XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO E NOVAS TECNOLOGIAS

JOSÉ RENATO GAZIERO CELLA

VALÉRIA RIBAS DO NASCIMENTO

AIRES JOSE ROVER

Copyright © 2015 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – Conpedi
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP
Secretário Executivo -Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR
Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches - UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)
Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias
Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC
Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU
Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC
Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC
Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM
Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA
Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito e novas tecnologias [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;
Coordenadores: José Renato Gaziero Cella, Aires Jose Rover, Valéria Ribas Do Nascimento – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-054-1
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Tecnologia. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO E NOVAS TECNOLOGIAS

Apresentação

APRESENTAÇÃO

No XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe - UFS, em Aracaju, de 03 a 06 de junho de 2015, o grupo de trabalho Direito e Novas Tecnologias novamente esteve presente com destaque pela qualidade dos trabalhos apresentados e pelo numeroso público, composto por pesquisadores-expositores e interessados. Esse fato demonstra a inquietude que o tema desperta na seara jurídica, em especial nos programas de pós-graduação em Direito que procuram empreender um diálogo que suscita a interdisciplinaridade na pesquisa e se propõe a enfrentar os desafios que as novas tecnologias impõem ao Direito.

Foram apresentados 22 artigos que foram objeto de um intenso debate e agora fazem parte desta coletânea. Numa tentativa de organizar quantitativa e qualitativamente os artigos e seus temas, segue uma métrica:

Cinco artigos trataram da Internet, em diversos âmbitos.

Quatro artigos discutiram a proteção da privacidade e dos dados pessoais e corporais.

Quatro artigos foram sobre responsabilidade civil e capacidade na internet.

Dois artigos versaram sobre aspectos regulatórios das nanotecnologias.

Dois artigos sobre marco civil da internet.

Dois artigos trataram do processo eletrônico, com enfoque de questões como inclusão, acesso à justiça e nova cultura.

Dois artigos discutiram redes sociais em temas como a violação de direitos e bloqueio de conteúdos ilícitos.

Dois artigos foram sobre o mercado de trabalho, tratando do pleno emprego e do analfabetismo digital.

Dois artigos versaram sobre a democracia eletrônica, envolvendo temas como o voto eletrônico e a democracia direta.

Um artigo sobre inovação e regulação tecnocientífica.

Um artigo sobre o direito de autor e plágio em software.

Um artigo sobre a tutela da honra no âmbito da internet.

Um artigo sobre rádio/tv na sociedade da informação.

Nota-se nessa classificação que o tema tecnológico mais tratado é a internet, mas se discute também redes sociais, nanotecnologias, urnas eletrônicas, software e tv/rádio. Dos temas jurídicos a privacidade e a responsabilidade civil são numericamente majoritários. Processo eletrônico, democracia digital e mercado de trabalho estão em seguida. Com únicos artigos seguem temas diversos, mas em pouco número considerando o total de artigos. Observa-se, portanto, algumas temáticas se tornando focais nessa edição e mantendo o interesse que vem das edições anteriores dessa coletânea.

Enfim, os artigos que ora são apresentados ao público têm a finalidade de fomentar a pesquisa e fortalecer o diálogo interdisciplinar em torno do tema direito e novas tecnologias. Trazem consigo, ainda, a expectativa de contribuir para os avanços do estudo desse tema no âmbito da pós-graduação em Direito brasileira, apresentando respostas para uma realidade que se mostra em constante transformação.

Os Coordenadores

Prof. Dr. Aires José Rover

Prof. Dr. José Renato Gaziero Cella

Profa. Dra. Valéria Ribas do Nascimento

AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E SUAS MULTIDIMENSIONALIDADES: DA CONSTRUÇÃO DE VÍNCULOS EM REDES SOCIAS À VIOLAÇÃO DE DIREITOS INTERFACES E DISTÚRBIOS O PAPEL SOCIAL DO INTERNAUTA

THE INFORMATION TECHNOLOGY AND COMMUNICATION AND MULTIDIMENSIONALIDADES: LINKS OF CONSTRUCTION IN THE NETWORKS MEMBERS RIGHTS - INTERFACES AND DISORDERS - THE ROLE OF SOCIAL INTERNAUTA

Bruno Mello Corrêa de Barros
Daniela Richter

Resumo

Este ensaio tem como missão tratar das Tecnologias da Informação e Comunicação sob o viés de suas multidimensionalidades. Pretende-se em um momento inicial exasperar acerca da atuação das novas mídias e sua imbricada relação com a Indústria Cultural e a construção do consumismo exacerbado posto no meio social. Em um segundo momento vai se tratar a respeito das TICs e a inclusão propiciada pelos meios informacionais sob os indivíduos a partir do prisma das Redes sociais e da construção dos vínculos e laços entre os pares. No terceiro e último ponto se verificará os aspectos jurídicos concernentes à violação de direitos, especialmente direitos de personalidade e direitos fundamentais do indivíduo, sobretudo a partir de práticas como, por exemplo, o Cyberbullying que consiste em conduta reiterada de violação de direitos fundamentais por meios eletrônicos. Para a consecução deste artigo empregou-se o método de abordagem dedutivo e o método de procedimento monográfico. Resta claro que os meios informacionais contribuem muito para a interlocução entre pessoas, produzindo vínculos em demasiadas esferas, do mesmo modo que tal composição pode extrapolar os limites da liberdade de expressão ferindo direito e garantias individuais. No mesmo enfoque vislumbrou-se a composição do papel das novas mídias e da indústria cultural, formando uma ampla gama de indivíduos condicionados ao consumo em excesso, padrão reiterado no panorama social e cultural desenvolvimentista contemporâneo.

Palavras-chave: Tecnologias; redes sociais, Inclusão; cyberbullying; indústria cultural.

Abstract/Resumen/Résumé

This test has the mission to address the Information and Communication Technologies under the bias of their multidimensionalidades. It is intended at an early time fume about the role of new media and their intertwined relationship with the culture industry and the construction of the station exacerbated consumerism in the social environment. In a second step will treat about ICT and the inclusion afforded by the informational media in individuals from the perspective of social networks and the construction of links and ties between peers. In the third and last point verify the legal aspects concerning the violation of rights, especially

personal rights and fundamental rights of the individual, especially from practices such as, for example, the Cyberbullying consisting of conduct constant execution of electronic media. To achieve this article used the deductive approach method and the method of monographic procedure. It is clear that the informational media contribute much to the dialogue between people, producing ties in too many balls in the same way that such a composition can transcend the limits of freedom of expression and hurting right earmarking. The same approach up saw the composition of the role of new media and the cultural industry, forming a wide range of individuals conditioned to excess consumption pattern repeated in the social and cultural panorama contemporary developmental.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Technologies; social networks; inclusion; cyberbullying; cultural industry.

