foi um dos diretores que obteve destaque ao utilizar esses procedimentos emergentes em obras como *O Nascimento de uma Nação* (1914) e *Intolerância* (1916).

Além disso, há o que ficou conhecido como *travelogues*, ou filmes de viagens, que, como o nome sugere, são registros de viagens exploratórias em forma de filmes. Uma sequência de imagens frequentemente sem muita correlação aparente entre uma e outra, como aponta Sílvio Da-Rin (2006). Diferentemente dos cinejornais, cuja “padronização da produção e da exibição cinematográficas acabou por transformar as atualidades avulsas em um formato composto e industrialmente seriado”, em que é possível perceber certa organização, com a utilização de cartelas de textos explicando determinada situação, em uma determinada ordem (Da-Rin, 2006, p. 21).

Destaca-se que existem outras tendências um pouco anteriores às mencionadas, como os filmes de perseguição, que certamente foram marcantes e têm sua parcela de contribuição ao introduzirem no cinema primitivo o conceito de montagem, segundo Maria de Fátima Augusto (2004). Para Arlindo Machado (1997), esses filmes impuseram novas problemáticas para o cinema. Um exemplo tem relação com aspectos estruturais: nos primórdios da cinematografia, as câmeras permaneciam fixas em um único quadro, com raras exceções de movimento, o que impunha limitações espaciais – já que os personagens tinham que correr apenas dentro daqueles limites – e temporais, pois a história se restringia a um dado momento da ação. Esse contexto gerou reflexões sobre as possibilidades de pensar uma contiguidade espacial e uma continuidade temporal, tornando os métodos das produções cinematográficas cada vez mais complexos e, conseqüentemente, mais envolventes, introduzindo o conceito de montagem.

Ademais, é pertinente incluir ao conjunto aplicado à estruturação da linguagem cinematográfica, o conceito identificado como *voyeurismo*, cujas contribuições foram igualmente importantes. De acordo com Machado (1997, p. 149), “o filme voyeurista vai interessar sobretudo pelo papel que jogou, ao lado do filme de perseguição, na construção do novo modelo narrativo e na preparação do espectador para uma nova experiência do olhar, que hoje chamaríamos de subjetiva”.

Ainda sobre esse estilo, uma de suas características é a aproximação da câmera em relação aos atores e objetos, proporcionando um olhar mais intimista, como alguém que espia a cena. Recurso inicialmente relacionado apenas a aspectos eróticos, mas que também possibilitou a ampliação do olhar e, sobretudo, a aproximação do espectador em relação aos eventos na narrativa, quase como se fizesse parte dela.

O principal obstáculo, entretanto, concentrou-se na criação de estratégias de transição dos planos mais abertos para os planos mais próximos, sem a utilização dos recursos narrativos tradicionalmente utilizados para justificar a aproximação nas cenas, tais como o uso de lupas, lunetas ou escurecimento das bordas dos quadros. Com o passar do tempo, a audiência foi compreendendo as transições sem que houvesse a necessidade de tais recursos.

Assim, esses aspectos introduziram no cinema o conceito do plano subjetivo, que consiste, basicamente, na visão do personagem, como se a audiência observasse o que acontece na tela a partir dos olhos de um deles. Artifício que terá sua relevância, como aponta Arlindo Machado (1997, p. 151), uma vez que “permitirá construir um olhar flutuante e virtual, um olhar que, ao longo do filme, muda continuamente de posição e de situação (ora “interna”, ora “externa”)”. Fato que proporcionou uma maior flexibilidade dos planos, com mais opções e possibilidades para as cenas, além de serem aspectos que possibilitaram a montagem alternada, que terá sua primazia com David Griffith.

Dessa maneira, os diversos processos pelos quais o cinema percorreu, por meio das inúmeras experiências previamente mencionadas, desempenharam um papel de relevância no aprimoramento da linguagem da montagem cinematográfica.

Segundo Augusto (2004), nos estágios iniciais do cinema, a montagem priorizava a continuidade dentro dos enquadramentos individuais das cenas, em vez de entre os diferentes planos, pois os filmes ainda não estavam preocupados propriamente com a narrativa. Além disso, as produções neste primeiro momento estavam alinhadas ao conceito do cinema de atrações, em que o objetivo principal era proporcionar ao público uma experiência visual envolvente, muitas vezes focada em espetáculos e entretenimento visual.

Outro aspecto importante é o uso de cortes da montagem cinematográfica propriamente dita que permitem estabelecer sequências de eventos, por meio das relações de causa e efeito, bem como ação e reação. Por meio dos cortes, os eventos ocorrem cronologicamente, antecedendo ou sucedendo outros eventos, contribuindo para a formulação de uma narrativa coesa e estruturada, possibilitando ao espectador entender as relações temporais e causais entre as cenas.

Durante o período em foco até aqui, um dos cineastas que demonstrou maestria ao relacionar os vários elementos para construção de uma narrativa coesa, por meio da montagem, foi D. W. Griffith. Para Arlindo Machado (1997), a consciência do diretor da necessidade do recurso da montagem surge em suas obras com o intenso processo de fragmentação da narrativa. O ponto alto aparece com a montagem alternada, em que ações acontecem de maneira paralela.

Para mais, conforme Augusto (2004), Griffith percebeu que os elementos que fazem a montagem de duas cenas em locais diferentes parecerem naturais também podem ser usados para fazer cortes dentro de uma mesma cena de maneira natural. Isso significa que ele aplicou princípios para criar uma transição suave e coerente entre diferentes partes de uma mesma cena. Esse entendimento e aplicação desses princípios formaram a base do que é conhecido como "decupagem clássica", que se refere à forma tradicional de planejar e organizar cenas em um filme para garantir clareza narrativa e continuidade visual.

A partir daí, tem-se um momento marcado pelo desenvolvimento da linguagem clássica do cinema, com a complexificação do uso da montagem na construção da narrativa ficcional. Exemplos disso são: *O Encouraçado Potemkin* (1925), dirigido por Serguei Eisenstein, e as obras de Griffith, como *O Nascimento de uma Nação* (1915). Esses filmes apresentam características de momentos da montagem cinematográfica em que é possível perceber a construção do todo em prol da narrativa. Trata-se de um aspecto, a montagem, que passa a ter grande peso dramático e influência sobre a trama, permitindo, assim, novas possibilidades ao gênero, como menciona Da-Rin (2006).

Enquanto a narrativa ficcional avançava com a complexificação do uso da montagem e a construção de histórias cada vez mais envolventes, outro importante desenvolvimento estava ocorrendo no cinema. Paralelamente ao surgimento e consolidação da linguagem clássica do cinema, que utilizava a montagem para intensificar o peso dramático e a trama dos filmes, uma nova forma de expressão cinematográfica se estabelece. Foi nesse contexto de inovação e experimentação que a linguagem documental começou a se formar, aproveitando as técnicas narrativas do cinema de ficção e adaptando-as para registrar a realidade.

Sendo assim, a linguagem conhecida hoje como documentário surge nos anos de 1920, com os filmes do explorador Robert Flaherty. Conforme se observa em *Nanook, o esquimó* (1922), que acompanha uma família de esquimós que habitavam a região da Baía de Hudson, localizada no norte do Canadá, em que são feitos registros do que seriam a vida e os costumes desses povos. Identificado como o pioneiro entre os filmes de não ficção, este é apontado por Da-Rin (2006, p.2) como um "protótipo daquilo que será o documentário clássico". Nele, é observada a

integração de diversas formas de construção narrativa já empregadas no cinema ficcional, adaptadas para a produção de um produto documental.

A novidade radical deste filme estava na abertura de um novo campo de criação, situado entre os filmes de viagem e as ficções realizadas pelos estúdios, sem se identificar propriamente com nenhum dos dois modelos. Em outras palavras, era o fruto do encontro do *travelogue* com o modo de representação institucional que vinha de se instituir (Da-Rin, 2006, p. 29).

O autor ainda acrescenta dois aspectos importantes no trabalho de Flaherty que marcaram o diferencial de sua obra e que certamente contribuíram para o que se percebe como documentário. O primeiro aspecto refere-se ao fato da obra ser algo distinto do que vinha sendo produzido por meio dos filmes de viagens, uma vez que esses filmes estavam mais voltados para a figura do viajante-explorador, enquanto que em *Nanook, o esquimó* (1922), o protagonismo gira em torno da vida daquela comunidade.

Já o segundo ponto corresponde ao fato de que as imagens dos *travelogues* estavam pautadas em uma perspectiva educativa, do mesmo modo que estavam alinhados ao modelo Lumière de observação da realidade, e que como consequência, geram produções sob um ponto de vista “meramente descritivo da natureza e dos costumes dos povos visitados” (Da-Rin, 2006, p. 29). Enquanto *Nanook, o esquimó* (1922), coloca aquilo que foi presenciado em uma perspectiva dramática, estabelecendo personagens que vivem em um ambiente adverso.

A forma com que Flaherty contribuiu para o documentário corresponde também com o seu estilo de filmar, em que ele permite que a câmera acompanhe as ações, ao passo que elas aconteçam em seu próprio tempo. Além de ter sido pioneiro na utilização do estilo da observação participante no documentário e do cinema etnográfico, como é apresentado por Nichols (2005). No entanto, para que a tradição do documentário se firme de fato, outro fator faz-se necessário: o surgimento de uma retórica que vai possibilitar a repercussão do modelo elaborado por Flaherty, como menciona Nichols (2005).

Segundo Luiz Carlos Lucena (2012), o termo “documentário” foi inspirado na palavra francesa *documentaire* para se referir aos filmes de viagem ou *travelogues*. Termo utilizado pela primeira vez em uma crítica no *New York Sun*, em 1926, escrita pelo produtor e documentarista John Grierson, ao se referir ao filme *Moana* (1926) de

Flaherty. Grierson foi importante para o firmamento do documentário enquanto “novo gênero” que surge sob a grande influência da experimentação proposta por Flaherty, segundo Da-Rin (2006, p. 32). Para o autor, a contribuição de Grierson para o documentário pode ser compreendida a partir de duas perspectivas: primeiro, enquanto crítico e teórico, que irá idealizar o que ficou conhecido como sendo documentário clássico. E segundo, como produtor e administrador, encarregado por mais de 300 filmes realizados sob a aprovação do E.M.B².

O crítico e documentarista também possuía afinidade com o papel educativo do cinema. Algo que incide sobre a sua influência perante o documentário, que passa a assumir caráter também social e pedagógico. Toda sua contribuição vai estabelecer a base institucional para o documentário, bem como, para a estética do documentário inglês, de modo que sua fundamentação parte das distinções dos filmes que fazem uso de "materiais naturais".

De acordo com Da-Rin (2006, p. 46), aqueles que se encontram numa “categoria inferior” são os filmes que apenas descrevem os fatos, e os que se encontram na “categoria superior” são os que poderiam ser intitulados como documentários, pois deixam de ser uma descrição desse material natural e passam a ser uma reorganização e formulação criativa.

Ainda segundo Da-Rin (2006), Grierson sabia da necessidade de buscar maneiras de patrocinar as produções para que não dependessem apenas de recursos privados “A obra maior de Grierson consistiu na laboriosa construção deste ciclo econômico, criando, através de filmes, mas sobretudo de retóricas e ações persuasivas, as condições para que o documentário inglês pudesse aflorar” (Da-Rin, 2006, p. 60). Dessa forma, é por meio de seu aspecto educativo que o documentário estabelece condições para tornar-se algo financiável, uma vez que poderia contribuir tanto com a informação governamental quanto com a teoria educacional, correspondendo às necessidades do Estado.

A partir dessas reflexões, destacam-se algumas das características que passaram a caracterizar o documentário clássico, propostas pela escola inglesa e que

² Departamento de Cinema do Empire Marketing Board (E.M.B). Instituição governamental responsável pela promoção comercial dos produtos da Comunidade Britânica. Além de ter sido importante para o surgimento do movimento documentarista inglês.

correspondem aos aspectos estruturais do seu modelo estético: “imagens rigorosamente compostas, fusão de música e ruídos, montagem rítmica e comentários em voz *off* despersonalizada” (Da-Rin, 2006, p. 59).

Chegando aos anos de 1960, segundo Nichols (2005), os desenvolvimentos tecnológicos alteraram a forma de se fazer documentário. Esses aperfeiçoamentos tecnológicos incluem a invenção de câmeras portáteis e equipamentos de gravação de som síncrono, que permitiram aos cineastas capturarem eventos à medida que aconteciam, com uma autenticidade e imediatismo sem precedentes. Como resultado, há o surgimento de vertentes do documentário como: o cinema direto americano e o cinema verdade francês.

No entanto, é importante ressaltar que tais oportunidades técnicas convergem com a necessidade de adotar uma postura mais crítica no contexto da criação documental. Apesar de exibirem muitos elementos característicos de um documentário com propósito educativo e em sintonia com os princípios do estilo grisiniano, surge também uma reflexão sobre o papel do documentário como espaço para explorar questões da realidade social, reduzindo sua dimensão institucional, como aponta Carolina Libério (2020)³.

O cinema direto americano é caracterizado por ter a intenção de minimizar ao máximo a presença do realizador durante a filmagem do documentário. Isso significa reduzir a percepção da intermediação direta do realizador como aquele que molda a realidade capturada, tornando-o quase imperceptível, numa tentativa de priorizar a imparcialidade, com a abordagem de apenas registrar o que ocorre ao seu redor. Um exemplo é o filme *Primárias* (1960), que, de certo modo, inaugurou a escola de cinema direto americano, como aponta Da-Rin (2006). O documentário acompanha os candidatos John F. Kennedy e Hubert Humphrey em suas campanhas, durante as eleições primárias de 1960, para escolher quem seria o candidato do partido democrata à presidência dos Estados Unidos.

Em contrapartida, o *cinema vérité* ou cinema verdade, termo cunhado por Edgar Morin para se referir a postura do cinema documental de Jean Rouch, difere-se do modelo americano, posto que sua expressão é o oposto. Significa que, no

³ Informação fornecida pela professora Carolina Libério, em uma aula sobre documentário da disciplina Narrativa Ficcional e Documentário, em São Luís, em novembro de 2020.

momento em que o documentarista começa a filmar, ele inevitavelmente altera a realidade que está documentando. Portanto, o documentarista deve se envolver com essa realidade, reconhecendo que sua presença e suas ações influenciam o que está sendo filmado. Neste caso, o documentário não retrata uma realidade completamente objetiva e intocada, mas sim uma realidade modificada pela intervenção do documentarista. Isso destaca a importância da posição e do papel do idealizador no processo de criação do documentário.

Para além do que já foi posto, existem também duas questões que perpassam a história do documentário, de acordo com Nichols (2005). A primeira corresponde ao aparato técnico proporcionado pela fotografia e à sua possibilidade de captar, com certa fidelidade, o que acontece diante da câmera. Somada a isso, há o segundo aspecto, que diz respeito ao desejo dos primeiros cineastas de fazerem tais registros.

Logo, é possível perceber que a história do documentário apresenta vários aspectos que, juntos, foram criando condições para que este estilo fílmico ganhasse forma, pois “ninguém teve a intenção de construir uma tradição do documentário” (Nichols, 2005, p. 116). Nota-se que as circunstâncias foram criando condições para a constituição do gênero e, à medida que isso acontecia, o documentário foi desenvolvendo a sua própria identidade, com estilo e linguagem particulares.

