

# II Erejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

Notícia quente

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Casa de Estudos de Letras e Comunicação

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

### **Análise dos documentários “Privacidade Hackeada” e “Dilema das Redes”, pelas perspectivas das escolas Americana e de Frankfurt <sup>1</sup>**

Ana Tereza Bucker DO VALE, Enio Pazini FIGUEIREDO, Paula Syang Chagas  
GOMES e Luciane Fassarella AGNEZ  
(Universidade Federal de Goiás / UFG)

No Brasil, em 2018, a lei Nº13.709, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), foi promulgada com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade de dados pessoais no cenário digital, a exemplo do que já se discutia em diferentes países. Nos anos seguintes, dois documentários abordaram temas transversais a esta questão e tiveram grande repercussão internacional *Privacidade Hackeada* (Netflix, 2019) e *Dilema das Redes* (Netflix, 2020), que trataram, por exemplo, sobre a venda de dados dos usuários das redes sociais sem os seus conhecimentos e a influência das plataformas no cenário de desinformação.

Ao pensar sobre a palavra “computador”, um dos primeiros *hardwares* a se popularizar com acesso à internet e, conseqüentemente, às redes sociais, pode vir à mente a ação de calcular e contar. Para realizar uma operação com tal finalidade precisa-se de dados. Pensando nisso, no contexto dos documentários, os dados referem-se aos seres humanos. Além disso, a base de investigação das obras são as graves conseqüências oriundas do uso desenfreado das redes sociais em vários aspectos da vida *off-line*. As obras audiovisuais documentais fazem um registro de uma realidade e de um tempo, que marca a mudança de um paradigma de comunicação, sobre a qual buscamos lançar luz neste trabalho a partir de duas perspectivas fundantes das ciências da Comunicação: as escolas Americana e de Frankfurt.

---

<sup>1</sup> Comunicação Científica (trabalho teórico) sobre atividades desenvolvidas no âmbito da graduação. Resumo expandido apresentado no GT - Pesquisa na Graduação (exclusivo para estudantes de Jornalismo), no 2º Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo (Erejor Centro -Oeste).

# II Erejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

Notícia quente

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Casa de Estudos de Letras e Comunicação

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

O documentário *Privacidade Hackeada* inicia chamando a atenção dos espectadores aos seguintes questionamentos: “quem já viu uma propaganda que te convenceu que o microfone do seu celular está ouvindo suas conversas?” Todas as suas interações, transações do cartão de crédito, pesquisas na *web*, localizações e curtidas são coletadas em tempo real numa indústria trilionária, indicando que, por essa razão, o *Google* e o *Facebook* são as empresas mais poderosas do mundo. Isso se deve ao fato de que os “dados” passaram a ter valor superior ao do petróleo. Ou seja, os dados passaram a ter um grande valor para as relações socioeconômicas.

Além disso, o documentário apresenta, em detalhes, o escândalo das empresas de consultoria *Cambridge Analytica* e *Facebook* acusadas de “hackearem” informações pessoais de 240 milhões de pessoas para criar perfis políticos e influenciar as eleições de 2016 dos Estados Unidos da América. O escândalo levantou a discussão mundial em torno da ação das *Big Techs*, que coletam e, naquele caso, venderam, sem autorização, as informações digitais das pessoas.

Assim, o documentário apresenta uma perspectiva sobre o novo mundo em que vivemos ao abordar o referido escândalo sob o ponto de vista de várias personagens das empresas envolvidas, bem como o seu impacto nas decisões políticas, mais especificamente nas eleições norte-americanas. Ademais, ao longo do filme, é abordada a forma com que as informações eram distribuídas e chegavam às pessoas que ainda estavam indecisas em relação ao seu voto. Segundo Carl Hovland, na Teoria Funcionalista Empírica-Experimental, é possível obter efeitos desejáveis, se as mensagens forem adequadamente adaptadas aos fatores pessoais do destinatário (TRINTA, 2003). O bombardeio de informações bem conectadas com o modo de pensar dessas pessoas acabavam persuadindo-as a seguir uma certa escolha, de modo a levar o próprio espectador a se questionar sobre as influências da mídia refletida em suas decisões.

# II Erejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

Notícia quente

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Casa de Estudos de Teoria e Metodologia

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

Ainda, vale ressaltar que o documentário conta com a forte participação de David Carroll, professor associado da *Parsons School of Design*, de Nova York, que se empenha em descobrir, em uma batalha jurídica, quais de seus dados foram reunidos pela *Cambridge Analytica*. Agindo dessa forma, o professor se questiona sobre como e quantos de seus dados estavam sendo acessados pela empresa, começando, assim, a se desvincular da massa.<sup>2</sup>

Desta forma, a partir dos questionamentos apontados, as discussões do documentário *Privacidade Hackeada* podem ser associadas ao Modelo de Lasswell que calcado na difusão em larga escala das comunicações de massa, foi empregado, como uma espécie de laboratório, nas eleições de Roosevelt de 1932 e 1937 e nas estratégias de propaganda das potências do Eixo nos movimentos do pré-Segunda Guerra Mundial (MORIN, 2009). Embora as tecnologias empregadas na época fossem diferentes e com menor poder de impacto sobre as massas do que as atuais, o documentário também expõe como o uso de tecnologias e ferramentas atuais são usadas para formar massas com objetivos específicos. As discussões presentes no documentário também são um exemplo moderno da Teoria Hipodérmica, onde parte da massa de eleitores norte-americanos foi manipulada, dando a resposta desejada aos estímulos oferecidos (TRINTA; POLISTCHUK, 2003).