INTRODUÇÃO

O aperfeiçoamento das Tecnologias da Informação e Comunicação teve sua expansão a partir da Revolução Industrial e, na pós-Modernidade, encontrou sua estratégia desenvolvimentista. Hodiernamente, aponta para um caminho baseado na interatividade, modificando o panorama, constituindo uma verdadeira sociedade informacional tendo por base a comunicação, a informação e, sobretudo, a crescente inclusão digital. Esse novo espectro alterou o perfil tradicional do cidadão e do indivíduo que utiliza da Internet, dando origem a "Web 2.0", onde o sujeito por trás destas ferramentas tecnológicas é conectado em rede, interativo e participativo.

A partir do advento destes instrumentos telecomunicacionais e informacionais muitos hábitos e comportamentos da malha social se modificaram, novos parâmetros foram estabelecidos, estruturando novas camadas na questão da comunicação, da informação e das tendências geradas para aquele que recebe a mensagem. Nesse sentido, o trabalho propõe verificar se as multidimensionalidades das TICS, sob a atuação conjunta das mídias sociais e da indústria cultural levam ao consumismo e ao ferimento de direitos e garantias individuais, a partir de práticas, como, por exemplo, o Cyberbullying.

Com base nisso, no primeiro eixo do presente artigo se verificará as novas mídias e sua relação com o paradigma da Indústria Cultural, que tem por objeto as estruturas como Televisão, publicidade e propaganda e demais meios de difusão de conhecimentos e informações.

Prescinde-se a respeito da utilização das novas mídias pela indústria cultural para incutir no receptor da mensagem e no internauta interativo o ideário do consumo, transpondo-o para uma realidade baseada no consumo desenfreado, na substituição dos produtos "ultrapassados" por novos como forma de satisfazer os ímpetos consumeristas impostos pela mídia e pela sociedade superficial e imediatista.

Dando seguimento ao ensaio, o segundo eixo, será encarregado de examinar a aplicação das TICs, especialmente das redes sociais na formação de vínculos sociais, na construção de relações humanas. A partir do papel interativo e participativo do indivíduo na Internet se quer visualizar a sensação de inclusão realmente provocada sobre o indivíduo, sobre a premissa da construção de amizades, relacionamentos interpessoais, bem como da ilusão de felicidade e realização profissional e pessoal exasperada em tais meios. Pretende-se permear se tais conexões são rasteiras e

efêmeras, baseadas em relações imediatas e instáveis ou se podem verdadeiramente substituir o contato efetivo realizado fora do ambiente virtual, em âmbito externo.

Em sede de terceiro e, último, ponto abordado no ensaio tratar-se á da questão da violação de direitos de personalidade e de direitos fundamentais, explicitando o conceito de cyberbulying e alguns exemplos práticos de indenização gerados após o ferimento de direitos por meio da internet. Quer-se vislumbrar nesse eixo temático as lesões ocasionadas àqueles direitos que são basilares e intrínsecos aos humanos, como prerrogativas da personalidade e também os direitos que estão solidificados em âmbito constitucional, ditos direitos fundamentais, bem como as respostas ofertadas pela Jurisdição Estatal no caso de ofensa a tais balizas.

Para o propósito, utiliza-se o método de abordagem dedutivo uma vez que se parte da teoria geral aplicada as TICs e trabalha-se casos específicos dela. Nesse ínterim, se aponta as multidimensões das tecnologias informacionais, indústria cultural e das novas mídias, compondo um novo cenário no ambiente hodierno, modificando o espectro das relações estabelecidas entre os pares, de modo a configurar novas demandas como o consumo exacerbado e outras práticas baseadas no padrão desenvolvimentista social. Do mesmo modo, operou-se a utilização do método de procedimento monográfico, ancorando-se a abordagem a partir de cunho doutrinário, legal e também baseado em posições tomadas pelos órgãos jurisdicionais, sobretudo a partir do ferimento ou lesões a direitos fundamentais do indivíduo.

1 AS NOVAS MÍDIAS E O PARADIGMA DA INDÚSTRIA CULTURAL NO FOMENTO DO CONSUMISMO EM EXCESSO

Em sede preliminar consiste prescrever que o presente capítulo encarrega-se de expor a temática que concerne às novas mídias e sua imbricada relação com a indústria cultural, sendo fenômeno determinante para a construção e o fomento do consumismo, tornando-o em demasia, em excesso. Neste viés vislumbra-se exemplificar no que consistem tais novas mídias e sua forma de atuação no mercado consumerista e espectador atual.

Como já preceituado, levantada a questão fulcral de tal eixo temático, cumpre delinear o conceito de mídia tradicional, exemplificando seu estereótipo e natureza, para em momento posterior referir acerca da sua estruturação e a relação com a indústria

cultural, de forma a caracterizar fator preponderante para a edificação do consumo em excesso posto na malha social.

Portanto, de acordo com conceito cunhado por Santaella, "no sentido mais estrito, mídia se refere especificamente aos meios de comunicação de massa, especialmente aos meios de transmissão de notícias e informação, tais como jornal, rádio, revista e televisão." (SANTAELLA, 2003, p. 61-62)

Dando seguimento ao raciocínio a respeito das mídias tradicionais, Santaella (2003, p. 61-62) reitera:

> Seu sentido pode se ampliar ao se referir a qualquer meio de comunicação de massas, não apenas os que transmitem notícias. Assim, podemos falar em mídia para nos referirmos a uma novela ou a qualquer outro de seus programas, não apenas aos informativos. Também podemos chamar de mídias todos os meios de que a publicidade se serve desde outdoors até mensagens publicitárias veiculadas por jornal, rádio e TV. Em todos esses sentidos, a palavra "mídia" está se referindo aos meios de comunicação de massa (SANTAELLA, 2003, p. 61-62).

Dessa forma, as mídias tradicionais se ocuparam por muito tempo em veicular mensagem e conteúdo informativo, tendo por base as ideologias e os interesses das estruturas que as mantém e que fornecem capital para custear todos os serviços ofertados. Contudo, com a revolução informacional provocada pela internet e seu sistema de suporte único foi possível modificar a situação posta, assim "o surgimento da comunicação teleinformática veio trazer consigo a ampliação do poder de referência do termo 'mídias' que, desde então, passou a se referir a quaisquer tipos de meios de comunicação, incluindo aparelhos, dispositivos ou mesmo programas auxiliares da comunicação." (SANTAELLA, 2003, p. 61-62).

Desta forma vislumbra-se que a rede mundial de computadores foi determinante para superar o panorama controlado pelas grandes empresas e gigantes do setor comunicacional, "foi com a emergência da comunicação planetária, via redes de teleinformática, que instalou definitivamente a crise do exclusivismo do emprego da palavra 'mídia' para se referir também a todos os processos de comunicação mediados pelo computador." (SANTAELLA, 2003, p. 61-62).

Nesse contexto, superada a questão da terminologia conduzida pelo emprego do conceito de mídia tradicional, é chegado o momento de preceituar acerca do que se tratam as novas mídias. Colombo (1995 b) define novas mídias como sendo “todos os meios, de comunicação, representação e conhecimento (isto é, media) nos quais

encontramos a digitalização do sinal e do conteúdo, que possuem dimensões de multimídia e interatividade".