2.2 Da Compreensão à Criação: Características e Conceitos de Documentário

A definição de documentário tem sido objeto de discussão entre estudiosos e cineastas ao longo dos anos, Ramos (2008, p. 21) contribui com essa discussão afirmando que “as fronteiras do documentário compõem um horizonte de difícil definição”. Desta forma, esse gênero cinematográfico, que busca retratar a realidade de maneira fiel e informativa, desafia a categorização fácil devido à sua natureza multifacetada. Assim, busca-se, aqui, organizar proposições de alguns pensadores da área, no sentido de compreender melhor os significados dados ao termo.

Nichols (2005, p. 46) afirma ser algo tão complexo quanto tentar definir amor ou cultura

A definição de “documentário” é sempre relativa ou comparativa. Assim como amor adquire significado em comparação com indiferença ou ódio, e cultura

adquire significado quando contrastada com barbárie ou caos, o documentário define-se pelo contraste com filme de ficção ou filme experimental e de vanguarda.

Assim, num primeiro momento, é possível notar que sua definição pode ser compreendida como algo relativo e comparativo. Algo que não pode se limitar a uma descrição absoluta, mas que é construída por meio da relação e contraste com outros gêneros, em especial, com a ficção.

Nesse sentido, Nichols (2005, p. 26) traça algumas distinções entre os gêneros, a começar por suas nomenclaturas. A ficção é o que ele chama de “documentário de satisfação de desejos”, enquanto o termo documentário é tido por ele como “documentários de representação social”. Em resumo, o primeiro diz respeito às produções que servem ao propósito de dar vida ao nosso imaginário, atendendo aos desejos mais fantasiosos e buscando tornar sonhos possibilidades. Enquanto o segundo, refere-se aos filmes que apresentam aspectos de um mundo crível, com elementos que são naturalmente identificados fora das telas, utilizando-se da realidade social compartilhada.

Percebe-se, portanto, formas distintas de fazer cinema, há dois segmentos com características próprias e que buscam atender às necessidades às quais se propõem. Dualidade que serve como perspectiva para que possamos compreender as dimensões de cada um desses estilos fílmicos, seja por meio de suas diferenças ou semelhanças. Logo, vale ressaltar que, por mais que ao longo do tempo ambos os gêneros tenham desenvolvido características particulares, existem casos de produções que não deixam claro a sua natureza, uma vez que fazem uso de elementos que em sua essência não pertencem àquele estilo. Como por exemplo, filmes de ficção que utilizam recursos comuns ao documentário e vice-versa.

Logo, como se pode observar, o próprio surgimento do documentário ocorre da junção dos *travelogues* com os elementos fílmicos que vinham sendo utilizados pela ficção. Assim cabe fazer uso da afirmação de que “todo filme é construído através da mesclagem entre real e ficcional” (Melo, 2002, p.3). Como é o caso de *A Bruxa de Blair* (1999), dirigido por Daniel Myrick e Eduardo Sánchez, um filme de caráter ficcional, que, na época, foi tido por alguns espectadores como um documentário devido aos registros que teria sido feito por cineastas amadores perdidos na floresta

o que justificaria o estilo de captura de imagens com câmera na mão, comum nos documentários, como forma de dar certo apelo realístico à narrativa.

Outro exemplo importante para essa discussão é um documentário que faz uso de elementos comuns nas ficções: *Jogo de Cena* (2007), do documentarista brasileiro Eduardo Coutinho. No início do filme, há um anúncio feito no jornal na intenção de recrutar mulheres que estivessem dispostas a compartilharem suas histórias de vida, o que induz o espectador a acreditar que as mulheres que aparecem no filme são aparentemente pessoas comuns, no entanto são atrizes famosas.

Coutinho intercala depoimentos do que seriam relatos feitos por mulheres anônimas e atrizes, fazendo com que se questione a natureza da narrativa: é de fato um documentário? Ao longo do filme é possível perceber o diretor interagindo com as atrizes e deixando claro que os seus relatos são encenações de histórias, ao que tudo indica, reais. Ao fazer isso, Coutinho põe em evidência reflexões sobre o próprio fazer documental, trabalhando seus limites, por meio de uma narrativa que combina aspectos da ficção com realidade.

Como bem menciona Cristina de Melo (2002), fazer uso de recursos que pertencem a ficção não desqualifica o caráter documental de uma obra, do mesmo modo que, se um filme ficcional faz uso do que seriam elementos comuns ao documentário, essa obra não deixa de ser uma ficção. Por isso, o fato de alguns filmes utilizarem registros históricos em suas tramas não necessariamente os qualificam como documentários. Por outro lado, nada impede que esses elementos sejam combinados. Nota-se, portanto, que para ambos os gêneros existem características que lhe são preponderantes, mas não exclusivas.

Sobre isso, Cristina de Melo (2002, p.1) acrescenta que a principal característica do documentário é seu “caráter autoral,” como uma “construção singular da realidade”. Tal característica é evidenciada por meio de elementos linguísticos-discursivos: 1) a forma “como se dá voz aos outros”; 2) a existência de “paráfrases discursivas”; e 3) um “efeito de sentido monofônico” (Melo, 2002, p.1). Segundo Melo (2002, p.3), os aspectos que melhor caracterizam o documentário são “registro in loco, não direção de atores, uso de cenários naturais, imagens de arquivo, etc.” São esses elementos que asseguram alguma legitimidade ao que é retratado no documentário.

Assim, destaca-se uma diferença importante do documentário mencionada por Melo (2002) em relação à ficção: o documentário não pode ser escrito ou planejado da mesma forma que o cinema de ficção. Enquanto os filmes ficcionais geralmente seguem um roteiro e uma estrutura pré-definidos, permitindo uma visão mais precisa do processo final, na produção documental não é possível ter certeza de como será a obra até sua conclusão de fato, embora os documentários também sejam normalmente roteirizados. Essa característica distingue o documentário de outros gêneros cinematográficos.

Daí, nota-se que o documentário está mais próximo de algo que não pode ser descrito com total precisão, até que esteja finalizado realmente, pois o diretor não sabe ao certo com que irá se deparar, pois ele está sujeito a relatos que, na maioria das vezes, não são roteirizados. Não sendo, portanto, possível ter o controle absoluto sobre o que os personagens irão dizer, como irão dizer ou até mesmo quais serão as suas atitudes ou reações diante de uma câmera ou de uma equipe de filmagem.

Ademais, a forma como um entrevistado relata a sua experiência no conforto do anonimato pode ser bem diferente do que vemos no filme. Por isso, depara-se com um produto construído em processo, em que só se tem certeza de seu resultado no momento final da cadeia de produção.

Por fim, destacam-se outras características imprescindíveis ao documentário. A primeira é a existência de um “discurso pessoal de um evento que prioriza exigências mínimas de verossimilhança, literalidade e registro *in loco*” (Melo, 2002, p. 5). Além do fato de que, por mais que o documentário possa parecer ser “um discurso sobre o real”, não se trata de um reflexo, mas de uma “construção da realidade social” (Melo, 2002, p. 6), pois há

[...] um processo ativo de fabricação de valores, significados e conceitos, pois, qualquer relato é sempre resultado de um trabalho de síntese, que envolve a seleção e ordenação de informações, e tal síntese pode variar dependendo da posição ideológica, social, cultural do sujeito que enuncia (Melo, 2002, p. 7).

Essa ideia está alinhada com a perspectiva de Da-Rin (2006) sobre o gênero documentário, em que ele emprega a metáfora do “espelho partido”. Nesse contexto, o documentário não se propõe a ser uma representação objetiva da realidade, mas sim em explorar a multiplicidade de perspectivas e fragmentos que compõem o

mundo. Logo, não é como se o documentário fosse um espelho que reflete a realidade tal como ela é. De modo análogo, Nichols (2005, p. 47), em um exercício de definição sobre o documentário, afirma “ele não é uma reprodução da realidade, é uma representação do mundo em que vivemos”.

Assim, percebe-se que o documentário não tem pretensão de ser um retrato fiel da realidade. Na verdade, estamos diante de um processo de subjetivação, no qual o idealizador busca, por meio de suas experiências, apresentar um determinado ponto de vista sobre um fato, assunto etc. Para cada indivíduo, a realidade apresenta-se de modo único, pois cada um observa o mundo a partir de uma perspectiva singular, moldada pelas circunstâncias e vivências que influenciam nossas interações com as coisas ao redor.

Ainda a esse respeito, Cristina de Melo (2002, p.9) pondera que “a subjetividade e a ideologia estão fortemente presentes na narrativa do documentário, oferecendo representações em forma de texto verbal, sons e imagens”. Logo, compreende-se estar diante de uma modalidade cinematográfica que se configura como mais um recurso para compreensão e análise da realidade.

Enquanto que na definição de Fernão Ramos (2008, p. 22), o gênero demonstra maior complexidade ao relacionar-se à mecânica assertiva da câmera:

[...] uma narrativa com imagens-câmera que estabelece *asserções* sobre mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo. A natureza das *imagens-câmera* e, principalmente, a *dimensão da tomada* através da qual as imagens são constituídas determinam a singularidade da narrativa documentária em meio a outros enunciados assertivos, escritos ou falados.

Podemos notar que um termo chave na conceituação de Ramos (2008) para o documentário é a palavra *asserções*, que, segundo o dicionário online, corresponde a “afirmações”, “assertivas” ou “certezas”. Do ponto de vista da linguística, também com base no dicionário, trata-se de um aspecto modal de uma declaração, que pode ser tanto positiva quanto negativa, em que a validade/veracidade é assumida pelo locutor. Sendo assim, Ramos (2008) aponta que o documentário é uma forma de narrativa que utiliza imagens capturadas pela câmera para estabelecer afirmações ou declarações sobre o mundo. Essas afirmações são transmitidas ao espectador, que recebe a narrativa documentária como uma asserção ou declaração sobre a realidade.

2.3 Documentário expositivo

Sendo assim, ao abordarmos a definição de documentário, conforme delineado por diversos autores, emerge a compreensão de seu caráter multifacetado e a complexidade que permeia o gênero. Este embasamento teórico proporciona uma base conceitual sólida para análise das escolhas técnicas adotadas na produção do documentário fruto desta pesquisa. Ao delinear as opções técnicas, visou-se não apenas a materialização do conteúdo, mas também a efetiva transmissão da mensagem proposta. Desta forma, a síntese entre a definição teórica do documentário e as escolhas técnicas implementadas revela-se crucial para uma compreensão abrangente do processo de criação e da natureza intrínseca desse gênero audiovisual.

A respeito desse gênero cabe mencionar também seus subgêneros baseados em Nichols (2005), tendo em vista que se optou por produzir um documentário mais expositivo. Os subgêneros citados pelo autor são: poético, expositivo, participativo, observativo, reflexivo e performático.

A ordem de sua cronologia segue o surgimento de cada um, mas que não determina a totalidade de uma produção, já que um filme pode incorporar características de mais de um desses modos. Os traços de um estilo podem ser dominantes, mas não determinam todos os aspectos da obra. Esses modos de representação documental emergiram em parte devido à insatisfação dos cineastas com o modelo anterior e também às possibilidades proporcionadas pelas tecnologias em desenvolvimento, bem como ao desejo de oferecer abordagens distintas para representar o mundo, conforme aponta Nichols (2005).

Nesse contexto, o modo expositivo apresenta como uma de suas principais particularidades o tom persuasivo, já que “esse modo agrupa fragmentos do mundo histórico numa estrutura mais retórica ou argumentativa do que estético ou poética” (Nichols, 2005, p.138). Aspecto que se traduz no documentário criado nesta pesquisa por meio da ênfase na transmissão de informações objetivas e na exposição de fatos, visto que o propósito do documentário é instigar reflexões críticas sobre a utilização das redes sociais, estimulando a conscientização e a discussão acerca da relevância da responsabilidade e do equilíbrio no contexto virtual.

Ademais, o modo apresenta características como o uso de imagens de arquivo, encenações em locações ou cenários e a participação de pessoas comuns como atores. Ele também depende de uma lógica informativa, transmitida verbalmente pela oralidade, em que as imagens servem de apoio ao que está sendo dito.

Da mesma forma, a montagem serve ao propósito de manter a coerência nos argumentos ou no ponto de vista apresentado, devido à sua capacidade de incorporar uma variedade de falas e perspectivas de maneira organizada e informativa, por meio da inclusão de múltiplas perspectivas, permitindo ao cineasta inserir e organizar informações de diversas fontes, incluindo entrevistas com especialistas, depoimentos de usuários das redes sociais e análises acadêmicas.

Por tudo isso, proporciona uma abordagem abrangente, apresentando uma gama de perspectivas sobre os temas abordados e que podem ser relacionados ao pensamento de Cristina de Melo (2002) sobre a polifonia de vozes, em que a múltiplas vozes apresentadas no documentário, servem ao propósito de demonstrar a visão do documentarista sobre o tema em questão.

Dessa forma, ao adotar uma abordagem expositiva é possível estruturar as diversas falas de maneira estruturada. Isso significa apresentar cada perspectiva de forma organizada, atestando que a diversidade de vozes seja incorporada sem perder a clareza na transmissão das informações.

Além disso, retomam-se também as reflexões de Melo (2002, p.1) quanto aos aspectos linguísticos-discursivos que evidenciam o caráter autoral dos documentários e demonstram como estes estão incorporados ao trabalho desenvolvido.

Primeiramente, destaca-se a forma como se decidiu “dar voz aos outros”. Foi realizado alinhamento da fala dos entrevistados com a perspectiva daquele que cria o documentário, uma vez que a ideia por trás do pensamento de Cristina de Melo (2002) trata-se de permitir que outras pessoas expressem suas opiniões ou pontos de vista, enquanto o autor, ao mesmo tempo, destaca a sua própria posição ou perspectiva em relação ao que essas outras pessoas estão dizendo. Referindo-se ao conceito de polifonia das vozes, o filme em questão ilustra essa ideia ao retratar as diversas perspectivas associadas a diferentes faixas etárias. A exemplo dos usuários das redes: Gabrielle Serra, com 23 anos; Kaio Lima, com 33 anos; e Raimundo Nonato, com 60 anos. Além das diferenças de perspectiva entre os professores que estudam

as redes sociais, em que a professora Rakel Castro passa longas horas nessas plataformas, estudando e entendendo seu funcionamento, enquanto o professor Márcio Carneiro prefere dedicar menos tempo pessoal às redes sociais, mesmo estudando-as. Por fim, optou-se por uma divisão igual no número de entrevistados homens e mulheres.

As chamadas “paráfrases discursivas” estão presentes no filme tendo em vista que não foi utilizado o recurso da “voz de Deus” ou voz over, que funciona como uma espécie de narrador comum ao modelo expositivo. O recurso da narração auxilia no alinhamento dos depoimentos, conferindo a eles coerência. No entanto, em documentários em que o recurso da voz do narrador não se faz presente é comum o uso de paráfrases⁴, postas por meio do encadeamento dos depoimentos, em que as falas complementam ou contrapõem o que já foi dito por outros enunciadores, expondo os depoimentos numa sequência que dão uniformidade a narrativa. Enquanto que o “efeito de sentido monofônico” refere-se à possibilidade de se questionar a polifonia das vozes discursivas presentes no documentário, considerando que essas vozes partem de um mesmo referencial, criando esse efeito de monofonia.