Na Escola de Frankfurt, os pensadores apresentam a ideia de que a massa é submetida a marcas da violência e da exploração, de forma que as tecnologias são usadas a favor da razão do estado e do poder econômico organizado (RÜDIGER, 2001).

---

<sup>2</sup> Segundo Ortega y Gasset, massa é composta por indivíduos normalizados que se submetem a sistemas hierárquicos de poder, não atribuindo valor a si mesmo por razões especiais, sentindo-se “como todo mundo” e, certamente, não se angustia com isso por ver-se idêntico aos demais” (Ortega y Gasset, 1929).

# II Erejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

Notícia quente

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Casa de Estudos de Letras e Linguagens

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

O documentário *Dilema das Redes* traz como principal alerta, feito pelos entrevistados, que eram antigos funcionários das grandes *Big Techs*, o fato de que as redes sociais vendem dados e informações dos usuários para anunciantes, os quais ganharam força com um modelo mais assertivo do que a propaganda herdada da Segunda Guerra Mundial. Nesse sentido, podemos empregar a abordagem dos “usos de gratificações”, da Teoria Funcionalista (Escola Americana) para refletir sobre possíveis motivos para consumir alguma mídia, sendo o mais relevante a interação social, em que se busca criar vínculos, adaptando a abordagem ao objeto de análise por meio desses aplicativos.

Contudo, um dos pontos mais latentes desse grande depósito de dados sobre usuários das redes sociais é a massificação e manipulação, muito bem discutidas pela Escola de Frankfurt. Na obra analisada, o foco desse jogo de controle é usado, principalmente, para fins políticos. Um dos antigos programadores, Justin Rosenstein, denuncia que ao pesquisar “aquecimento global” no Google, a sugestão de complementação da pesquisa será diferente para cada localidade geográfica em que o usuário estiver, mas nenhuma das opções explica realmente o que seria esse fenômeno. Adorno e Horkheimer, por meio do conceito de Indústria Cultural (RÜDIGER, 2001), já alertavam sobre esse esvaziamento do senso crítico ao apresentar para toda a sociedade as mesmas opções de bens culturais simbólicos que, com a comunicação digital, transcendeu para outras instituições sociais.

Nesse contexto político, encontra-se a polarização que pode ser observada quando Guy Debord junta a ideia de Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo (COELHO, 2016). Debord diz que a forma como a propaganda de figuras políticas é feita, nada mais é do que uma autopromoção de opiniões. O tratamento de dados e a assertividade dos algoritmos nas redes sociais consegue prever padrões de comportamento dos usuários com base em dados que eles mesmo fornecem com os *cliques*. Dessa forma, alcançam e aglutinam as pessoas exatas que estão mais propensas àquele assunto, criando, assim, uma falsa percepção de que suas opiniões estão corretas e são unânimes, até porque,

# II Erejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

Notícia quente

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Casa de Estudos de Letras e Comunicação

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

graças a essa Inteligência Artificial que nos prevê, criada pelo programador Guillaume Chaslot, não se tem contato com opiniões diferentes. É o Estado junto às empresas para obter lucro e poder, criando o que Debord vai chamar de Poder Integrado (COELHO, 2016).

Assim, o presente trabalho busca lembrar a relevância desses estudos fundadores, mesmo que sua intenção fosse compreender a emergência de uma comunicação de massa na época que surgiram, pois a mídia continua sendo uma Instituição relevante na sociedade do século XXI. Além disso, o debate sobre a manipulação orquestrada por ela é latente no Brasil pós- bolsonarismo, polarização política e descrença de alguns brasileiros com a democracia.

### REFERÊNCIAS

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo: a dimensão política da crítica cultural**, 2016. v. 19, n. 37, p. 31-42. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

DILEMA das redes, O. Direção: Jeff Orlowski. Produção: David J. Cornfield, Hallee Adelman, Jill Ahrens, Leslie Berriman, Lynda Weinman, Nancy Blachman, Robina Riccitiello e Ryan Ahrens. Estados Unidos. Distribuído por Netflix, 2020, 94 minutos. **Lei No 13.709, De 14 De Agosto De 2018.** Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm). Acesso em: 16 out. 2024.

FERREIRA, Raquel Marques Carriço; SANTANA, Dhione Oliveira. Usos e gratificações da violência na mídia: o que sabemos sobre os motivos para a exposição e seus efeitos no receptor. **Revista Observatório**, DOI: <https://doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2023v9n1a12pt>. 2023.

MORIN, Edgar. **A cultura de massa no século XX. Vol. 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

ORTEGA Y GASSET, José. **A Rebelião das Massas**. El Sol. Espanha, 1929.

PRIVACIDADE Hackeada. Direção: Karim Amer e Jehane Noujaim. Produção: Karim Amer, Jehane Noujaim, Geralyn White Dreyfous, Judy Korin e Pedro Kos. Estados Unidos. Distribuído por Netflix, 2019, 113 minutos.

RÜDIGER, F. **A Escola de Frankfurt**. In: HOHLFELDT, A.; MARTINHO, Luiz C.; FRANÇA, Vera. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

# II Enejor Centro-Oeste

## Encontro Regional Centro-Oeste de Ensino de Jornalismo

*Notícia quente*

Dilemas da cobertura jornalística em tempos de crise climática



ORGANIZAÇÃO  
**UNEMAT**  
Universidade do Estado de Mato Grosso  
Carlos Alberto Reyes Maldonado  
Curso de Jornalismo de Terça e Quarta-feira

**ABEJ**  
Associação Brasileira  
de Ensino de Jornalismo

TRINTA, Aluizio; POLISTCHUK. **Teorias da Comunicação. O pensamento e a prática da Comunicação Social.** RJ: Elsevier, 2003.