Na visão de Cardoso (2007, p. 111) elas

> Podem ser apelidadas, pois são mídia por serem mediadores da comunicação e introduzem novidade porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam em uma mesma plataforma tecnológica dimensões de comunicação interpessoal e meios de comunicação de massa, porque são indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo, porque procuram a síntese da retórica textual e visual, promovendo novas audiências e ferramentas de reconstrução social. (CARDOSO, 2007, p. 111)

Nesta égide, tem-se que as novas mídias possuem grande interlocução no contexto hodierno, visto que a convergência de meios propiciada pelo suporte tecnológico de comunicação e internet potencializa a indução de comportamentos dos indivíduos, vez que a mídia pode desempenhar duplo papel no contexto social, atuando como ferramenta que auxilia na consolidação do processo democrático, mas também pode subverter os espaços de diálogo, vez que centraliza certas trivialidades, potencializa discursos descompromissados, sem aderência, bem como possuem grande ingerência quanto a comportamentos ligados a hábitos, sobretudo, de consumo.

Perpassada as noções peculiares envolvendo a mídia tradicional e a sua nova roupagem, cumpre a partir de então delinear sua relação com a indústria cultural, demonstrando sua simbiose com a prática consumista, que se mostra como um grande celeuma social em atividade. Entende-se por indústria cultural toda a aparelhagem midiática que tem por objeto a transmissão de ideias, comportamentos, padrões, tudo revestido sob as mais diversas formas. Todos esses produtos passam mensagens, diretas ou não, subliminares ou não, tendo por fundo os interesses e ideologias das empresas e dos veículos que realizam essa transmissão.

De acordo com Rudiger (2007) a indústria cultural gera lucro, é uma ideologia capitalista, que visa o consumo acrítico da sociedade. Nesse sentido, há uma troca originada, quando a cultura torna-se produto, devendo ser consumida pela sociedade, solidificando, desta forma, a racionalidade capitalista.

A lógica do sistema caminha no viés da manutenção dos atuais paradigmas, convenientes a todos os atores deste cenário, reforçando ainda mais o ideal de que ''uma das funções da cultura da mídia dominante é conservar fronteiras e legitimar o domínio de classe, da raça e do sexo hegemônico'' (KELLNER, 2001, p. 84),

transformando os cidadãos em consumidores de tudo o que é veiculado, sem criticidade para distinguir e analisar.

Sobre a sociedade composta por sujeitos acríticos, Adorno (1995, p. 238) afirma:

> Assim, calculada desde a sua concepção em função da comercialização, a produção cultural perdeu seu sentido; a cultura que, de acordo com seu próprio conceito, não só obedecia aos homens como seria de instrumento de protesto contra a letargia, agindo no sentido de promover uma maior conscientização e, portanto, humanização, passou – a partir do controle social decorrente do planejamento maciço da indústria cultural – a promover exatamente a letargia, pois é do interesse da indústria cultural que as massas permaneçam amorfos e acríticos, que não se emancipem. (ADORNO, 1995, p. 238)

Na mesma seara, passando por aqueles que não criticam o atual modelo é que também se forma a sociedade consumidora, comprometida com seus próprios pensamentos, em que o outro é visto apenas de forma irrefletida. Essa composição social reforça o ideário da escolha de um estilo de vida em que o ter é mais importante, em que se encoraja a utilização de variados meios para que se alcance o objetivo final e, portanto, a satisfação de seus anseios.

Assim, sobre a sociedade de consumidores Bauman (2008, p. 70) expressa:

> Se a cultura consumista é o modo peculiar pelo qual os membros de uma sociedade de consumidores pensam em seus comportamentos ou pelo qual se comportam ‘’de forma irrefletida’’ – ou, em outras palavras, sem pensar no que consideram ser seu objetivo de vida, e o que acreditam ser os meios corretos de alcançá-lo, sobre como separam as coisas e os atores relevantes para esse fim das coisas e atos que descartam como irrelevantes, acerca de o que os excita e o que os deixa sem entusiasmo ou indiferentes, o que os atrai e o que os repele, o que os estimula a agir e o que os incita a fugir, o que desejam, o que temem e em que ponto temores e desejos se equilibram mutuamente - , então a sociedade de consumidores representa um conjunto peculiar de condições existenciais em que é elevada a probabilidade de que a maioria dos homens e das mulheres venha a abraçar a cultura consumista em vez de qualquer outra, e de que na maior parte do tempo obedeçam aos preceitos dela com máxima dedicação (BAUMAN, 2008, p. 70).

Sob a égide do mesmo enfoque, é cediço que o ser humano tende, durante toda sua existência, a seguir determinados padrões de comportamento, estes, por sua vez, são ditados pela sociedade, levando-se em consideração o nível socioeconômico, de informação e o âmbito em que estão inseridos. A mídia, em sua gênese, como mecanismo que funciona como uma forma de pensar e transmitir conceitos e ideologias, observando todo este cenário, passou a utilizar-se de técnicas para fomentar ainda mais

o consumo e, então, padronizar os hábitos de uma sociedade altamente consumidora e volátil como a tal.

Com efeito, Bauman (2011, p. 154) destaca:

> Numa sociedade de produtores, o longo prazo ganha prioridade sobre o curto prazo, e as necessidades de todos suplantam as necessidades de suas partes – assim, as alegrias e satisfações derivadas de valores ‘’eternos’’ e ‘’supraindividuais’’ são consideradas superiores aos efêmeros arcabouços individuais; e a felicidade de um maior número de pessoas é posta acima dos problemas de um número menor. Na verdade, elas são vistas como as únicas satisfações genuínas e válidas em meio à multiplicidade de ‘’prazeres de momento’’ sedutores, mas falsos, enganosos, inventados e degradantes (BAUMAN, 2011, p. 154).

Com isso, o arranjo social que já é “regulado pelo princípio do prazer imediato, da descartabilidade e da volatilidade’’ (COSTA, 2006, p. 188) tem suas condutas reiteradas e as práticas guarnecidas, visto que as próximas gerações, a partir das investidas certeiras praticadas pelos veículos de mídia e da indústria cultural, tomarão para si esta atribuição e irão dar continuidade, mantendo toda esta estrutura que beneficia grandes corporações e empresas. A complexidade que a sociedade apresenta hodiernamente só demonstra e comprova o nível de consumo, já que ‘’consumimos objetos, consumimos bens, consumimos informações’’ (SILVERSTONE, 1999, p. 150), tudo isso em grande escala e num intervalo de tempo muito pequeno.

Nesta senda, cumpre referenciar que de acordo com o que preceitua Bauman (2008, p. 41) “o consumo é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos, como indivíduos, já o consumismo é um atributo da sociedade’’. Quer dizer, o consumo seria um ato indispensável à vida do ser humano, uma atribuição típica do seu cotidiano, algo banal, trivial.