No que diz respeito ao uso dos demais recursos que Melo (2002, p.3) menciona, como “registro *in loco*, não direção de atores, uso de cenários naturais e imagens de arquivo”, procedeu-se da maneira descrita adiante.

Quanto ao registro *in loco*, é preciso mencionar que o sentido aqui adotado está como localização espaço-temporal. Assim, os registros feitos encontram-se no tempo e espaço em que os fatos retratados são contemporâneos à produção do documentário, uma vez que são acontecimentos que estamos vivenciando por meio da era da informação.

Destaca-se, também, que diferentemente de uma produção ficcional, em que todos os atores são devidamente instruídos a agirem exatamente conforme as orientações do diretor, no documentário isso não é necessário.

⁴ Paráfrases são a reformulação ou reexpressão de uma ideia usando diferentes palavras ou estruturas de frases para esclarecer ou enfatizar uma mensagem.

Quanto aos usos dos cenários, foram utilizados cenários naturais, gravando na casa dos entrevistados ou por meio do Google Meet, serviço de comunicação por vídeo desenvolvido pelo Google.

E, por fim, sobre o uso das imagens de arquivo, comum ao modo expositivo, foram utilizadas imagens da internet, trechos de vídeos do Youtube, capturas de telas das redes sociais dos usuários entrevistados, prints de manchetes jornalísticas, entre outros meios.

Retomando aos procedimentos presentes no modo expositivo, o subgênero nos permite apresentar conclusões claras e, dentro possível, expor recomendações para lidar com os problemas identificados. Contribuindo para uma mensagem final clara e direcionada, fornecendo ao público não apenas informações, mas também possíveis soluções e reconhecendo que não existem respostas definitivas para sanar as dificuldades elaboradas na etapa de pesquisa do documentário.

Logo, o subgênero expositivo proposto por Nichols (2005) auxilia a apresentar argumentos claros e estruturados sobre o tema que decidiu-se abordar. Por meio dos subgêneros, é proporcionada uma estrutura e categorização para entender as diversas abordagens e estilos presentes nessa forma de expressão audiovisual.

Ao classificar os subgêneros do documentário, Nichols (2005) permite que sejam compreendidas características distintas de cada um desses modos, em que é possível identificar métodos narrativos diferentes, bem como formas distintas de representar a realidade e transmitir uma mensagem.

3 IMPLICAÇÕES DAS REDES SOCIAIS ONLINE: USO DE DADOS, FAKE NEWS E POLARIZAÇÃO POLÍTICA

“Se você não está pagando pelo produto, você é o produto”. A frase dita por Andrew Lewis, no documentário *O Dilema das Redes*, de 2020, dirigido por Jeff Orlowski, evidencia como as empresas de tecnologia, em especial as que estão ligadas às redes sociais online, lucram mesmo não cobrando um centavo de seus usuários.

Isso ocorre porque a forma como essas empresas lucram está pautada por um sistema em que seus clientes são, na verdade, os anunciantes. São eles que pagam para ter suas publicidades e marcas inseridas naquele meio, com inúmeros consumidores em potencial: nós, os usuários das redes.

Talvez muitos já tenham ouvido a frase “a publicidade é a alma do negócio” e, de fato, a publicidade é um mecanismo muito utilizado para se chegar até os clientes e impulsionar vendas de produtos e serviços. No entanto, não é apenas por meio da publicidade que redes sociais como Instagram ou Facebook conseguem lucrar, mas também por meio dos dados dos usuários que passam a ter um valor inestimável no mercado digital.

Por essa razão, o sistema de mercado por trás dessas empresas de tecnologias, particularmente as que desenvolvem redes sociais, funciona de modo que os clientes finais sejam os anunciantes e não os usuários, como aponta Andrew Lewis (2020).

Com o advento da internet, as redes sociais têm se tornado cada vez mais atraentes para os negócios, pois são um espaço ideal para alcançar um amplo público-alvo, promover produtos e serviços, interagir diretamente com os clientes, construir e fortalecer a marca, além de realizar campanhas de marketing direcionadas e mensurar os resultados em tempo real.

Como aponta uma pesquisa realizada pela RD Station (2022)⁵, são nas redes sociais onde as pessoas passam boa parte do seu tempo, pois quando se trata dos hábitos de uso da internet em todo o mundo, as redes sociais estão em segundo lugar,

⁵ Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/estatisticas-redes-sociais/>. Acesso: 10 ago. 2023.

com 95,2% dos usuários acessando-as, ficando apenas atrás dos sites e aplicativos de troca de mensagens, que alcançam 95,5% de utilização.

Além disso, a pesquisa demonstrou que anúncios em redes sociais estão em quarto lugar entre as principais maneiras de descobrir uma nova marca, produto ou serviço no mundo, apontado por 27,6% dos usuários de internet. A liderança é ocupada pela publicidade na TV, com 31,4%, seguida pelo uso de ferramentas de busca, com 31,3%, e recomendações de amigos e familiares, com 28,6%. Tais fatores explicam, em partes, por que empresas como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok e outras não apenas competem, mas também conseguem reter a atenção dos usuários.

De fato, as redes sociais conseguem capturar a atenção de seus públicos por longos períodos por meio de ferramentas sofisticadas de sedução, aproveitando-se da vasta quantidade de informações que essas plataformas detêm sobre os indivíduos. Utilizando esses dados, as redes são capazes de persuadir e manipular, mantendo os usuários engajados ao sugerirem conteúdos alinhados com os gostos pessoais deles, preferências e personalidade.

Essencialmente, essas empresas possuem um conhecimento profundo dos comportamentos e interesses do usuário. Como ressalta Empoli (2022, p. 155), “a única coisa que lhes interessa é o engajamento - o tempo que cada usuário passa na plataforma”. Sendo assim, as informações pessoais dos usuários são utilizadas para publicidade direcionada e maximização de produtos e serviços.

No entanto, os dados pessoais também são um produto em si, sendo a principal *commodity* do mercado digital, por meio do que Shoshana Zuboff (2021) define como “capitalismo de vigilância”, conceituado, basicamente, como um modelo econômico em que empresas coletam, analisam e comercializam dados pessoais dos usuários para prever e influenciar comportamentos, maximizando lucros objetivando controle e manipulação da informação.

A vasta quantidade de informações pessoais que essas plataformas detêm permite que elas sugiram conteúdos altamente personalizados e engajadores, gerando consequências que reforçam uma visão de mundo baseada em mentiras e desinformação, como é o caso das *fake news*. As redes sociais se apresentam como um ambiente favorável para a disseminação desse tipo de conteúdo, aumentando exponencialmente o seu alcance. Isso ocorre porque é muito fácil criar conteúdo na

internet, esse conteúdo espalha-se muito rapidamente devido à dificuldade de verificação e ao fato de reforçarem crenças e preferências dos usuários.

A estrutura das redes sociais, combinada com a natureza viral e emocionalmente carregada das fake news, cria um ambiente propício para a intensificação da polarização política globalmente. As redes sociais desempenham um papel central nesse processo, atuando como câmaras de eco. Essas plataformas expõem os usuários principalmente a opiniões que reforçam suas crenças, devido ao fenômeno das bolhas de filtro.

Nesse contexto, os indivíduos são mais propensos a serem expostos a informações que corroboram suas próprias opiniões, em vez de uma variedade mais ampla de perspectivas divergentes. Além disso, informações falsas ou enganosas, favorecidas por algoritmos que priorizam conteúdos de alto engajamento, também contribuem significativamente para a polarização.

Outrossim, os algoritmos das redes sociais reforçam a exposição a pontos de vista extremistas, propagando discursos de ódio e extremismo. O anonimato permitido por algumas redes facilita a disseminação de discursos de ódio e desinformação, fortalecendo a divisão entre os usuários. A promoção de conteúdos partidários e sensacionalistas reforça preconceitos e ideologias radicais, enquanto a desinformação estratégica e a deslegitimação do discurso público aumentam a divisão e o antagonismo entre diferentes grupos políticos.

3.1 Impacto das Redes Sociais Online: Uso de Dados Pessoais

O fornecimento e o compartilhamento de informações pessoais como requisito para acessar produtos, serviços e participar de atividades online têm se tornado cada vez mais comum, tendo em vista que “em cada interação, postagem, compra ou busca, os usuários revelam algo mais a respeito de si mesmos; informação que se tornou a *commodity* mais valiosa do mundo” (D’Ancona, 2018, p.51).

Esse fenômeno está associado ao que Zuboff (2021) descreve como “capitalismo de vigilância”, no qual empresas coletam dados pessoais dos usuários por meio de dispositivos digitais e plataformas online para obtenção de lucros. Tornando as empresas de tecnologias como Google, Facebook, Amazon e outras, as

organizações mais ricas do mundo. Segundo Kaiser (2019), a razão pela qual essas empresas são as mais poderosas do mundo é que, no último ano, os dados superaram o petróleo em valor, tornando-se o recurso mais valioso da Terra.

Nesse sentido, é pertinente ressaltar a relevância das redes sociais como fontes de dados no contexto digital. Segundo Machado (2018, s/p), redes sociais online são: "serviços com o intuito de proporcionar uma interface de relacionamento entre indivíduos". Embora constituam apenas uma parcela do vasto ambiente digital, as redes sociais desempenham um papel substancial, devido à sua ampla disseminação global e ao tempo considerável dedicado por parte de seus utilizadores.

Segundo uma pesquisa feita pelo Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPER), em 2022, as plataformas sociais com maior número de usuários são: Facebook, com 2,910 bilhões; YouTube, com 2,562 bilhões e WhatsApp, com 2 bilhões. Para mais, o tempo que os internautas passam online, cerca de 35%, é dedicado às redes sociais.

Com bilhões de indivíduos conectados a essas plataformas em escala mundial, as redes sociais emergem como uma fonte preciosa para coleta de informações, posto que as interações dos usuários nas redes sociais geram uma variedade de dados, incluindo informações demográficas, interesses, preferências, opiniões e comportamentos. Portanto, as redes sociais são vistas como uma fonte rica de informações que pode ser explorada para diversos fins, como análise de mercado, personalização de conteúdo, publicidade direcionada e, sobretudo, maximização dos lucros de diversas empresas.

No entanto, vale mencionar que essa prática pode ser vantajosa tanto para as organizações quanto para os usuários. Por um lado, os usuários podem usufruir de anúncios mais pertinentes e de recomendações personalizadas, enquanto, por outro lado, as organizações podem otimizar a eficácia de suas estratégias de marketing e criar produtos ou serviços mais alinhados com as exigências dos consumidores.

Todavia, também expõe preocupações pertinentes sobre privacidade, segurança de dados e potencial abuso por parte das empresas. Em muitas ocasiões, os usuários não possuem controle absoluto sobre como seus dados são coletados, armazenados, compartilhados e usados pelas redes sociais. Isso pode resultar em violação de privacidade, exposição a riscos de segurança cibernética e até mesmo

manipulação do comportamento do usuário sem o seu conhecimento ou consentimento.

Deste modo, já que a coleta de dados pessoais se torna cada vez mais comum, é de extrema importância que as organizações assumam práticas transparentes e éticas de coletas e uso de dados. Além disso, é fundamental garantir que os usuários mantenham controle sobre suas informações pessoais e sejam devidamente informados acerca dos propósitos para os quais tais dados são utilizados.

3.1.1 Mas o que são os dados pessoais?

Segundo uma pesquisa realizada pelo Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), existe no contexto digital uma prática denominada de perfilização, que consiste na construção de perfis dos usuários com base em inúmeras informações pessoais acessíveis no ambiente virtual. Sendo um dos processos pelos quais as plataformas de redes sociais e outras entidades são capazes de adquirir um conhecimento vasto sobre os usuários. Fenômeno que está intimamente associado a um ativo muito valioso na economia digital: os dados pessoais.

O conceito de dados pessoais pode ser definido por meio da Lei nº 13.709/2018, também conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados, ou LGPD. Segundo ela, dados pessoais são “informações relacionadas a pessoas naturais identificadas ou identificáveis.” As “informações”, neste caso, podem ser tanto de natureza objetiva, como o nome ou idade de um indivíduo, ou subjetiva, como uma opinião. Enquanto o termo “pessoa natural” significa que a informação deve estar associada a um indivíduo humano.

E para que um dado possa ser “relacionado” a um indivíduo é necessário atender a um dos seguintes critérios: (i) se relacionar a um conteúdo sobre o indivíduo; (ii) ter a finalidade de avaliar um indivíduo ou seu comportamento ou (iii) ter um impacto sobre interesses ou direitos do indivíduo.

Já o conceito “identificada” significa que é possível associar diretamente uma informação a um indivíduo específico, como por exemplo, o nome completo da pessoa. Enquanto que “identificável” significa que a ligação é indireta, pois para que

o indivíduo possa ser identificado são necessários cruzamentos de dados, como identificadores de endereço ou telefone da pessoa.

Compreender o conceito de dados pessoais é um passo importante para se ter consciência do cenário em que estas informações tão relevantes estão inseridas. No entanto, também é necessário entender como esses dados são coletados, armazenados e o que de fato é feito com as informações dos indivíduos.

Segundo o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), a economia do ciberespaço está intrinsecamente ligada à manipulação dos dados pessoais dos usuários. Qualquer intercâmbio comercial realizado na esfera digital, seja na oferta de um serviço ou na comercialização de um produto, requer o processamento desses dados, incluindo sua coleta, análise e, até mesmo, o descarte.

Os dados pessoais são coletados por meio de qualquer interação dos indivíduos com o meio digital. Isso pode ocorrer ao publicar um conteúdo em uma rede social, como, por exemplo, uma foto, um vídeo ou um texto. Também acontece quando um indivíduo faz um cadastro em algum site ou aplicativo para solicitar a compra de um produto ou serviço, ou durante a navegação em sites ou aplicativos que utilizam *cookies*.

Esses *cookies*, diferentemente do que algumas pessoas estão acostumadas, nesse contexto, não são bolachas com gotas de chocolate, mas sim ferramentas para coleta de dados. De acordo com o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), os *cookies* possibilitam o rastreamento das atividades online do usuário, identificando padrões de comportamento e preferências, e construindo um perfil detalhado que pode ser empregado para uma ampla gama de propósitos.

Há também a ferramenta *Buzzsumo*, um software que permite que profissionais de marketing façam buscas sobre os assuntos mais consumidos e compartilhados na internet. A ferramenta possui recursos que permitem descobrir quais são os conteúdos mais compartilhados; rastrear marcas, concorrentes e *backlinks*; identificar influenciadores e links compartilhados por eles, além de gerar relatórios de análise por assunto e outros filtros. O programa permite identificar o que foi compartilhado nas redes sociais, porém apenas os perfis e não as postagens. Mesmo assim, o software permite uma análise mais direcionada do que está sendo compartilhado nas redes sociais.

Segundo Machado (2018), devido à quantidade exacerbada de informações que as empresas por trás do desenvolvimento de inúmeras redes sociais possuem, é necessário um direcionamento sobre quais dados são relevantes e como serão utilizados para alcançar determinados objetivos por parte das organizações. Processo que é denominado de *Big Data Analytics*, que transforma a vasta quantidade de dados em informações úteis às corporações. Comum às principais corporações globais, tais como Google, Apple, Facebook, Amazon e outras, tendo em vista que o método fornece grandes quantidade de dados com mais facilidade, além de fornecerem subsídios importantes para estratégias de negócios.

Logo, fica evidente que são aplicadas técnicas de análise de *Big Data* para extrair *insights* significativos desses grandes volumes de dados. Por mais que não haja um consenso sobre o conceito de *Big Data*, o *Gartner Group* (2012, s/p) afirma: “Big Data, em geral, é definido como ativos de alto volume, velocidade e variedade de informação que exigem custo-benefício, de formas inovadoras de processamento de informações para maior visibilidade e tomada de decisão.” Trata-se de um grande volume de dados utilizado para os mais diversos tipos de propósitos imagináveis, seja para valorização de negócios, pesquisas na área da ciência, controles de governos, maior retenção das plataformas digitais e para sociedade em geral. Os dados provenientes das redes sociais representam uma parcela do conjunto de informações que constitui o fenômeno da *Big Data*.

Ainda sobre isso, existem duas formas de se coletar dados das redes sociais, de acordo com Machado (2018). A primeira abordagem envolve identificar termos e coletar citações desses termos no passado. Enquanto que a segunda fundamenta-se em um modelo de *streaming*, no qual a aplicação desenvolvida opera como um observador passivo da rede, como uma espécie de “ouvinte”, capturando os dados à medida que são gerados.

Um exemplo é o caso da estratégia conhecida como *Social Listening*, traduzido como “ouvinte social”. A técnica não apenas funciona como uma espécie de “ouvinte” das redes sociais, mas também coleta conteúdos sobre tudo que é mencionado sobre um produto, serviço ou marca. Além de classificar e analisar as menções tipificando suas origens e prováveis segmentos de negócios onde podem estar ocorrendo ou se referindo. Por se tratar de uma técnica que não apenas coleta dados, mas também

analisa os dados das redes sociais, o *Social Listening* acaba sendo muito requisitado para os mais diversos tipos de campanhas de marketing.

Sendo assim, é pertinente mencionar os diversos tipos de dados coletados pelas empresas responsáveis pelo desenvolvimento de redes sociais, segundo Machado (2018): clique em anúncios; informações do dispositivos; reconhecimento facial; servidor de acesso; localização; histórico de busca realizado; perfil do usuário; mecanismo de busca; aplicações de terceiros; modo de utilização de dados; integração entre múltiplas contas; notificações; conteúdo personalizado; publicidade segmentada, além de outros dados. As maiores empresas do mundo, Google, Apple, Facebook, Amazon e Yahoo, utilizam todos os tipos e métodos, além dos dados de todas as formas analisadas.

A partir da coleta desses dados, existem os processos de armazenamento, organização e análise. Machado (2018), descreve as etapas desses processos. Para garantir a segurança do armazenamento dos dados, esses são distribuídos em diversos sistemas e servidores, assegurando a disponibilidade de backups automáticos para cada conjunto de informações retidas. Prática que requer a utilização de infraestrutura física ou a adoção de serviços em nuvem.

Enquanto a organização consiste na classificação e na disposição dos dados de maneira estruturada, não estruturada e semiestruturada. Essa organização tem o intuito de facilitar o acesso e análise das informações por meio de tecnologias específicas, como NoSQL e Hadoop. Tecnologias que são importantes para lidar com grandes volumes de dados de diferentes formatos, permitindo uma análise mais eficiente e abrangente.

Por fim, na etapa de análise, ocorre a extração das informações relevantes e a interpretação desses dados com base em conceitos de negócios e estatísticas. O propósito é identificar e selecionar os dados que são verdadeiramente úteis para apoiar o processo de tomada de decisão.

Analisa-se, portanto, que existem implicações éticas quanto ao excesso de informações pessoais que são coletadas dos usuários. Tendo em vista que qualquer interação com o meio digital é suficiente para coletar dados, podendo ultrapassar os limites da privacidade dos utilizadores. Há, ainda, a falta de consentimento informado, posto que os usuários muitas vezes não estão totalmente cientes da extensão das

informações coletadas e de como serão utilizadas. Existe, principalmente, os riscos de manipulação, para fins mercadológicos, seja com publicidade direcionada, conteúdo personalizado ou até mesmo influência política.

Sendo assim, tais considerações refletem a necessidade de uma abordagem mais ética e transparente no tratamento das informações dos usuários, visando proteger sua privacidade e garantir sua autonomia online.

3.1.2 Uso de dados pessoais dos usuários das redes sociais online para fins mercadológicos

A utilização de dados pessoais dos usuários das redes sociais online para fins comerciais tornou-se uma prática comum e cada vez mais proeminente na era digital. O advento das tecnologias online e a expansão das plataformas de mídia social, contribuíram para um mercado conhecido como “capitalismo de vigilância”, termo cunhado por Shoshana Zuboff (2021), em que o modelo de negócios de várias empresas se baseia na extração de dados dos usuários que, como já mencionado, nas maiorias das vezes, não possuem o conhecimento ou consentimento explícito sobre tal prática.

Por tanto, cabe uma análise mais profunda sobre a maneira que o “capitalismo de vigilância” opera. Segundo Shoshana Zuboff (2021), o conceito refere-se à prática de coletar dados comportamentais das pessoas sem seu consentimento explícito, tratando a experiência humana como matéria-prima gratuita. Esses dados são parcialmente usados para melhorar produtos e serviços, mas a maior parte é transformada em "superávit comportamental", alimentando sistemas avançados de "inteligência de máquina". Esses sistemas produzem previsões sobre o comportamento futuro dos indivíduos, que são então vendidos em novos mercados dedicados a essas predições. Os capitalistas de vigilância acumulam grandes fortunas com essas operações, pois muitas empresas estão dispostas a investir na previsão do comportamento futuro das pessoas.

Como se pode observar, parte dos dados que são coletados pelas tecnologias digitais são utilizados para a melhoria da experiência do consumidor. No entanto, o restante são excedentes que dizem muito sobre o comportamento de seus usuários,

de modo que é possível prever as ações daqueles indivíduos e criar um mercado em torno disso para que empresas possam lucrar cada vez mais.

Essa prática mostra-se preocupante, uma vez que a autonomia dos consumidores não é levada em consideração. Na verdade, eles são persuadidos e manipulados a comprar um produto ou serviço, adotar determinados comportamentos de consumo, passar mais tempo nas redes sociais, clicar em anúncios direcionados, compartilhar mais informações pessoais e até mesmo moldar suas opiniões e visões de mundo de acordo com os interesses das empresas e plataformas digitais.

Essas condutas ferem inúmeros princípios morais, como o respeito à privacidade. A coleta excessiva e não autorizada desses dados viola a privacidade dos usuários, que têm o direito de controlar suas informações pessoais e decidir quem pode acessá-las. Além de prejudicar a liberdade de escolha e autonomia dos indivíduos, pois suas decisões são influenciadas em vez de serem tomadas de forma livre e informada. Ademais, a falta de transparência e honestidade compromete a confiança dos usuários nas empresas e plataformas digitais, além de poder ampliar desigualdades sociais e econômicas, favorecendo certos grupos em detrimento de outros.

É crucial, com base nisso, que as empresas garantam que o uso de dados pessoais seja ético, transparente e esteja em conformidade com a lei e regulamentos vigentes, pois o comprometimento com práticas antiéticas compromete a responsabilidade social das empresas.

Os avanços em tecnologias digitais têm sido um fator determinante na evolução das estratégias de marketing. Devido a essas transformações, as empresas precisam ajustar suas abordagens de marketing para acompanhar o ritmo das mudanças e permanecerem relevantes no mercado. Sobre isso, Kotler (2021, p.19), discute cinco formas em que a tecnologia pode impulsionar as práticas de marketing.

A primeira refere-se a “1) Tomar decisões mais informadas com base em big data.”, pois a big data fornece um gama de informações, através dos vários rastros deixados no ambiente virtual, incluindo postagens nas redes sociais, permitindo que os profissionais do marketing possam estabelecer um perfil do cliente de modo mais particular, possibilitando um marketing mais direcionado.

Já a segunda traz a necessidade de “2) Prever resultados de estratégias e táticas de marketing.” já que por meio de análise de dados por inteligência artificial, é possível prever o desempenho de produtos e campanhas antes mesmo de serem lançados, permitindo que os profissionais da área obtenham mais sucessos do que fracassos.

A terceira forma afirma que se deve “3) Trazer para o mundo físico a experiência do contexto digital.”. Os recursos como *leading pages* personalizadas, anúncios mais pertinentes e conteúdo customizado, permitem aos profissionais de marketing proporcionar experiências com mais contexto. Além da utilização de tecnologias de aparelhos e sensores conectados, possibilitando que empresas “levem pontos de contatos contextuais para o espaço físico.” Os sensores informam aos profissionais de marketing quem são os clientes que estão entrando nas lojas, permitindo um atendimento mais personalizado;

No mesmo sentido, a quarta maneira fala em “4) Aumentar a capacidade dos profissionais de marketing na linha de frente de entregar valor.” A utilização de recursos como, IA, PLN, *Chatbots*, realidade aumentada e realidade virtual, permitem que alguns dos profissionais de marketing, possam focar “na entrega de interações sociais fortemente cobiçadas apenas quando for necessário.”.

Por fim, a quinta maneira de usar a tecnologia é “5) Acelerar a execução de marketing.” Com a volatilidade imposta pelas tecnologias que modificam as preferências dos consumidores que vivem conectados, são necessários meios tecnológicos para agilizar os processos de marketing, como é o caso da aplicação de plataformas de códigos abertos ou até mesmo o uso de tecnologias que permitem “rápidas experiências de mercado e a validação em tempo real”.

A implementação dos recursos mencionados demonstra o esforço que os profissionais de marketing têm buscado em, cada vez mais, aperfeiçoarem técnicas e estratégias que otimizem mais seus resultados e, conseqüentemente, possam gerar mais lucros. Afinal de contas, o meio digital tem mudado com muita velocidade o cenário da propaganda e da publicidade, uma vez que antes as informações coletadas para o desenvolvimento de técnicas de marketing eram mais escassas, enquanto que hoje as tecnologias permitem uma infinidade de informações.

Ademais, as tecnologias também proporcionam formas mais eficientes na veiculação de propagandas, que antes se limitavam a publicidades em jornais, revistas, panfletos, comerciais em televisão, rádio, outdoors e outros. Enquanto que hoje existe a publicidade digital, feita em sites, blogs, aplicativos, e-mails personalizados etc. Além, é claro, das redes sociais, com anúncios pagos em plataformas como Facebook, Instagram, X (antigo Twitter), TikTok, bem como influenciadores digitais promovendo produtos em seus perfis, publicidades em vídeos e outras plataformas de streaming.

O papel das redes sociais no contexto do capitalismo de vigilância tem adquirido uma importância crescente, especialmente à medida que se tornam mais integradas e amplamente difundidas nas interações cotidianas das pessoas. De acordo com Zuboff (2021), o capitalismo de vigilância tem o seu início com o Google, já que foi a empresa que inventou e aperfeiçoou a prática comercial, desfrutando de recursos imensuráveis para pesquisa e desenvolvimento.

No entanto, muitas outras organizações também estão adotando e expandindo o capitalismo de vigilância, tornando-se agentes importantes nesse novo paradigma econômico. Como é o caso do Facebook, que, ao longo de vários anos, vem realizando experiências com seus usuários, demonstrando, em parte, como o capitalismo de vigilância funciona e as inúmeras implicações éticas decorrentes do mau uso dos dados de seus usuários.

Sendo assim, serão mencionados adiante dois exemplos realizados pela plataforma que demonstram suas incursões experimentais em modificação de comportamento e manipulação emocional, apresentados por Zuboff (2021).

O primeiro caso aconteceu em 2010, em que pesquisadores do Facebook conduziram um estudo controlado durante a fase final das eleições na metade do mandato presidencial para o Congresso dos Estados Unidos, naquele mesmo ano. Os pesquisadores manipularam os conteúdos sociais e as informações relacionadas com a votação nos feeds de notícias de aproximadamente 61 milhões de usuários da rede enquanto estabeleciam um grupo de controle.

Na ocasião, foram divididos três grupos. O primeiro grupo recebeu uma declaração em seu feed de notícias incentivando os usuários a votarem. Com informações sobre o local de votação, um botão que poderia ser acionado com a frase

“Eu votei”, um contador que indicava o número de usuários da plataforma que compartilharam ter votado e seis fotos de perfis de amigos daquele usuário específico que já haviam clicado no botão “Eu votei”. O segundo grupo recebia as mesmas informações, mas sem as fotos dos amigos. E o terceiro grupo não recebia nenhuma mensagem especial.

O experimento demonstrou que as mensagens manipuladas levam às urnas 60 mil eleitores adicionais naquelas eleições, além de 280 mil que, por conta do “contágio social”, depositaram seus votos nas urnas, somando ao todo 340 mil votos adicionais. Os pesquisadores concluíram que a influência social é relevante na hora de implementar mudanças de comportamento e que ações no mundo virtual possuem consequências no mundo real e como isso tem relação com a compreensão sobre o papel das redes sociais online na sociedade.

Outro exemplo trata-se de um documento confidencial obtido pela imprensa australiana em 2017. O documento é composto por 23 páginas escritas naquele mesmo ano por dois executivos do Facebook e dirigido para os anunciantes na Austrália e na Nova Zelândia. O arquivo descreveu como a empresa fazia para obter “*insights* psicológicos” de 6,4 milhões de estudantes do ensino médio e superior, além de jovens que já estavam no mercado de trabalho de ambos os países. O relatório detalhou as formas como o Facebook utiliza as informações de superávit comportamental para identificar o momento exato que um jovem precisava de “reforço em sua autoconfiança” e, logo, estava mais suscetível a receber anúncios específicos.

A partir desses exemplos, é nítido que empresas como o Facebook buscam explorar ao máximo a coleta de dados dos usuários visando a obtenção de lucro, mesmo que tal prática suscite questionamentos éticos, pois, como menciona Empoli (2022), essas empresas adotam diversas estratégias para tal fim, não se limitando apenas à utilização direta dos dados para fins publicitários, mas também incorporando abordagens voltadas para questões políticas que também visam à geração de receitas, além de outros segmentos que possam ser lucrativos.

Essas práticas revelam não apenas a extensão do poder exercido por tais empresas sobre a vida de uma vasta quantidade de pessoas em escala global, mas também levantam preocupações quanto à privacidade dos dados dos usuários e ao

potencial impacto na formação de opiniões e comportamentos, com implicações significativas para a sociedade e o funcionamento da democracia.

Desse modo, torna-se evidente a importância quanto a preservação da privacidade e a necessidade da aplicação de princípios éticos no contexto da utilização das informações pessoais dos usuários das redes sociais, uma vez que as instituições responsáveis pelo desenvolvimento dessas plataformas detêm uma quantidade excessiva de dados sobre os indivíduos e que são utilizados sem escrúpulos.

Nesse contexto, a transparência e o controle sobre a coleta, o compartilhamento e o armazenamento de dados pessoais emergem como questões críticas, já que, conforme aponta o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), a ausência de conhecimento sobre quais informações são compartilhadas, com quais entidades e para quais finalidades, impede que os indivíduos expressem sua concordância ou discordância com esses usos secundários.