Sendo assim, sempre ele (BAUMAN, 2008, p. 37) conceitua o consumo de forma que:

> Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto dessa maneira, o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos e com toda a certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos (BAUMAN, 2008, p. 37).

Já no que diz respeito ao consumismo, Bauman (2008, p. 41) aduz que ‘’se trata de um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios

humanos rotineiros, permanentes". Desta forma, se concebe a premissa de que seria a principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais. Bauman ainda relata que o ''consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho'' (2008, p. 41).

Desta feita, "o ato de consumir é um ato de satisfação de necessidades internas e externas, primárias e secundárias. Dessa pluralidade o homem não pode abrir mão'' (COELHO, 1996, p. 16). É assim que as pessoas impõem suas vontades, frustrações e desejos, direcionando tudo para um campo em que o consumir poderia trazer sensação de saciedade ou até mesmo aliviar a tristeza e o sofrimento. Como aduz Bauman "a sociedade do consumo tem por base a premissa de satisfazer os desejos humanos de uma forma que nenhuma sociedade do passado pôde realizar ou sonhar" (2007, p. 106).

Diferentemente do atual panorama, na era sólido-moderna da sociedade de produtores, a satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança em longo prazo, não no desfrute imediato de prazeres (BAUMAN, 2008, p. 43). Nesse ínterim, cumpre salientar que ''todos os seres humanos, ou melhor, todas as criaturas vivas 'consomem' desde tempos imemoriais'' (BAUMAN, 1999). No entanto, é a não satisfação plena dos desejos e das crenças que fazem a indústria do consumo continuar a produzir, "tornar permanente a insatisfação" (BAUMAN, 2007, p. 106).

Deste modo, o fenômeno da indústria cultural repercute em todas as esferas da sociedade, ''a cultura imposta pela mídia está presente no cotidiano das pessoas. Isto se dá, pois são rodeadas por televisão, rádios, revistas e jornais e por vários outros meios'' (KELLNER, 2001). Os meios de comunicação de massa configuram-se como instrumentos potenciais no que diz respeito à difusão de ideias e preceitos, fazem isso através de discursos, com meta precípua a adesão de novos nichos consumidores. Assim, cumpre referenciar que ''a massa constitui uma estrutura passiva de recepção de mensagens dos meios de comunicação, sejam elas políticas, culturais ou publicitárias'' (BAUDRILLARD, 1985, p. 23).

Sobre tal temática, Kellner (2001, p. 81) discorre:

> A cultura da mídia, assim como os discursos políticos, ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos. Produz representações que tentam induzir anuência a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver em certas ideologias o modo como as coisas são (ou seja, governo demais é ruim, redução da regulação governamental e mercado livre são coisas boas, etc). Os textos culturais

> populares naturalizam essas posições e, assim, ajudam a mobilizar o consentimento às posições políticas hegemônicas. (KELLNER, 2001, p. 81)

Feitas as referidas discussões acerca da indústria cultural, seu conceito e ideologia, referencia-se, a partir de então, as ferramentas utilizadas por tal estrutura, como forma de recrutar novos consumidores e sua influência na mídia, de forma a transformá-la em produto final. Destarte, o fomento realizado pela indústria cultural se dar através dos instrumentos citados, estes são utilizados incisivamente no alargamento do número de consumidores, propiciando aumento exponencial de adeptos a determinado programa, produto, marca ou empresa. Como forma de realizar tal política a indústria cultural dispõe da Publicidade e da Propaganda, como mecanismos que primam pela lógica mercantilista e favorecem a expansão comercial.

Na visão de Bauman, pode-se causar o efeito da permanente insatisfação de duas maneiras: uma é de "depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido alçados ao universo dos desejos do consumidor" e, outra, é o "método de satisfazer toda a necessidade/desejo/vontade de uma forma que não pode deixar de provocar novas necessidades/desejos/vontades". (BAUMAN, 2007, p. 106-107)

E, para isso, utiliza-se da publicidade e propaganda, para que o que comece como um desejo/necessidade termine como um vício compulsivo. "Toda a promessa deve ser enganosa, ou pelo menos exagerada, para que a busca continue". (BAUMAN, 2007, p. 108)

Visualiza-se, com maior precisão a lógica executada pelas ferramentas da indústria cultural quando o governo faz anúncio nos meios de comunicação para "falar bem'' das suas propostas e de sua política, aí se tem implementada a propaganda; já quando uma empresa divulga determinado produto ou serviço, mostrando suas benesses e qualidades, tem-se a publicidade. (SOARES, 1988, p. 27) Assim, a primeira tem sua base em interesses políticos, enquanto a última se desenvolveu no intuito de divulgar os produtos, tudo por objeto alcançar consumidores (SOARES, 1988).

Desta sorte, ressalta-se que a propaganda ganha dimensões diferenciadas, uma vez que sua preocupação essencial diz respeito às ações de divulgação de mensagens de caráter ideológico, político ou religioso, enquanto a publicidade ganha contornos de natureza puramente comercial, com intuito de mostrar determinado produto e atrair os consumidores.

Nesta senda, Soares (1988, p. 27) destaca:

> A publicidade precisa do público. Existe em função dele. Nasceu no Brasil, quando a sociedade capitalista passou de uma economia essencialmente rural para uma economia agroindustrial urbana, na virada do século XIX para o século XX, intensificando-se, posteriormente, com a consolidação do modelo industrial de produção, os brasileiros residentes principalmente nas cidades servidas pelos jornais e, mais tarde elo rádio (a partir da década de 20) passaram a ser identificados sob as denominações gerais de ‘’opinião pública’’ (quando o que se quer designar é a medida do pensamento do povo sobre determinados assuntos, principalmente políticos) e ‘’consumidores’’ (compradores em potencial). (SOARES, 1988, p. 27)

Igualmente, a televisão, como será visto adiante, por constituir-se um meio de comunicação de massa, o mais expressivo e de maior alcance atualmente[1], corrobora as práticas comerciais encabeçadas por elas vez que tais conteúdos divulgados são diluídos entre as programações, reforçando o ideário do consumo desenfreado, da substituição voraz de produtos por novos, aguçando a curiosidade e interesse dos telespectadores. Este comportamento também tem razão de ser devido ‘’à televisão expressar a maior parte do seu conteúdo em imagens visuais e não em palavras’’ (POSTMAN, 1999, p. 128), captando, desta forma, ainda mais a atenção dos telespectadores.

Deste modo, o que se vê atualmente é a construção de paradigmas, já que a indústria cultural cumpre a função de criar consumidores, para que possam sofrer as interferências impostas pela cultura da mídia e, posteriormente, obedecendo à lógica de mercado consumir os produtos expostos e criar demanda, além da produção, circulação e exibição de produtos e serviços.