Além disso, a falta de clareza quanto à duração do armazenamento dos dados, os procedimentos para sua eliminação e as medidas de segurança adotadas para proteger os dados contra acessos não autorizados reforça a necessidade de transparência, proteção da privacidade e garantia do controle dos usuários sobre seus dados pessoais.

Os diversos aspectos mencionados estão intrinsecamente ligados aos desafios contemporâneos enfrentados pela sociedade, incluindo a disseminação de *fake news*, a polarização política e os impactos na democracia. A exploração indiscriminada dos dados dos usuários para fins lucrativos, sem considerar os princípios éticos e sem transparência adequada, pode alimentar um ambiente propício para a disseminação de desinformação e manipulação da opinião pública.

Destaca-se, também, que o uso estratégico desses dados pode agravar a polarização política ao direcionar conteúdos específicos para públicos segmentados, reforçando bolhas de opinião e criando divisões na sociedade. Esses fenômenos comprometem a integridade do processo democrático, minando a confiança dos cidadãos nas instituições e nos meios de comunicação, e comprometendo a formação de uma esfera pública saudável e pluralista. Portanto, a discussão sobre o uso ético e responsável dos dados pessoais nas redes sociais é essencial para garantir a

proteção da democracia e promover uma sociedade mais informada, engajada e inclusiva.

3.2 *Fake News*: Intersecção entre Redes Sociais e Desinformação

Nos últimos anos, o termo "fake news" tornou-se amplamente reconhecido entre as pessoas. Se antes muitos indivíduos talvez não compreendessem completamente o significado desse termo, atualmente é bastante provável que muitos tenham se deparado com situações em que receberam ou compartilharam informações não verídicas. No Brasil, quatro em cada dez pessoas afirmam receber informações falsas diariamente, conforme pesquisa realizada pelo Poynter Institute.

Fake news, segundo o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), pode ser definido como "informações falsas, imprecisas e/ou tendenciosas, divulgadas como se fossem notícias reais", comumente utilizadas para "legitimar um ponto de vista ou prejudicar uma pessoa". A expressão ganhou notoriedade global durante as eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2016, quando as campanhas eleitorais foram marcadas pela disseminação em larga escala de conteúdos falsos e sensacionalistas com teor político.

O fenômeno das fake news pode ser analisado também sob a ótica de outro fenômeno conhecido como pós-verdade, conforme explicado por D'Ancona (2018). Na pós-verdade, as emoções, crenças, narrativas pessoais e ideologias exercem mais influência na formação da opinião pública do que os fatos objetivos. Nesse contexto, as pessoas tendem a aceitar ou rejeitar informações com base em suas próprias concepções e visão de mundo, ao invés de avaliar a veracidade das informações com base em fatos e evidências sólidas.

Esse cenário favorece a propagação das fake news, que oferecem narrativas que reforçam as crenças pré-existentes dos indivíduos, contribuindo para a disseminação de desinformação. Como resultado, há um aumento da desconfiança nas instituições, uma intensificação da polarização política e um enfraquecimento do debate público.

A partir dessas reflexões, menciona-se que os indivíduos são influenciados a acreditar em informações falsas, destacando o papel dos vieses de confirmação nesse

processo. De acordo com a psicologia, os vieses de confirmação são padrões de pensamento que levam a mente humana a preferir informações que confirmam suas crenças pré-existentes e a desconfiar de informações que contradizem essas crenças. Isso porque, segundo Empoli (2022, p. 162), “o limiar de resistência face uma nova informação ou opinião varia de pessoa para pessoa. Alguns aceitam mais facilmente porque coincidem com as convicções que já cultivam, e outros têm um grau de resistência mais elevado”. Enquanto que Sharot (2018), afirma que esse fenômeno ocorre devido à tendência natural das pessoas de buscar informações que validem suas perspectivas, enquanto tendem a rejeitar aquelas que as desafiam.

Quando os indivíduos são confrontados com informações que contradizem suas opiniões, isso pode levá-las a formular contra-argumentos que reforcem ainda mais suas visões originais, fenômeno conhecido como “efeito bumerangue”. Logo, as emoções têm mais impacto do que argumentos baseados em fatos ao influenciar as pessoas. Esse viés cognitivo pode explicar, em parte, porque as pessoas são suscetíveis à manipulação por informações falsas, pois tendem a selecionar e aceitar as informações que se alinham com suas visões de mundo, mesmo que sejam inverídicas.

Mostrando a complexidade do assunto, traz-se para esta discussão o fato de que nem sempre as *fakes news* parecem óbvias ou facilmente identificáveis, uma vez que podem assumir diferentes formas e estratégias de apresentação. Sobre isso, Wardle (2017) afirma que existem sete tipos de conteúdo que são criados e compartilhados que evidenciam erros e desinformação: 1) sátiras e paródias, que ocorrem quando a informação não tem a intenção explícita de prejudicar, embora possua potencial para enganar as pessoas; 2) conteúdo enganoso, conceituado como usar informações que enganam as pessoas na intenção de enquadrar um problema ou um indivíduo; 3) conteúdo impostor, que acontece quando alguém ou algo se passa por uma fonte confiável, mas na realidade é falso ou fraudulento; 4) conteúdo fabricado, que é criado totalmente para ser falso na intenção de enganar e causar prejuízos; 5) conexão falsa, quando a informação apresentada de forma destacada ou chamativa não corresponde ao conteúdo real que está sendo apresentado; 6) contexto falso, em que informações genuínas compartilhadas juntamente com informações

contextuais falsas ou enganosas; 7) conteúdo manipulado, refere-se a manipulação de informações ou imagens genuínas com o objetivo de enganar o público.

Como se pode analisar, existem várias técnicas utilizadas para manipular e distorcer informações com diversos objetivos, porém todas essas práticas são prejudiciais às pessoas. As informações falsas e distorcidas representam um perigo para a vida dos indivíduos, visto que podem induzi-los a tomar decisões prejudiciais ou arriscadas com base em informações incorretas.

Há que se questionar também quanto às razões pelas quais conteúdos de desinformação são produzidos e compartilhados. De acordo com Wardle (2017), existem algumas motivações: jornalismo pobre; paródia com intuito de provocar; paixão; partidarismo; lucro; influência política ou poder; e propaganda. Cada uma dessas razões está em algum nível associado aos sete erros e desinformações anteriormente mencionados. Logo, é possível perceber que as motivações podem variar e incluir desde interesses políticos ou financeiros, até desejos de causar confusão ou manipular a opinião pública. Compreender tais razões é fundamental para desenvolver estratégias eficazes de combate à desinformação.

3.2.1 Redes sociais online e propagação de Fake News

Embora a construção de narrativas para influenciar a opinião pública seja uma prática política antiga e as Fakes News tenham precedentes em diferentes períodos e lugares ao longo da história, sua frequência e alcance têm aumentado consideravelmente nos últimos anos, conforme afirmam Amaral e Santos (2019).

Sendo assim, podemos mencionar o papel que as redes sociais online desempenham na propagação das fake news devido à sua capacidade de disseminar informações de forma rápida e ampla. De acordo com o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), essas plataformas proporcionam um ambiente propício para a disseminação de notícias falsas devido à facilidade de compartilhamento de conteúdo, a falta de verificações rigorosas de veracidade e a propensão dos algoritmos a promoverem conteúdos que geram engajamento, muitas vezes priorizando sensacionalismo em detrimento da precisão jornalística.

Com o surgimento das redes sociais online, alguns papéis passaram a ser invertidos quando se trata do processo de informar as pessoas. Pois como afirmam Delmazo e Valente (2018), o aumento do consumo de notícias por meio de plataformas sociais está gerando uma nova forma de concorrência com os meios de comunicação tradicionais.

Segundo Empoli (2022, p. 163), “hoje, a ideia de uma esfera pública na qual todos são expostos às mesmas informações, como era antes com as leituras de jornais e o ritual do noticiário televisivo, praticamente não existe mais”. Segundo uma pesquisa feita pela RD Station (2022), ler notícias está na lista dos brasileiros como uma das principais razões para se utilizar as redes sociais com 57,4%. Enquanto que as redes sociais onde as pessoas mais buscam se informar são: Facebook, com 44%; YouTube, com 30%; Instagram, com 17%; Twitter, com 13%; TikTok, com 7% e LinkedIn, com 4%. Dados que demonstram que muitas pessoas buscam se informar através das plataformas sociais, tornando-as suscetíveis a informações falsas, uma vez que o ambiente das redes sociais proporciona condições favoráveis para a propagação de fake news.

Além do mais, conforme apontam Amaral e Santos (2019), habitualmente o processo de seleção e difusão da informação que é disponibilizada ao público por meio de determinados meios de comunicação, recai sobre os jornalistas e editores, que seguem uma série de protocolos que atestam a veracidade daquelas informações.

Desse modo, a realidade social apresentada por meio dessa mediação é considerada mais próxima da realidade. Contudo, o ambiente digital, em especial, as redes sociais online, suprime essa intermediação, possibilitando a qualquer indivíduo a criação e disseminação de informações na rede, frequentemente sem o compromisso de qualquer valor moral, conforme Amaral e Santos (2019).

Como consequência, as redes sociais criam bolhas de filtro, onde os usuários são expostos principalmente a conteúdos que confirmam suas crenças e visões de mundo, aumentando a propensão à aceitação acrítica de informações que confirmem seus preconceitos. Conforme destaca Empoli (2022, p.175), “cada uma marcha dentro de sua própria bolha, no interior da qual certas vozes se fazem ouvir mais do que outras e alguns fatos existem mais do que os outros”. Isto porque, embora as redes

sociais sejam espaços onde a informação circula livremente, o acesso à informação por parte dos usuários é de certa forma limitada, pois a disseminação de conteúdos que são sugeridos para os usuários é influenciada pelos algoritmos e suas configurações (Amaral e Santos, 2019).

Ainda a esse respeito, as bolhas de filtro são alimentadas por algoritmos e pela estrutura de dados agregados em torno dos usuários, resultando em uma homogeneidade de informações, posto que os algoritmos personalizam as informações com base nas interações passadas dos usuários e na interpretação semântica do conteúdo distribuído (Amaral e Santos, 2019).

Esse é um cenário que possibilita a propagação de teorias da conspiração, desinformação, propaganda e polarização política, afetando negativamente o debate público e a formação de opinião. De acordo Empoli (2022, p. 89), “pela primeira vez depois de muito tempo, a vulgaridade e os insultos não são mais tabus. Os preconceitos, o racismo e a discriminação de gênero saem do buraco. As mentiras e o conspiracionismo se tornam chaves de interpretação da realidade”.

Outra função que os algoritmos desempenham no contexto das fake news é a operação de *bots*. Segundo Amaral e Santos (2019) *bots* podem ser compreendidos como algoritmos automatizados que funcionam como um programa de computador encarregado por executar tarefas repetitivas que, nesse caso, servem como ferramentas que auxiliam na propagação de fake news, automatizando o compartilhamento e publicação em massa, amplificando o alcance das desinformações.

Ademais, o anonimato e a facilidade de criar contas falsas também são exemplos de facilitadores para a propagação de fake news, pois como afirma D’Ancona (2018, p.54), “para aqueles que estão na mídia social, o anonimato reduz drasticamente a responsabilização”, uma vez que permitem que indivíduos ou grupos mal-intencionados criem e disseminem desinformação sem serem facilmente identificados.

Também é relevante citar que, frequentemente, as fakes news são compartilhadas por meio de links que direcionam os usuários para sites ou conteúdos falsos ou enganosos. Segundo Delmazo e Valente (2018), a maneira como os links são compartilhados nas redes sociais também contribuem com a disseminação das

fake news, pois a maneira como esses links são repassados dificulta a identificação da origem daqueles conteúdos.

É necessário considerar, ainda, que existe uma desproporção na relação de links compartilhados e aqueles que de fatos são lidos, pois como afirma uma pesquisa divulgada em 2016 pela Universidade de Columbia e o Instituto Nacional Francês, 59% dos links compartilhados em redes sociais não chegam a ser clicado de fato, como apontam Delmazo e Valente (2018), com base em Dewey (2016). Logo, as manchetes e títulos acabam sendo suficientes para induzir as pessoas ao erro.

Além do fato de que não são todas as pessoas que leem tudo o que os links disponibilizam. De acordo com Delmazo e Valente (2018), um estudo realizado pelo *Nielsen Norman Group*, divulgado em 2013, apresentou que 81% dos leitores passam os olhos pelo primeiro parágrafo de um texto na internet, enquanto que 71% chegam até o segundo, 63% ao terceiro e apenas 32% chegam até o quarto. O estudo foi realizado através da tecnologia de *eye-tracking*, que registra os movimentos dos olhos dos indivíduos para saber quais as áreas as pessoas dedicam sua atenção, por quanto tempo e a ordem da visualização, de acordo com Delmazo e Valente (2018) com base em Barreto (2012). Eles acrescentam também o obstáculo quanto à qualidade da leitura; se de fato as pessoas estão dedicando sua atenção ao que estão lendo.

Acrescenta-se, também, o fator proximidade, visto que normalmente os usuários seguem ou possuem contato com pessoas próximas, como familiares e amigos, por meio das redes sociais. Conforme uma pesquisa realizada pelo instituto Ideia Big Data, em 2019, com 1660 entrevistados, no Brasil, cerca de 52% das pessoas confiam nas notícias que são enviadas por familiares nas redes sociais, enquanto 43% confiam nas que são enviadas por amigos.

De acordo com o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), devido à relação de confiança estabelecida com tais indivíduos, tendemos a reduzir nossa propensão a questionar ou verificar essas informações, o que resulta no compartilhamento sem uma verificação prévia adequada.

A velocidade de propagação é outra característica pelas quais as redes sociais são um ambiente propício para a disseminação de informações falsas. Segundo o Correio Braziliense (2018), um estudo realizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) comprovou que uma informação falsa tem, em média, 70% mais

chance de ser compartilhada na internet, por ser, normalmente, mais original que uma notícia verdadeira.

Esse estudo analisou 126 mil postagens, replicadas por cerca de 3 milhões de pessoas, na rede social Twitter, atualmente denominada de X, durante o período em que a plataforma surgiu, em 2006, até 2017, enquanto as publicações foram submetidas à verificação por seis agências independentes especializadas em checagem de fatos.

Conforme a pesquisa, as notícias falsas proliferam na internet de maneira mais rápida, profunda e ampla em comparação com as informações verdadeiras. Assim, quando a notícia falsa está relacionada à política, sua propagação é três vezes mais veloz. Devido à velocidade com que essas informações são espalhadas, muitas vezes não há uma verificação adequada dos fatos. Uma vez que as redes sociais, normalmente, não possuem sistemas de verificação eficazes de fatos, permitindo que informações falsas circulem sem restrições.