Nesse contexto, Baudrillard (1991, p. 16) apresenta a ideia de que:

> Antigamente bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje, é preciso produzir os consumidores, é preciso produzir a própria demanda e essa produção é infinitamente mais custosa do que as mercadorias. (BAUDRILLARD, 1991, p. 16)

Constata-se, portanto, que a indústria cultural desempenha fundamental papel no que diz respeito à transmissão de comportamentos que fomentam um padrão consumidor, visto seu caráter ideológico eminentemente capitalista, pautado pela lógica de mercado e comprometido unicamente com os interesses daqueles atores que circundam a matéria comercial e veículos difusores.

Sobre esse tocante, Bauman (2008, p. 76) traduz:

[1] Em 2007, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento noticiava que o número de brasileiros com TV em cores era maior do que as que desfrutavam de saneamento básico. (PNDU, 2007)

> [...]“Consumir’’, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em ‘’vendabilidade’’: obter qualidades para as quais já existe uma demanda de mercado, ou reciclar as que já se possui, transformando-as em mercadorias para as quais a demanda pode continuar sendo criada. A maioria das mercadorias oferecidas no mercado de consumo deve sua atração e seu poder de recrutar consumidores ávidos a seu valor de investimento, seja ele genuíno ou suposto, anunciado de forma explícita e direta. Sua promessa de aumentar a atratividade e, por consequência, o preço de mercado de seus compradores está escrita, em letras grandes ou pequenas, ou ao menos nas entrelinhas, nos folhetos de todos os produtos - inclusive aqueles que, de maneira ostensiva, são adquiridos principalmente, ou mesmo exclusivamente, pelo puro prazer do consumidor. O consumo é um investimento em tudo que serve para o ‘’valor social’’ e a auto-estima do indivíduo (BAUMAN, 2008, p. 76).

Também, nesse ínterim, destaca-se como vértices necessários à manutenção dessa estrutura que visa à busca de nichos consumidores, a publicidade e a propaganda. Estes instrumentos aliados a outras formas de marketing e promoção de produtos e serviços são utilizadas pelas corporações, empresas e indústrias para fazer a divulgação nos mais diferentes meios e plataformas, sobretudo na televisão, maior e mais expressivo meio de comunicação social existente até então e também na internet, cuja exponencial gama de indivíduos consegue é propícia a alcançar. Desta feita, percorrido todo o caminho exposto se vislumbra as novas mídias e sua total consonância com a indústria cultural como forma de construir bases firmadas no consumo, levando os sujeitos a práticas prejudiciais a sua subsistência e saúde financeira.

Ademais, levando-se em consideração que fomentados pela indústria cultural na formação de um padrão de consumo cumpre referir que a mídia exerce um relevante papel nesse contexto. Sob tal premissa, calcado nas tecnologias informacionais e sua potencialidade no que tange a inclusão do indivíduo, cumpre abordar, em tópico a seguir, as redes sociais e a construção de laços entre os sujeitos a partir desses instrumentos de interação social.

2 AS TICs E A SENSAÇÃO DE INCLUSÃO – As Redes Sociais da Internet e a sua participação na formação de vínculos sociais

É cediço que as novas Tecnologias da Informação e Comunicação, principalmente a internet, modificaram a forma com que se comunica atualmente, transpondo barreiras geográficas e temporais, estabelecendo conexões mútuas e interlocuções onde a bidirecionalidade passou a atuar de forma preponderante,

garantindo aos indivíduos a possibilidade de interlocução contínua e de também produzirem conteúdo e informação.

Sob tal enfoque o presente eixo pretende debruçar-se a respeito das TICs e a sensação de inclusão provocadas no indivíduo, de forma a fazê-lo sentir-se ativo e participante no meio em que está inserido, criando verdadeiros laços, vínculos estabelecidos com os pares com os quais mantém relação, tendo como base e suporte as redes sociais, tais como Facebook, Instagram e outros aplicativos sociais existentes hodiernamente.

Entretanto, necessita-se em primeiro plano especificar do que se tratam as Tecnologias da Informação e Comunicação, para em momento posterior referir acerca de suas plataformas digitais e sua contribuição na formação de vínculos e laços sociais na estrutura organizacional da sociedade. Desse modo, de acordo com o entendimento de Sanches (2003):

> As Tecnologias da Informação e Comunicação podem ser definidas como um conjunto de recursos tecnológicos usados para produzir e disseminar informações, dentre os quais estão o telefone (fixo e móvel), o fax, a televisão, as redes (de cabo ou fibra ótica) e o computador, sendo que a conexão de dois ou mais computadores cria uma rede, e a principal rede existente atualmente é a internet (SANCHES, 2003).

Neste enfoque, salienta-se que o indivíduo conectado passou a sentir-se mais seguro em ambiente virtual para construir suas relações, expressar sentimentos e opiniões, tal quadro propiciou terreno fértil para o exercício da ampla liberdade de expressão. As novas mídias que tem as TICs como suporte técnico possibilitam esse tipo de comportamento na rede, deixando o indivíduo livre, para produzir, disseminar informação e promover relações com outros sujeitos, sem preocupar-se com limitações e barreiras temporais e geográficas.

Nas palavras de Lévy (2002, p. 37):

> Estamos a passar de um sistema midiático dominado pela televisão para uma rede de comunicação que permite a omnivisão, que nos possibilitará dirigir o nosso olhar para onde quisermos no espaço, nas escalas de grandeza, nas disciplinas, no tempo e nos mundos virtuais fictícios, mas experimentáveis, que iremos multiplicar no futuro. (LÉVY, 2002, p. 37).

Os novos espectros da atualidade tem compromisso com a ampla divulgação dos fatos e, sobretudo com a participação ativa do sujeito, de modo a superexpor suas opiniões e convicções a respeito dos acontecimentos. Desenvolve-se uma quebra na

hegemonia empresarial dos detentores da informação, que, a partir de agora passam a sofrer a concorrência direta da internet e de suas plataformas de interação. Acerca da perspectiva envolvendo a Internet, José de Oliveira Ascensão (2002, p. 69) relata que "a Internet permitiu a experimentação de um tipo de comunicação de âmbito mundial. Apresentou-se com um caráter atrativo, que levou a que os destinatários nela se empenhassem e adestrassem, e por outro lado ficassem dependentes deste modo de comunicação."

Ainda no mesmo sentido, Lévy (2002, p. 49) reitera:

> Agora, a partir do computador ligado à Internet, temos a escolha entre todas as rádios, todas as televisões, todos os jornais disponíveis. Já não somos obrigados a restringir o nosso prisma e as nossas informações àquilo que escrevem ou dizem à nossa volta num raio de quinhentos ou mil quilômetros. Temos acesso a pontos de vista de conjunto dos agentes em debate ou em conflito. A nossa compreensão do mundo pode tornar-se mais vasta, mais aberta (LÉVY, 2002, p. 49).

Nesse concernente é que se aponta conforme a visão de Cremades que "a internet não é um meio de comunicação, mas uma plataforma de comunicação de pessoas" (CREMADES, 2009, p. 204). Assim, não se pode prescindir do efeito integrador e catalisador das novas tecnologias digitais, que tendem a diluir fronteiras geográficas, aproximando pessoas e criando verdadeiros vínculos, sejam estes de amizade, trabalho ou relacionamento interpessoal e amoroso.

Sobre as modificações exponenciais provocadas pelas tecnologias Drucker (1994) relata:

> Os séculos XVIII e XIX apresentaram marcas importantes para a humanidade, a exemplo da Revolução Industrial que, assim como outros eventos, transformou através da tecnologia a sociedade e a civilização do mundo inteiro. (DRUCKER, 1994).

A comunicação assim como a informação tornaram-se peças-chave fundamentais na atualidade, visto o caráter imprescindível de determinação dos indivíduos para guiar suas condutas e pensamentos. Nos dizeres de Cremades (200p, p. 201) "a comunicação é um processo fundamental e a base de toda organização social. É mais do que a transmissão de mensagens; é uma interação humana entre indivíduos e grupos por meio do qual se formam identidades e definições.”

Sobre as conexões humanas propiciadas pela virtualidade moderna Bauman (2004, p. 82) aduz:

> O advento da proximidade virtual torna as conexões humanas simultaneamente mais frequentes e mais banais, mais intensas e mais breves. As conexões tendem a ser demasiadamente breves e banais para poderem condensar-se em laços. Centrada no negócio à mão, estão protegidas da possibilidade de extrapolar e engajar os parceiros além do tempo e do tópico da mensagem digitada e lida – ao contrário daquilo que os relacionamentos humanos, notoriamente difusos e vorazes, são conhecidos por perpetrar. Os contatos exigem menos tempo e esforço para serem estabelecidos, e também para serem rompidos. A distância não é obstáculo para se entrar em contato – mas entrar em contato não é obstáculo para se permanecer à parte. Os espasmos da proximidade virtual terminam, idealmente, sem sombras nem sedimentos permanentes. Ela pode ser encerrada, real e metaforicamente, sem nada mais que o apertar de um botão. (BAUMAN, 2004, P. 82).

Assim, nesse contexto, o que se pode referir é que "parentesco, afinidade, elos causais são traços da individualidade/e ou do convívio humanos" (BAUMAN, 2004, p. 17) de forma que as relações sociais desenvolvidas pelos meios eletrônicos possibilitam aumentar a gama de interconexões de indivíduos, fazendo-os interagir uns com os outros, possibilitando aumentar a sensação de inclusão em determinado meio ou espaço. Do mesmo modo que tal sensação propicia-se, entretanto, o contato formado é de pouca profundidade, visto o liame fraco que os une.

Nas palavras de Bauman (2004, p. p. 22):

> E assim é numa cultura consumista como a nossa, que favorece o produto pronto para uso imediato, o prazer passageiro, a satisfação instantânea, resultados que não exijam esforços prolongados, receitas testadas, garantias de seguro total e devolução do dinheiro. (BAUMAN, 2004, p. 22).

A sensação de inclusão na vida das pessoas e de proximidade do cotidiano ocorre devido ao bombardeio de conteúdo informacional disposto nos meios sociais, mensagens sobre a vida, trabalho, fotos sobre as férias e demais momentos de cunho pessoal que são compartilhados virtualmente tendem a aproximar os indivíduos, colocando-os ao alcance, ofertando a oportunidade de acompanhar, bem como interagir e comentar sobre tais fatos e momentos. "Da mesma forma que a maioria das inovações tecnológicas recentes, elas encurtam a distância entre o impulso e sua satisfação e fazem com que a passagem de um a outro seja mais rápida e menos trabalhosa." (BAUMAN, 2004, p. 72).

As redes sociais como Facebook, Instagram, bem como outros meios e aplicativos eletrônicos que tem por égide o convívio social eletrônico possibilitaram que o contato com determinado indivíduo que mora muito distante ou cuja distância

temporal tratou de afastar, sejam retomados. A funcionalidade destas ferramentas diz respeito à garantia de acompanhar em tempo real o que acontece com determinado sujeito, participando ativamente de sua vida, espetacularizando àquilo que seria de caráter pessoal e íntimo.

Nas palavras de Gary Turk (REVISTA MONET, 2014):

> Toda essa tecnologia que temos é apenas uma ilusão / Comunidade, companheirismo, sensação de inclusão / Quando você se afasta deste dispositivo de ilusão / Você desperta para ver um mundo de confusão. (TURK, Gary. Revista Monet, 2014).

Este espectro de substituição do convívio humano direto pelo contato baseado na virtualidade ocorre, por sua vez, por conta das modalidades de hábitos e atividades vivenciadas na pós-modernidade, onde a carga de trabalho ocorre em demasia, devido ao acúmulo de atividades profissionais, correria, falta de tempo adequado para as amizades e relações interpessoais. Todo este panorama tende a cultivar relações mais efêmeras e superficiais, visto que verdadeiras relações de amizade, relacionamento humanos necessitam ser conduzidos com maior cautela, dedicação e tempo, tempo para construção de liames duradouros e eficazes socialmente, indo em oposição à máxima moderna de satisfação instantânea dos desejos fluidos.

Sobre esse paradigma Bauman (2004, p. 27) reitera:

> Em sua versão ortodoxa, o desejo precisa ser cultivado e preparado, o que envolve cuidados demorados, a árdua barganha com consequências inevitáveis, algumas escolhas difíceis e concessões dolorosas. Mas, pior que tudo, impõe que se retarde a satisfação, sem dúvida o sacrifício mais detestado em nosso mundo de velocidade e aceleração. (BAUMAN, 2004, p. 27).

A virtualidade ocasionada pelos meios informacionais sociais gera, sobretudo, aos mais jovens, parcela constituída principalmente por crianças e adolescentes, a faculdade de sentir-se aceitos, ou seja, desenvolvem-se pelo computador a possibilidade de inclusão e aceitação social, que por vezes no ambiente externo, na realidade não ocorre. Contudo, há de se afirmar que o contato constituído através das mídias digitais não substitui o contato real, desenvolvido no ambiente externo ao do computador e das redes digitais, visto o caráter eminentemente social e gregário do ser humano, que necessita do contato mais profícuo entre as pessoas. Nesse contexto, pode-se inferir que

"a apresentação dos membros como indivíduos é a marca registrada da sociedade moderna." (BAUMAN, 2001, p. 39).

No que toca a aceitação, pode-se afirmar ser ocasionada pelo reflexo da sociedade consumista a que se está inserido, onde o ato de adquirir produtos novos a cada momento é a ordem tomada como principal, o que faz crescer a pressão sob os indivíduos, fazendo-os laborar mais a fim de conquistar mais bens de consumo, deixando o contato físico e presencial em segundo plano, reafirmando as redes sociais como ambiente proficiente de interação e satisfação de anseios.

Do mesmo modo, Bauman (2008, p. 197) relata:

> Ninguém pode sentir-se realmente insubstituível; mesmo a mais privilegiada posição pode se mostrar temporária e sujeita a 'até novo aviso'. E se os seres humanos não contam, os dias de suas vidas também não. Na ausência da segurança de longo prazo, a 'satisfação instantânea' parece uma estratégia sedutoramente razoável. (BAUMAN, Zygmunt, 2008, p. 197).