3.3 Polarização Política nas Redes Sociais: Explorando a Amplificação do Conflito

A intensificação do debate político ao redor do mundo tem se tornado cada vez mais evidente, na medida em que “entramos em uma nova fase de combate político e intelectual, em que ortodoxias e instituições democráticas estão sendo abaladas em suas bases por uma onda de populismo ameaçador” (D’Ancona, 2018, p.19). Marcado por uma disputa entre grupos que acreditam apenas em suas próprias convicções e que estão indispostas a dialogar. E sobre o qual, as redes sociais desempenham papel substancial ao inflamar os ânimos políticos, pois

No início, essa máquina não foi concebida para atingir objetivos políticos, mas essencialmente comerciais. O Facebook e outras redes sociais são plataformas publicitárias que põem à disposição das empresas instrumentos extraordinariamente avançados para chegar a seus clientes. Mas, uma vez criada, fica claro que essa máquina pode ser igualmente utilizada para fins políticos, como realmente ocorreu nos últimos anos. E, considerando que são simples motores comerciais, as redes sociais não são equipadas - e não têm interesse algum em ser - para impedir os desvios e abusos (Empoli, 2022, p. 155).

A polarização política tem se tornado recorrente ao redor do mundo e as redes sociais desempenham um papel significativo nesse fenômeno. Frequentemente, as redes sociais atuam como câmaras de eco, em que os indivíduos estão expostos principalmente a opiniões que reforcem suas próprias crenças. Bem como pelo fenômeno da “bolha de filtro”, em que a exposição aos conteúdos está alinhada às crenças e opiniões do usuário, limitando a sua exposição a pontos de vista diferentes.

Também contribuem para as divisões políticas as informações falsas ou enganosas, visto que os algoritmos de muitas redes sociais favorecem conteúdos que gerem reações fortes, intensificando a polarização. Logo, é importante que os usuários busquem se informar em diferentes fontes e questionem a veracidade das informações para que possam formar opiniões equilibradas e bem informadas.

Outro elemento que contribui com a polarização é a maneira como os algoritmos das redes sociais são desenvolvidos. Os algoritmos normalmente priorizam conteúdos que possuem maior potencial de engajamento, levando muitas vezes a um ciclo de reforço em que as pessoas são cada vez mais expostas a pontos de vista extremistas, tornando o ambiente das redes propício à propagação de discursos de ódio e extremismo. Nesses ambientes, os usuários disseminam falas intolerantes e extremismo político, levando a uma maior divisão entre os usuários. Além disso, o anonimato de algumas redes sociais permite tornar mais fácil a difusão de discursos de ódio e a disseminação de desinformação.

Como consequência, as redes sociais contribuíram para uma onda de populismo ao redor do mundo. Como afirma Carole Cadwalladr (2019), jornalista investigativa do The Guardian, os governos autoritários estão em ascensão e todos estão utilizando essa política de ódio e medo nas redes sociais. Figuras políticas marcantes souberam como utilizar as redes sociais para obter bons resultados e inflamar a população. Exemplos incluem Donald Trump, ex-presidente dos Estados Unidos, conhecido por sua retórica nacionalista e anti-imigração, cuja campanha presidencial foi marcada pelas fake news disseminadas nas redes sociais para favorecer o candidato e descredibilizar a oposição, pois “Trump queria dizer que a história importava mais que os fatos” (D’Ancona, 2018, p. 25); o ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, com discursos que criticavam o *establishment* político e a imprensa tradicional, além de possuir uma abordagem nacionalista e uma campanha

marcada pela disseminação de fake news pelas redes sociais e, principalmente, pelo WhatsApp, em que “os comunicadores a serviço do candidato ultranacionalista Jair Bolsonaro driblaram os limites impostos aos conteúdos políticos no Facebook comprando milhares de números de telefone para bombardear quem utiliza o WhatsApp com mensagens e fake news” (Empoli, 2022, p. 88); Matteo Salvini, vice-primeiro-ministro da Itália, com sua forte retórica anti-imigração e nacionalista, que “desde que assumiu a função, dá vida ao espetáculo de um ministro do Interior que tuíta diariamente para espalhar o medo e incitar o ódio racial” (Empoli, 2022, p. 95); e Nigel Farage, político britânico e um dos principais articuladores da saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit), com sua retórica anti-imigração e eurocética. Além de outras figuras com perfis semelhantes que ascenderam ao poder, mesmo sendo reacionárias e intolerantes, com suas políticas que reduzem a sensibilidade da população, tornando as pessoas muito mais reativas e menos dispostas ao diálogo.

Outros importantes exemplos ilustram os aspectos discutidos ao longo deste capítulo: as eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2016 e a campanha a favor da saída do Reino Unido da União Europeia, o Brexit. Começando pela campanha presidencial de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos em 2016, foi marcada desde o início por desinformações, isso porque o então candidato “lança sua campanha de comunicação sobre a certidão de nascimento de Obama” (Empoli, 2022, p. 95). Trump se aproveitou da teoria da conspiração de que Barack Obama não teria nascido nos Estados Unidos e, por esse motivo, não teria o direito de ser presidente.

Mesmo que “a trajetória política de Donald se sustente, desde o início, sobre uma fake news, não constitui, de forma alguma, um ponto fraco. Ao contrário, de modo espantoso, será uma das grandes forças de sua candidatura” (Empoli, 2022, p. 94). Pois, como afirma uma pesquisa realizada pela PolitiFact⁶, site responsável por checar informações, 69% das declarações de Donald Trump são “predominantemente falsas, falsas ou mentirosas” (D’Ancona, 2018).

Não por acaso, a campanha de Trump possuía uma divisão digital conhecida como Projeto Alamo, que contava com o apoio de parceiros como Facebook, YouTube e Google, para maximizar o desempenho online da campanha. Carole Cadwalladr

⁶ Disponível em: <http://www.politifact.com/personalities/donald-trump/>.

(2019) afirma que o Projeto Alamo chegou a investir 1 milhão de dólares por dia em anúncios no Facebook. O diretor da campanha digital alegou ter publicado 5,9 milhões de anúncios no Facebook, em contraste com os 66.000 de Hillary Clinton (D'ANcona, 2018). Além disso, a divisão também contou com o apoio da companhia Cambridge Analytica, que desempenhou um papel fundamental na eleição de Trump.

A Cambridge Analytica é uma empresa descrita por seu ex-diretor executivo, Alexander Nix (2019), como sendo a “empresa líder no mundo de comunicação através de dados”, enquanto Chris Wylie (2019), cientista de dados e ex-funcionário que ajudou a montar a Cambridge Analytica, a descreve não apenas como “uma empresa de ciências de dados ou algoritmos, mas como uma máquina completa de serviços de propaganda”.

Segundo Wylie (2019), durante a campanha presidencial de Trump, o Facebook disponibilizou aplicativos que tinham permissão especial para coletar dados dos usuários, não apenas daqueles que utilizavam o aplicativo, mas também de toda sua rede de amigos. Informações como atualização de status, curtidas e até mensagens privadas eram acessadas. Wylie (2019) completou que era necessária uma amostra de 200 mil pessoas para que eles pudessem traçar um perfil psicológico de cada eleitor dos Estados Unidos.

Brittany Kaiser (2019), ex-diretora de desenvolvimento empresarial da Cambridge Analytica, acrescentou que o foco não era igual em todos os eleitores americanos. Na verdade, a maior parte dos recursos era direcionada aos indivíduos que ainda poderiam mudar de ideia, denominados por eles como “Os Persuasíveis”. Fornecendo conteúdos personalizados de acordo com o perfil de cada um e assim atingindo esses indivíduos, “os bombardeando através de blogs, artigos em sites, vídeos, anúncios, em todas as plataformas que fosse possível imaginar até que vissem o mundo como eles queriam, até votarem em seu candidato”.

Enquanto que, “no Reino Unido, a campanha a favor da saída da União Europeia triunfou com slogans que eram comprovadamente não verdadeiros ou enganosos, mas também comprovadamente ressonantes.” (D'Ancona, 2018, p. 20). Por mais que a participação da Cambridge Analytica no Brexit tenha sido controversa, tendo em vista que o ex-diretor executivo, Alexander Nix, tenha negado o envolvimento da empresa com a saída do Reino Unido da União Europeia, Brittany

Kaiser declarou em uma coletiva de imprensa, enquanto ainda fazia parte da organização, que a empresa estava trabalhando para realizar pesquisas em escala nacional para compreender por que as pessoas estavam interessadas em permanecer ou sair da União Europeia. E assim, usar as informações para orientar a política e a comunicação da campanha, visando conquistar eleitores, especialmente os não registrados e apáticos.

Para ser mais preciso, segundo Empoli (2022), o processo do Brexit procedeu da seguinte forma. Inicialmente, a análise dos físicos estatísticos combinou dados de pesquisa no Google, interações em redes sociais e bancos de dados tradicionais para mapear e entender melhor o apoio ao Brexit em diferentes regiões e entre diferentes grupos do Reino Unido.

Posteriormente, de maneira semelhante ao que aconteceu no caso da eleição de Trump, após análise inicial dos dados, a equipe usou a ferramenta Lookalike Audience Builder, um serviço do Facebook, para identificar eleitores que ainda estavam indecisos ou não convencidos sobre o Brexit, mas que poderiam ser persuadidos a apoiar a saída do Reino Unido da União Europeia com base em características semelhantes aos apoiadores existentes.

Dessa forma, depois de identificar as áreas e grupos com maior potencial de apoio ao Brexit, os envolvidos desenvolveram estratégias e mensagens personalizadas para convencer esses grupos de forma mais eficaz. Eles se concentraram em criar comunicações direcionadas para maximizar o impacto e aumentar o apoio ao "Leave", ou seja, a opção de voto a favor da saída do Reino Unido da União Europeia.

Durante a campanha oficial de dez semanas, a equipe do Brexit criou e disseminou quase um bilhão de mensagens digitais personalizadas, focando principalmente no Facebook e intensificando os esforços nos dias finais antes da votação para persuadir o máximo de eleitores possível.

Os cientistas de dados também foram fundamentais ao utilizar o Facebook para testar e otimizar dezenas de milhares de mensagens diferentes em tempo real. Eles selecionaram as mensagens mais eficazes e continuaram a aprimorá-las para maximizar o impacto, tanto em mobilizar os apoiadores quanto em convencer os indecisos.

Logo, pode-se compreender a magnitude de como os dados dos usuários das redes sociais são utilizados de diversas maneiras possíveis para alcançar os objetivos das empresas por trás de seu desenvolvimento e de seus patrocinadores. Objetivos que se resumem a lucros, tendo em vista que se vive em um mundo capitalista, em que a busca desenfreada por capital supera qualquer valor ético, contribuindo para um cenário em que as pessoas acreditam em suas próprias verdades, criando e espalhando narrativas inverossímeis por meio das plataformas digitais.

Isso impede que a sociedade tenha uma visão clara e prática dos fatos e das circunstâncias, que deveria avaliar as situações com base em evidências concretas e razoáveis, para tomar decisões fundamentadas em fatos objetivos ao invés de mentiras e ilusões. Pois cada vez mais as pessoas se veem divididas por conta de opiniões políticas enviesadas, justamente em decorrência das rupturas causadas pelo que as redes sociais são capazes de realizar, gerando consequências corrosivas à democracia e ao conjunto de relações, interações, normas, valores e estruturas que influenciam e moldam a sociedade.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO E DO PROCESSO

Segundo Sérgio Puccini (2009) e Luiz Carlos Lucena (2012), o processo de realização de um documentário pode ser dividido em três etapas: pré-produção, produção e pós-produção. Cadeia de execução que, normalmente, é seguida na ordem mencionada. Logo, esses autores foram basilares como principais referências teóricas nesta etapa, bem como para compreensão dos procedimentos para a execução de um documentário, seguindo algumas das etapas propostas para a execução do trabalho.

É na pré-produção que tudo começa. Etapa da concepção da ideia do filme, organização, captação de recursos, formação da equipe e elaboração do roteiro. É nesse momento em que são realizados os processos que, geralmente, antecedem as gravações de fato.

Na produção é quando começam as filmagens. Etapa em que é posto em prática aquilo que foi pensado e organizado na etapa anterior. Momento em que a equipe vai a campo fazer as captações necessárias para a composição do filme, ou seja, a gravação em si do filme idealizado.

Por fim, há a pós-produção, caracterizada pela montagem. É neste momento em que o documentário começa a ganhar forma por meio do encadeamento das gravações, decupagem, edição, finalização, tratamento de áudio e imagem.

4.1 Pré-produção

Segundo Sérgio Puccini (2009), um dos elementos importantes da fase de pré-produção é a proposta para o documentário que contém um resumo abrangente do conteúdo e da visão do que o filme será. Sobre o que o filme busca tratar, que normalmente começa com uma noção aproximada do que será abordado. Algo que possa ser trabalhado e aperfeiçoado com o tempo, a partir dos demais procedimentos que vão dando forma ao que foi proposto. E que, neste caso, consistiu na execução de um documentário que possa discutir sobre alguns dos aspectos nocivos das redes sociais.

A partir disso, parte-se para a elaboração da escrita da proposta para o documentário. A ideia é que o documento sirva como uma proposta que convença possíveis patrocinadores que possam financiar a produção do filme. Nele podem conter informações como: nome do filme; apresentação do assunto; justificativa, com a importância de se fazer aquele filme; estratégias de abordagem, estrutura e estilo; cronograma de filmagem; público alvo, além de outras informações pertinentes que possam ajudar na hora de "vender" o filme. Esta etapa é importante pois ajuda na organização e amadurecimento de ideias que possam auxiliar no desenvolvimento do roteiro.

Portanto, a ideia consistiu em produzir o documentário *"Por trás das telas"*, devido ao interesse em discutir certos aspectos nocivos das redes sociais digitais que são apresentados no documentário *O dilema das redes* (2020), produção que aborda como as redes sociais digitais têm gerado consequências prejudiciais à democracia e à sociedade em geral.

Desta maneira, teve-se como objetivo discorrer sobre o lado danoso das redes sociais, discutindo temas como a utilização de dados pessoais dos usuários das redes sociais online, o papel das redes sociais na disseminação de fake news e como as redes sociais online contribuem para a polarização política, promovendo, assim, reflexões críticas sobre o uso dessas plataformas, aumentando a conscientização e estimulando o debate sobre a necessidade da responsabilidade e equilíbrio no ambiente virtual, já que as redes sociais frequentemente são exploradas sem um entendimento claro de seus limites e impactos.

Logo, fez-se necessária a escolha dos entrevistados para o documentário. A professora universitária Carolina Libério, Doutora em Comunicação e Cultura, que estuda redes sociais, foi escolhida para tratar sobre sua relação com as redes sociais e o uso de dados pessoais dos usuários das redes sociais online. A jovem de 23 anos e usuária das redes sociais, Gabrielle Serra, foi selecionada para tratar sobre sua relação com as redes sociais e sua percepção sobre o uso de dados dos usuários, sendo a mais nova entre os entrevistados. O professor universitário Márcio Carneiro, Doutor pelo programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital, foi convidado para versar sobre sua relação com as redes sociais e a interseção entre as redes sociais online e o fenômeno das fake news. Raimundo Nonato, usuário das redes, de

60 anos, foi incluído para discutir sua interação com as redes sociais e sua compreensão sobre fake news. A professora universitária, Doutora em Comunicação, Rakel Castro, foi escolhida para discorrer sobre sua dinâmica com as redes sociais e a interseção entre polarização política e redes sociais online. E, por fim, Kaio Lima, de 33 anos, foi selecionado para discutir sua relação com as redes sociais e as manifestações de suas opiniões políticas nas plataformas de mídias sociais.

A seleção de professores e usuários das redes sociais justifica-se pela necessidade de incluir figuras de autoridade competentes para discutir os temas em questão. A presença de professores é crucial, uma vez que o documentário busca ser informativo e, portanto, depende de fontes confiáveis. Os usuários das redes sociais, por sua vez, oferecem uma perspectiva valiosa por estarem imersos nas plataformas digitais e, assim, podem fornecer insights relevantes sobre o uso e impacto dessas redes. As escolhas pautaram-se no perfil de cada um e na observação prévia de seus comportamentos nas redes sociais. Certamente, para tratar dos temas em questão, seriam necessários profissionais da área que estudam os temas, logo a escolha dos docentes. Enquanto isso, os usuários das redes sociais apresentam perfis que se alinham ao que buscamos abordar: Gabrielle Serra, uma jovem, é o retrato mais habitual quando pensamos naqueles que fazem uso das redes. Kaio Lima é um usuário bem engajado politicamente nas redes, tendo um perfil adequado para tratar do tema da polarização. E Raimundo Nonato, um perfil de alguém mais experiente, que utiliza as redes sociais e já teve a experiência de lidar com as fakes news.

Seleções pautadas no que Cristina de Melo (2002) propõe por meio da polifonia das vozes, em que diferentes panoramas são apresentados, enfatizando a relevância de incluir diversas perspectivas e experiências, de modo a apresentar uma variedade de visões e contextos no documentário. Foram selecionados usuários de diferentes faixas etárias, com experiências e relações distintas com as redes sociais. Como já mencionado, Gabrielle Serra, a entrevistada mais jovem, possui uma relação diferente com as redes sociais em comparação com o senhor de 60 anos, Raimundo Nonato, por exemplo. Observamos que as interações dos professores também são distintas quanto à forma como se relacionam com as redes sociais, apesar de todos estudarem as plataformas digitais. Considerou-se também a igualdade entre os números de entrevistados homens e mulheres, buscando uma representatividade mais plural.

Por conseguinte, chegou-se à etapa da elaboração do roteiro. Conforme mencionado no capítulo um do presente trabalho, segundo Cristina de Melo (2002), uma das características distintivas do documentário é que seu roteiro não é rigidamente definido como o de um filme de ficção. Em outras palavras, o roteiro do documentário é mais flexível e pode se adaptar conforme o desenvolvimento das filmagens. De acordo com Sérgio Puccini (2009), esse fator ocorre devido a determinadas circunstâncias, uma vez que a natureza do tema ou a maneira como se escolhe abordar o tema inviabilizam a escrita de um roteiro fechado e detalhado. Da mesma forma que Luiz Carlos Lucena (2012) afirma que os argumentos em documentários tendem a ser flexíveis e não totalmente definidos desde o início, porque os documentários lidam com pessoas reais, eventos reais e locações realistas, o que introduz um grau de imprevisibilidade e aleatoriedade no processo de filmagem. Portanto, é difícil prever exatamente o que será capturado, e o desenvolvimento do documentário pode mudar conforme novas situações e informações surgem durante as filmagens.

No caso deste documentário especificamente, uma etapa crucial para o desenvolvimento do roteiro foram as perguntas formuladas para os entrevistados, pois elas iriam servir de base para construção do fio condutor da narrativa, como elemento central que organiza e guia o desenvolvimento da história, mantendo a coerência e a continuidade, ajudando a conectar e dar sentido à trama como um todo. Desta maneira, as questões foram formuladas de modo que as possíveis respostas fossem concatenadas, dando prosseguimento ao que está sendo mostrado, demonstrando o papel importante que as entrevistas desempenham dentro das narrativas dos documentários.

[...] a fórmula apresentada ainda continua sendo a melhor maneira de introduzir no filme de não ficção o que os teóricos chamam de “a voz do outro” - não interessa o que queremos dizer (nós, diretores), o que importa é o que o nosso personagem tem a dizer, sendo que cabe a cada produtor definir o nível de interferência exercida por sua visão e pontos de vista (Lucena, 2012, p. 58).

Com base nisso, foram elaboradas, inicialmente, sete perguntas para cada entrevistado sobre os temas abordados para dar início ao roteiro. No entanto, pouco

tempo antes do início das gravações foram acrescentadas e modificadas algumas perguntas para os entrevistados, totalizando dez perguntas para cada, resultando numa reestruturação na hora da montagem do filme. A princípio, a ideia era que se pudesse abordar com os professores apenas os temas selecionados: uso de dados pessoais, fake news e polarização política. Enquanto que com os usuários o intuito seria tratar sobre os temas, mas também as suas relações com as redes sociais. Porém viu-se como pertinente também questionar os professores sobre suas relações com as redes sociais, uma vez que estão inseridos nesse meio não apenas como pesquisadores da área, mas também como utilizadores das redes sociais.

Logo, o roteiro consistiu na estruturação das perguntas e na observação prévia dos entrevistados, pensando nas possibilidades de respostas e como estas poderiam ser organizadas para dar sentido ao filme. Além disso, também foram acrescentadas as indicações para inserções de imagens de arquivo, como imagens da internet, trechos de vídeos de matérias jornalísticas ou prints de portais de notícias sobre as temáticas, bem como dos perfis das redes sociais de alguns dos entrevistados, servindo como forma de ilustrar o que estava sendo mostrado e contribuir com a construção da narrativa.

Outra etapa do processo de pré-produção consistiu na escolha dos locais de gravação das entrevistas, pois, inicialmente, a ideia era que fossem realizadas as gravações no estúdio do laboratório do curso de Radialismo da Universidade Federal do Maranhão. No entanto, optou-se por gravar nas casas dos próprios entrevistados.

A escolha das locações é uma etapa importante, pois, como afirma Sérgio Puccini (2009, p. 70), “ela pode ser determinante no comportamento do entrevistado diante das câmeras.” Uma vez que quando uma entrevista é conduzida em um estúdio, cercado por equipamentos técnicos desconhecidos para o entrevistado, as declarações do indivíduo podem se tornar menos espontâneas, mais formais e contidas. Enquanto que se a entrevista ocorre em um ambiente familiar e cotidiano para o entrevistado, como sua casa, por exemplo, ele provavelmente se sentirá mais à vontade e suas respostas serão mais naturais e autênticas. A possibilidade de gravar em um estúdio facilita o controle da luz e do cenário; contudo, o uso de cenários naturais também enriquece a narrativa, pois permite uma variação maior de ambientes.

Para gravação, foi utilizado um Iphone 13 pro, um microfone de lapela, uma softbox e um bastão de LED. Para que se pudesse utilizar com mais liberdade as funções da câmera do dispositivo, recorreu-se ao aplicativo *Blackmagic Cam* que oferece uma ampla gama de recursos que permitem aos usuários capturar vídeos de alta qualidade com controle detalhado sobre as configurações da câmera. Alguns dos recursos incluem controles manuais como ajustes de exposição, ISO, balanço de branco, taxa de quadros, entre outros. Além de oferecer acesso a diferentes formatos incluindo ProRes, H.264, H.265 e outros, além das diferentes resoluções, até 4K. No entanto, gravou-se em 1080 linhas de resolução, tendo em vista que gravar em 4K exige mais espaço para armazenamento dos arquivos, uma capacidade de processamento na pós-produção maior e não são todos os dispositivos que possuem uma tela que reproduz imagens com esse nível de qualidade.

Por fim, buscando métodos de distribuição para alcançarmos nosso objetivo de promover uma maior conscientização sobre o tema, consideramos inscrever o documentário em festivais de cinema, como o Festival Guarnicê, considerado um dos mais antigos festivais de cinema e vídeo do Brasil, realizado na cidade de São Luís, no Maranhão. O festival reúne competidores de todo o Brasil e tem um papel crucial na produção audiovisual do estado.

Além disso, existem outros festivais que podem proporcionar visibilidade ao documentário, bem como meios de distribuição online por meio de plataformas como YouTube ou Vimeo. Por fim, planejamos exposições comunitárias e educacionais, em escolas, universidades, centros comunitários e bibliotecas.

4.2 Produção

Na etapa de produção, nos preparamos para as entrevistas revisando e repassando as perguntas dos entrevistados. Em cada local de entrevista, foram montados os *setups* de câmera e iluminação de acordo com os ambientes encontrados nas residências dos entrevistados. A fotografia foi ajustada às configurações dos cômodos onde as entrevistas ocorreram, sempre utilizando como fontes de luz uma softbox como luz principal e um bastão de LED para preenchimento.

Utilizamos a sala de estar da entrevistada Gabrielle Serra (FIGURA 1), um ambiente controlado, dado que era noite e não havia outras fontes de luz disponíveis. No caso da professora Rakel Castro (FIGURA 2), as condições eram semelhantes, com gravação à noite em um escritório em seu apartamento, onde a luz foi controlada. A entrevista com Raimundo Nonato ocorreu durante o dia, com variações mínimas de luz devido à duração da gravação e ao ambiente escolhido. Já a entrevista com o professor Márcio Carneiro (FIGURA 3) foi realizada online, por meio da plataforma Google Meet.

Figura 1 - Entrevista com a usuária Gabrielle Serra na sala de estar de sua casa.



Fonte: Autor (2024)

Figura 2 - Entrevista com a professora Raket Castro.



Fonte: Autor (2024)

Figura 3 - Entrevista com o professor Márcio Carneiro por meio do Google Meet



Fonte: Autor (2024)

A entrevista com Kaio Lima aconteceu durante o dia, ocasionando em algumas pequenas variações de luz, pois a entrevista ocorreu na varanda de sua casa, que possui um muro com grades que dão acesso à luz que incide da rua.

O maior desafio em termos de controle de luz foi encontrado na entrevista com a professora Carolina Libério. Esta ocorreu durante o dia na sala de seu apartamento, que tem acesso à varanda por meio de uma grande porta de vidro, resultando em variações constantes de luz. Reconhecemos que algumas medidas poderiam ter sido tomadas para evitar esse problema, como designar uma pessoa específica para operar a câmera ou tentar minimizar a entrada de luz vinda da varanda, ou ainda escolher um local onde a luz pudesse ser mais controlada. No entanto, compreende-se que esses desafios podem ocorrer durante as gravações de um documentário, e que essas variações de luz não comprometem o aspecto mais importante: o conteúdo apresentado pela entrevistada.

A primeira entrevista ocorreu com Gabrielle Serra, jovem de 23 anos, usuária das redes sociais e durou por volta de dez minutos. A entrevista começou com as perguntas a respeito de como era sua relação com as redes sociais para então ser abordado o tema sobre o uso dos dados. Um aspecto interessante observado é que, apesar de ser a entrevistada mais jovem, ela apresentou o menor tempo de uso do Instagram, com uma média semanal de quarenta minutos. Este resultado contrariou as expectativas iniciais, pois presumia-se que, por ser a mais jovem, sua média de uso seria uma das mais altas, senão a mais alta entre todos os entrevistados.

O segundo entrevistado foi Raimundo Nonato, senhor de 60 anos, para tratar sobre sua relação com as redes sociais e sobre fake news. Uma das maiores dificuldades encontradas com Raimundo Nonato foi obter respostas mais detalhadas. Inicialmente, ele estava um pouco acanhado, resultando em respostas muito curtas e objetivas. Com o tempo, ele foi se sentindo mais à vontade e passou a elaborar um pouco mais suas respostas, embora elas permanecessem concisas. Conseqüentemente, sua entrevista foi a mais curta de todas, com apenas quatro minutos de tela dos nove minutos de entrevista. E como já mencionado, apesar de Gabrielle Serra ser a mais jovem, o seu tempo médio no Instagram conseguiu ser menor que o tempo de Raimundo Nonato, personagem com a faixa etária mais alta entre os entrevistados, que ficou com uma média semanal de uma hora e quarenta minutos.

A entrevista com Rakel Castro foi a primeira entrevista entre os professores. A entrevista durou por volta de trinta minutos. Uma das observações que nos

surpreendeu foi o fato dela ter a maior média de uso do Instagram entre os entrevistados, com uma média semanal de três horas e cinquenta minutos, apesar do seu conhecimento sobre a natureza potencialmente prejudicial das redes sociais. No entanto, esse alto tempo de uso pode ser atribuído ao seu estudo aprofundado sobre redes sociais, somado às suas práticas pessoais de uso da plataforma.

A entrevista seguinte foi com o professor Márcio Carneiro, o único depoimento realizado de forma remota, por meio da plataforma Google Meet, serviço de comunicação por meio de vídeo desenvolvido pelo Google. A entrevista foi realizada em dois momentos, um primeiro momento com quinze minutos, enquanto o segundo durou por volta de quarenta e cinco minutos, totalizando a entrevista mais longa com uma hora de duração. O maior desafio da entrevista consistiu na decupagem do material por ser o mais extenso, exigindo um esforço considerável para organizar as ideias e as falas de maneira clara e objetiva. Houve, ainda, a preocupação de não alterar o conteúdo do depoimento de maneira que mudasse o que o entrevistado queria dizer de fato.

A entrevista com Kaio Lima durou por volta de vinte e dois minutos, sendo o único depoimento em que a conversa gerou outras perguntas ao longo da entrevista. Dificuldades surgiram devido à localização da gravação na varanda de entrada da residência do entrevistado, que tem acesso direto à rua, resultando em ocasionais ruídos provenientes de pessoas, veículos, obras e latidos de cachorros. Essas interferências resultaram em breves interrupções durante a gravação, apenas por alguns minutos.

Por fim, o depoimento da professora Carolina Libério que durou por volta de quarenta e cinco minutos. Por mais que tenha sido a segunda gravação mais longa, o processo de decupagem da entrevista não foi tão complexo, posto que as suas falas foram bem elaboradas e estruturadas, tornando o processo mais ágil.

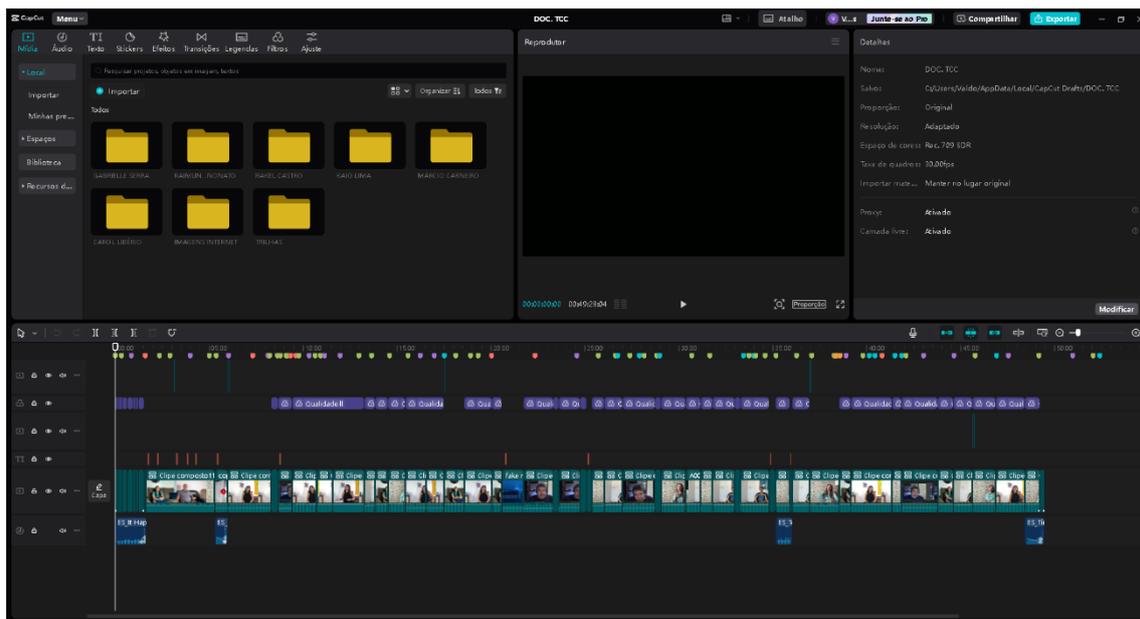
4.3 Pós-produção

Na fase de pós-produção, uma etapa fundamental é a montagem. Segundo Sérgio Puccini (2009), o processo da montagem de um filme envolve a criação de um roteiro, já que a montagem desempenha um papel semelhante ao de um roteirista,

que orienta a organização das sequências e define o texto do filme. Trabalho essencial para dar a forma final ao discurso do documentário, estruturando como a história será contada e como as ideias serão apresentadas ao público.