Como dito alhures, o peso desempenhado pelas redes sociais hodiernamente é muito grande, tanto por sua potencialidade na formação de vínculos humanos, estabelecendo relações de amizade e também corroborando com relacionamentos, bem como quanto à miríade de aspectos funcionais, dentre os quais ressalta-se o papel difusor de conteúdo informacional de interesse público e coletivo, aspectos relativos à estrutura participativa de cidadania por meio da Web e a edificação Democrática do Estado, com as prerrogativas de Governo Eletrônico e acesso à informação.

Nesse aspecto Canclini (2008, p. 53) expõe:

> A digitalização incrementa os intercâmbios de livros, revistas e espetáculos, mas acima de tudo, está criando redes de conteúdos e formatos elaborados a partir da circulação multieletrônica. Está modificando, assim, os estilos de interatividade. (CANCLINI, 2008, p. 53).

É de assaz relevância que a era da informação e tecnologia está lançada, cumprindo bases exponenciais, reduzindo extensões territoriais e dando suporte ao indivíduo para o exercício de direitos. Como exemplo, cita-se a Lei de Acesso à Informação[2], que tem por objeto alcançar aos indivíduos a possibilidade de inteirar-se

[2] Lei 12.527, foi promulgada em 18 de novembro de 2011, e entrou em vigor em 16 de maio de 2012. Tal lei regula o acesso à informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências.

acerca de assuntos de interesse coletivo e que tocam à Administração Pública, além de implementar a cultura do acesso, com ampla publicidade e transparência das informações.

A participação do cidadão por meios das redes sociais é demasiada, visto o seu caráter de ampla liberdade, de viés bidirecional, "a liberdade de expressão, com efeito, é parte essencial do micropoder surgido das mudanças sociais provocadas pela interatividade proporcionada pelas tecnologias digitais." (CREMADES, 2009, p. 200). As mudanças provocadas pela Internet e suas ferramentas como as redes sociais estão presentes atualmente na malha social, visto a mudança provocada por tais instrumentos no comportamento das pessoas, que passam a comunicar-se utilizando-se de tais meios, flexibilizando as relações hoje existentes.

De acordo com o pensamento de Canclini (2008, p. 52-54):

> A comunicação digital, especialmente a de caráter móvel por meio dos celulares, proporciona ao mesmo tempo, interação interna e deslocalização, conhecimentos e novas dúvidas. As redes virtuais alteram os modos de ver e ler, as formas de reunir-se, falar e escrever, de amar e saber-se amado à distância, ou talvez, imaginá-lo. (CANCLINI, 2008, p. 52-54).

O que se pode precisar do emaranhado de circunstâncias, imagens, fatos e flagras propiciados e difundidos pelas redes sociais é a exasperação de comportamentos comprometidos com a degustação alheia, para que seja dada atenção a uma vida mais interessante e desejosa do àquele que passivamente recebe a mensagem. A preocupação essencial é tendenciosamente parecer melhor resolvido, parecer mais feliz, transparecer que o sujeito que emite tal mensagem é realizado profissional e pessoalmente. Estes comportamentos estão sendo fundados na cultura do consumismo e narcisismo, que não consegue lidar com as frustrações e problemas quotidianos. A solidão do século XXI coloque em cheque as premissas de uma vida realizada e feliz e transporta os indivíduos aos modelos virtuais de relacionamento, como forma de buscar àquilo que não se encontra fora das redes digitais.

Sobre os efeitos negativos a essa superexposição e utilização em demasia das Tecnologias da Informação e Comunicação, como as redes sociais, por exemplo, Canclini (2008, p. 52) aponta:

> A interatividade da internet desterritorializa. Conhecemos a facilidade dos internautas para socializar-se a partir de posições indefinidas, inclusive simuladas, inventando identidades. No limite, chega-se a fenômenos de

> autismo e desconexão social, devido às pessoas preferirem antes ficar na frente da tela do que relacionar-se com interlocutores em lugares fisicamente localizados. Conectividade não é sinônimo de interatividade. (CANCLINI, 2008, p. 52).

Assim, diante do exposto, é plausível a conferência que a utilização das TICs, especialmente as redes sociais, tem potencial valor para a sociedade hodierna, demonstrado a partir de suas benesses, como a diminuição de fronteiras temporais e geográficas, além de constituírem-se como instrumentos eficazes e comprometidos com o acesso às informações públicas, a Democracia e a participação ativa do cidadão virtualmente. Do mesmo modo vislumbrou-se o seu caráter iminente de inclusão social e interatividade, propiciando a identificação dos indivíduos e alcançando-lhes a plena liberdade de opinião e expressão por meios dos instrumentos eletrônicos.

Contudo, resta claro que as redes sociais e o contato unicamente virtual entre os pares não deve mostrar-se capazes de substituírem o contato real, realizado em âmbito externo. As superficialidades digitais e o imediatismo virtual não devem sobrepor-se ao contato longo e duradouro ocorrido na realidade entre os sujeitos. O ser humano, por sua própria natureza sente e tem a necessidade de construir laços e relações com outros indivíduos, devendo os meios eletrônicos apenas servir de aporte e subsídio, encorajando-os a transpor tais barreiras, solidificando e materializando na realidade seus liames.

Nesta égide, tendo como pano de fundo a ampla liberdade de expressão e comunicação difusa nos meios sociais digitais, a partir de redes coletivas de interação como, por exemplo, as redes Facebook, Instagram, Twitter, dentre outros aplicativos móveis de interlocução, que celeumas e distúrbios[3] podem ocorrer em tais meios eletrônicos, como o ferimento de direitos e garantias individuais. Muitos são os casos de crimes e lesões a direitos de personalidade e direitos fundamentais, especialmente a partir de condutas como a prática reiterada de cyberbullying. É sobre tal tema que o eixo a seguir tratará.

---

[3] Em sede de distúrbios ocasionados a partir de meios eletrônicos cumpre remontar o artigo intitulado "A Criança e o Adolescente Internauta – Doenças, celeumas e distúrbios: uma análise Jurídica das Tecnologias da Informação e Comunicação sob a ótica do Princípio da Proteção Integral", o qual fora publicado no eixo Direito e Novas Tecnologias, do XXIII Congresso Nacional do CONPEDI, realizado de 05 a 08 de novembro de 2014 em João Pessoa – PB. Nesse concernente, se exaspera acerca das novas doenças ocasionadas pelos meios informacionais, tais como Síndrome do Toque Fantasma; Nomophobia, Náusea Digital ou *Cybersickness*; Depressão de Facebook, Hipercondria Digital; Transtorno de Dependência da Internet, dentre outras doenças que passam a difundir-se entre os usuários dos meios eletrônicos (BARROS, Bruno; RICHTER, Daniela, 2014, p. 15).