Para a montagem optou-se por utilizar o *software* de edição capcut versão *desktop*, tendo em vista que o programa é bem intuitivo e prático, permitindo maior agilidade durante o processo (FIGURA 4).

Figura 4 - Captura de tela da timeline de edição



Fonte: Autor (2024)

Sendo assim, a fase de pós-produção foi dividida em três etapas. A primeira etapa consistiu em decupar as entrevistas. Momento em que assistimos todas as entrevistas e decidimos o que seria de fato pertinente colocar no documentário. Evidentemente, os depoimentos mais curtos foram mais simples, enquanto que as entrevistas mais longas foram mais complexas, devido ao tamanho, mas também pela necessidade de selecionar e organizar as ideias dos entrevistados da maneira mais adequada possível. Todas as entrevistas totalizam mais de uma hora e meia de filme, no entanto a versão final tem pouco menos de uma hora de duração.

Na segunda etapa, houve o momento da montagem em si, com a reestruturação da sequência das falas dos personagens. Tendo em vista que,

inicialmente, o roteiro havia sido estruturado apenas com as sete perguntas iniciais para cada entrevistado e, como já mencionado, foram acrescentadas mais perguntas, incluindo as perguntas sobre as relações dos professores com as redes sociais. Sendo assim, houve a necessidade de reestruturar a ordem das perguntas que havíamos pensado inicialmente para o roteiro. Utilizamos o roteiro como guia e analisamos onde poderíamos acrescentar as novas perguntas sem comprometer a coesão da narrativa.

Durante o procedimento da montagem, foi frequente o uso do *jump-cut*, pois foi utilizada apenas uma câmera e não seria possível cobrir todos os cortes por meio dos planos de cobertura. Entretanto, como menciona Sérgio Puccini (2009), nos documentários contemporâneos, a técnica de camuflar cortes descontínuos usando planos de cobertura não é sempre seguida. Pelo contrário, é comum utilizar o corte descontínuo (*jump-cut*) durante a edição de uma mesma entrevista.

Por fim, a última etapa consistiu nas inserções das imagens de cobertura dos entrevistados, imagens de arquivos disponíveis na internet, geradores de caracteres, trilhas, tratamento de áudio e imagens. A seleção das imagens de arquivos serviu para ilustrar e dar peso à narrativa e tornar o documentário mais atrativo. Em resumo, a última etapa foi crucial para adicionar elementos visuais e sonoros que enriqueceram a narrativa do documentário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, compreende-se a complexidade que permeia o gênero devido à diversidade de formas, estilos e objetivos que um documentário pode assumir. Diferentemente da ficção, que segue um roteiro imaginário e interpretativo, o documentário busca representar a realidade, e sua representação não costuma ser simples ou necessariamente direta.

A começar pelas possibilidades de formatos, denominados por Nichols (2005) como os subgêneros do gênero documentário. Além da subjetividade dos documentários, pois, embora estes busquem uma representação da realidade, essa interpretação sempre reflete a perspectiva do documentarista. A escolha do que filmar, como editar e quais aspectos destacar. Os propósitos diversos que o gênero pode apresentar, sendo mais informativo, persuasivo, artístico ou pessoal. Além também da responsabilidade e dos dilemas éticos que um documentarista enfrenta sobre a representação dos sujeitos e a manipulação da realidade.

Neste caso em particular, o gênero possibilitou um aprofundamento sobre os temas em questão ao proporcionar informações detalhadas sobre os assuntos abordados, por meio das entrevistas com especialistas e também com aqueles que fazem uso das plataformas. Além das múltiplas perspectivas, incluindo pontos de vista diversos, permitindo aos espectadores enxergar as problemáticas sob várias óticas, promovendo uma compreensão mais ampla e complexa. Expondo narrativas pessoais por meio de experiências individuais, humanizando questões que podem ser abstratas ou densas, tornando-as mais acessíveis e emocionalmente impactantes para o público.

Além de expor questões sociais, trazendo à luz informações que podem ser desconhecidas e gerando conscientização e mobilização social; os documentaristas estimulam a reflexão crítica. Posto que ao estruturar informações, introduzir debates e análises críticas, incentivam os espectadores a refletir sobre o tema, questionar suas próprias opiniões e considerar novas ideias.

Uma vez que as redes sociais digitais podem de fato ser prejudiciais aos seus usuários ao utilizarem seus dados pessoais sem que estes compreendam a profundidade e os impactos que essa prática gera, além dos riscos que intensificam

os fenômenos das fake news e da polarização política. Isso evidencia a complexidade do modelo de negócios das redes sociais digitais, desafiando a lógica tradicional do capitalismo ao oferecer serviços gratuitos aos usuários enquanto alcançam lucros extraordinários. Esse fenômeno, sustentado pela publicidade e pela monetização dos dados dos usuários, demonstra a eficácia e a inovação dessas plataformas em gerar receita. Reconhecer e compreender essa dinâmica é essencial para uma apreciação crítica do papel das redes sociais na vida dos indivíduos na sociedade contemporânea.

Dessa forma, a preservação da privacidade e a aplicação de princípios éticos na utilização das informações pessoais dos usuários das redes sociais são de fundamental importância, considerando que as plataformas detêm uma quantidade significativa de dados sobre os indivíduos. A exploração desses dados para fins lucrativos representa um risco para os usuários, tornando a transparência e o controle sobre a coleta, o compartilhamento e o armazenamento de dados pessoais questões pertinentes.

Conforme aponta o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (2022), a falta de conhecimento dos indivíduos sobre quais informações são compartilhadas, com quais entidades e para quais finalidades, impede o consentimento informado. A ausência de clareza sobre a duração do armazenamento dos dados, os procedimentos para sua eliminação e as medidas de segurança adotadas reforça a necessidade de maior transparência, proteção da privacidade e garantia do controle dos usuários sobre seus dados pessoais.

Portanto, pode-se considerar que existe um sistema subjacente ao uso "gratuito" das redes sociais digitais, cujos desdobramentos são profundamente impactantes em nível global. Essas questões possuem consequências significativas que podem afetar a estrutura da sociedade e a vida dos indivíduos. Assim, é fundamental discutir esses temas amplamente, tanto na academia quanto no âmbito geral, para promover uma maior conscientização e compreensão desses impactos.

Consequentemente, enfatiza-se a importância de promover tais reflexões, ressaltando o papel do documentarista em esclarecer questões específicas para proporcionar uma visão mais clara ao público, incentivando o desenvolvimento do pensamento crítico e a promoção de debates substanciais.

A partir disso, os indivíduos podem ampliar sua compreensão e tomar decisões de modo mais consciente no ambiente digital e, conseqüentemente, em suas vidas pessoais, que vão para além das telas, para que se possa ter autonomia e construir um futuro digital mais consciente e responsável.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. 'Fake news' se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, diz MIT. **Correio Braziliense**, 8 mar. 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/08/interna_tecnologia,664835/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-noticias-verdadeiras.shtml. Acesso em: 06 abr. 2024.

ALMEIDA, Eduarda Costa; SANTOS, Isabela Maria Rosal; CANDIDO, João Pedro Succj; DUARTE, Miranda Almeida Guimarães; RESENDE, Otávio H. Mayrink; CAVALCANTE, Pedro Peres; COSTA, Talysson Felipe Gomes da. **Isso é fake news?: um guia rápido sobre desinformação na internet**. LAPIN - Laboratório de Políticas Públicas e Internet, 2022. Disponível em: https://lapin.org.br/wp-content/uploads/2020/10/Isso-e%CC%81-Fake-News-Um-guia-ra%CC%81pido-de-desinformac%CC%A7a%CC%83o-na-internet_LAPIN.pdf. Acesso em: 07 maio 2024.

AMARAL, Inês; SANTOS, Sofia José. Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (Org.). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, set. 2019. p. 63-85.

ANTONIO, Livia Guida. **Redes Sociais e Fake News**: como a combinação impacta a sociedade?. Politize!. Disponível em: <https://www.politize.com.br/redes-sociais-e-fake-news/#:~:text=De acordo com o Instituto,sendo propensas à sua disseminação.> Acesso em: 05 abr. 2024.

AUGUSTO, Maria de Fátima. **Montagem cinematográfica e a lógica das imagens**. São Paulo: Annablume, 2004. Cap. 1, p. 23-49.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução de Carlos Szlak. 1. ed. - Barueri: Fato Editorial, 2018.

DA-RIN, Sílvio. **Espelho Partido**: tradição e transformação do documentário. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2006.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 32, abr. 2018.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos**: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. Tradução de Arnaldo Bloch. 1. ed.; 5. reimp. - São Paulo: Vestígio, 2022.

GARTNER GROUP. **Big Data**. Gartner Glossary. Disponível em: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/big->

[data#:~:text=Big%20data%20is%20high%2Dvolume,decision%20making%2C%20and%20process%20automation](#). Acesso em: 10 jul. 2024.

GUIMARÃES, Pedro; RODRIGUES, Cleber. 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber fake news diariamente. **CNN Brasil**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber-fake-news-diariamente/>. Acesso em: 06 abr. 2024.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Tradução de André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

LABAKI, Amir. **Introdução ao documentário brasileiro**. São Paulo: Francis, 2006.

LIBÉRIO, Carolina. Informação fornecida em aula sobre documentário. Aula online. **Disciplina Narrativa Ficcional e Documentário**, São Luís, nov. 2020.

LINS, Consuelo da Luz; MESQUITA Cláudia. **Filmar o real**: sobre o documentário brasileiro contemporâneo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

LINS, Consuelo da Luz. Cinema documentário e suas linhas de fuga. **Revista ECO**, Rio de Janeiro, v.1, n.5, p.85-97, 1997.

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários**: conceito, linguagem e prática de produção. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinema & pós-cinema**. Editora Papyrus, 1997.

MACHADO, Felipe Nery Rodrigues. **Big Data**: o futuro dos dados e aplicações. São Paulo: Érica, 2018.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. O Documentário como Gênero Audiovisual. In: **Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, 25., 2002, Salvador, BA. Anais [...] São Paulo: Intercom, v.01, p. 25-40, 2002.

Mundo se aproxima da marca de 5 bilhões de usuários de internet, 63% da população. **Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPER)**, 2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao/>. Acesso em: 20 maio. 2024.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. 2. ed. Campinas: Editora Papyrus, 2005.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de documentário**: Da pré-produção à pós-produção. Campinas, SP: Papyrus, 2009.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?**. São Paulo: Senac/SP, 2008, p. 21-55.

RODRIGUES, Jonatan. Pesquisa indica recursos mais relevantes de mídias sociais + 95 estatísticas de redes em 2022. **RD Station Blog**. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/estatisticas-redes-sociais/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SHAROT, Tali. **A mente influente**: o que o cérebro revela sobre nosso poder de mudar os outros. Tradução de Ryta Vinagre. 1. ed. - Rio de Janeiro: Rocco, 2018.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. **First Draft News**. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 06 abr. 2024.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Traduzido por George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021. p. 15-41.

REFERÊNCIAS FÍLMICAS

A BRUXA de Blair. Direção: Eduardo Sánchez e Daniel Myrick. Estados Unidos: 1999.

JOGO de Cena. Direção: Eduardo Coutinho. Rio de Janeiro: 2007.

O DILEMA das Redes. Direção: Jeff Orlowski. Estados Unidos: 2020.

PRIVACIDADE Hackeada. Direção: Jehane Noujaim e Karim Amer. Estados Unidos: 2019.

Link de acesso para o documentário *Por trás das telas*:

<https://drive.google.com/drive/folders/1pj19mo-ySGZq3MWtYpsudUeEke7Q8vEx?usp=sharing>

APÊNDICE

Proposta de roteiro

Por trás das telas, um documentário sobre redes trata-se de um filme que busca abordar determinados aspectos nocivos das redes sociais, como o uso de dados, fake news e polarização política, com uma duração de aproximadamente uma hora.

Com o advento das tecnologias, em especial da internet e de suas extensões, como as redes sociais, o mercado tem se adaptado ao longo do tempo para aperfeiçoar e maximizar ganhos. Sendo assim, as empresas ligadas às redes sociais têm buscado meios de lucrar por meio de seus usuários que não pagam para estarem nas redes, pois, como aponta Andrew Lewis: “se você não estiver pagando pelo produto, você é o produto.” Empresas desenvolvedoras de redes sociais, como Instagram, X, Facebook e outras, utilizam mecanismos para coletar, armazenar e utilizar os dados dos usuários para fins mercadológicos, mesmo que isso represente um risco para a privacidade, segurança e autonomia de seus utilizadores.

Nosso objetivo é dar visibilidade a essas questões e demonstrar os perigos e as consequências dessas práticas tão danosas para a sociedade, já que o uso inadequado das redes sociais pode ter consequências desastrosas. Pretendemos abordar os temas da seguinte maneira: uso de dados pessoais dos usuários das redes sociais online; a relação entre redes sociais e fake news; e a relação entre redes sociais e a intensificação das polarizações políticas. O objetivo é produzir um documentário que promova a conscientização e o debate sobre a importância de usar as redes sociais com responsabilidade e equilíbrio.

Para tanto, buscamos no que Nichols (2005) conceitua como modelo expositivo: um subgênero do documentário, em que a principal característica é o tom persuasivo, numa estrutura mais retórica e argumentativa. Utilizaremos personagens para tratar dos temas, com dois entrevistados para cada tema: um professor universitário para falar da perspectiva de alguém que estuda o tema e um usuário para falar da perspectiva de quem utiliza as redes sociais.

Quanto aos métodos de distribuição, a intenção é que o filme seja inscrito em festivais de cinema, como o Festival Guarnicê de Cinema, distribuído online por meio

de plataformas como o YouTube, ou exibido em comunidades e instituições educacionais.

As discussões apresentadas no documentário têm a intenção de gerar conscientização sobre os impactos negativos das redes sociais, estimulando reflexões sobre como esses impactos afetam a sociedade contemporânea e incentivando as pessoas a buscar um uso mais consciente e responsável das plataformas digitais. Esta é uma das funções dos documentaristas: estimular reflexões e trazer à tona questões importantes para que as pessoas possam considerar e entender melhor, em vez de simplesmente oferecer soluções definitivas para esses problemas.