3 AS TECNOLOGIAS INFORMACIONAIS E A VIOLAÇÃO DE DIREITOS: a questão do Cyberbullying

Destaca-se que o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, ocorrido nos últimos anos do século XX, com ênfase para a Internet, não só encurtou as distâncias geográficas, como produziu uma série de mudanças nas formas de relacionamento interpessoais, algumas boas e outras ruins, já que seu uso também está sendo realizado com a finalidade de cometer infrações, como se verá adiante.

Desta forma, como todo tema novo e relevante, este traz intrinsecamente o debate dos limites e alcance para sua concretização e proteção. É neste sentido que o presente tópico busca refletir sobre a necessidade de elaboração de políticas públicas preventivas à violência no ambiente virtual, pois a violação aos direitos fundamentais de usuários do ciberespaço passou a ser uma constante, situação agravada quando se trata de crianças e adolescentes que não possuem completo discernimento das situações enfrentadas.

Nesse sentido, tem-se que uma moderna forma de violação de direitos fundamentais é o uso das novas tecnologias para esse intento. A mais comum é a prática de cyberbullying que nada mais é do que atitudes agressivas, hostis, ocorridas e/ou veiculadas por meios eletrônicos e pela internet e, com isso, a liberdade de informação e seu uso consciente caem por terra, sendo que as ameaças podem tomar proporções muito maiores do que a violência presencial, visto que são disseminadas com maior rapidez do que aquela.

Segundo Silva (2010, p. 24):

> Os avanços tecnológicos também influenciam esse fenômeno típico das interações humanas. Com isso novas formas de bullying surgiram através da utilização dos aparelhos e equipamentos de comunicação (celular, internet), que são capazes de difundir, de maneira avassaladora, calunias e maledicências. Essa forma de bullying é conhecida como ciberbullying (...)

Dessa maneira as novas tecnologias estão sendo usadas para propagar a violência de maneira online. Pode-se afirmar que os meios de disseminação de difamações e calúnias mais utilizados pelos agressores são as redes sociais como o Facebook, WhatsApp, e-mails, torpedos, blogs, etc. Infelizmente estes indivíduos usam como ferramenta de insultos um meio que deveria ser utilizado para melhorar e facilitar

a difusão do direito de informação e da liberdade de expressão. Com essas más atitudes deprecia-se este meio tão importante de comunicação.

Assim, o *cyberbullying* é, pois, uma manifestação violenta e grave, que não deve ser tolerada, ao contrário, mais do que identificar as suas práticas e sua relação com o *bullying* tradicional, é preciso reconhecer o uso patológico de jogos e de outros aplicativos da rede e as características da produção de conteúdos problemáticos. A internet frise-se, é uma rede mundial de pessoas conectadas umas com as outras por meio das tecnologias digitais, através da qual é possível ocorrer coisas positivas ou negativas. Tanto é assim que os problemas de cibersegurança aumentam junto com a democratização do acesso às tecnologias digitais, pois isso faz com que aumente o fosso tecnológico entre os que usam e os que não usam esses instrumentos, ao serem deixados de lado de seus processos sociais do século XXI. (FANTE & PEDRA, 2008).

O que mais preocupa quanto a esta modalidade virtual, é a incapacidade, muitas vezes, de identificar os autores e divulgadores das mensagens agressoras, que de forma velada e anônima escolhem suas vítimas e passam a denegrir suas imagens. Para Smith (2005), citado por Shariff (2011, p. 59), o cyberbullying pode ser considerado "uma ação agressiva e intencional realizada por um grupo ou por um indivíduo, com o uso de formas de contato eletrônico, de forma repetida e ao longo de um período contra uma vítima que não consegue se defender com facilidade". Seguindo esta mesma senda, o supracitado autor complementa, dissertando acerca do modo como a violência online é praticada.

> Os métodos usados no bullying virtual incluem o envio de mensagens de texto que contenham insultos depreciativos por telefone celular, com os alunos mostrando as mensagens a outros alunos antes de enviá-las ao seu alvo; o envio de e-mails ameaçadores e o encaminhamento de e-mails confidenciais a toda uma lista de endereços dos seus contatos, desse modo, promovendo humilhação pública do primeiro remetente. Outros conspiram contra um aluno e o "bombardeiam" com e-mails ofensivos ou preparam um site depreciativo dedicado ao aluno escolhido como alvo e enviam o endereço a outros alunos, solicitando os seus comentários. (SHARIFF, 2011, p. 61) (Grifado no original)

Salienta-se que assim como no meio tradicional, também não há registro de um padrão de pessoas que se encaixe neste tipo de agressão, podem ser negros, brancos, pobres, feios, enfim, o que faz com que sejam agredidos é apenas o fato de que os agressores são pessoas sem limites, insensatas e inconsequentes que não percebem o

mal que fazem a pessoa agredida e ao mau uso da internet. Muitas vezes, quando se trata de crianças e adolescentes que são vítimas elas não revelam aos pais o que eles estão sofrendo, o que aumenta a sensação de vulnerabilidade.

Segundo a reprodução da fala de uma vítima de *cyberbullyin*g, transcrito por Shariff (2011, p.61), este se sente mais humilhado, pois é uma sensação que não deixa de existir quando sai da escola, pois não fica limitada ao seu grupo de colegas e sim a uma comunidade muito maior, que rapidamente se torna um universo de bilhões de pessoas, pois uma vez posto na rede se perde o controle da intimidade e não se fica mais restrito a agressor e vítima.

Diante do afirmado, o *cyberbullying* é uma realidade e não há como mensurar os danos causados, principalmente, frise-se nos infantes, em razão destas atitudes. A prova disso é que os tribunais estão a se ocupar desses atos seja de ações que envolvam crianças e adolescentes, seja em ações com adultos.

Na apelação civil nº 70031750094/2009, pode-se perceber pela ementa a responsabilidade também decorrente do bullying no ambiente virtual. Veja-se:

> Apelação. Responsabilidade civil. Internet. Uso de imagem para fim depreciativo. Criação de flog – página pessoal para fotos na rede mundial de computadores. Responsabilidade dos genitores. Pátrio poder. Bullying. Ato ilícito. Dano moral *in re ipsa.* Ofensas aos chamados direitos de personalidade. Manutenção da indenização. Provedor de internet. Serviço disponibilizado. Comprovação de zelo. Ausência de responsabilidade pelo conteúdo. Ação. Retirada da página em tempo hábil. Preliminar afastada. Denunciação da lide. Ausência de elementos. (RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça, Ap. 70031750094/2009, Relator: Des. Liége Puricelli Pires, 2010)

Em especial, cita-se o caso recente da decisão de indenização por atos praticados em redes sociais entre adultos como o Processo nº: 001/1.13.0073842-2 (CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA:.0082735-77.2013.8.21.0001, Relator: Des. ELISA CARPIM CORRÊA**, 2014**) em que a ex-miss Brasil Rafaela Koehler Zanella ajuizou ação de reparação de danos morais em face de André Cartelli por ter proferido comentários agressivos e difamadores sobre sua pessoa no Facebook argumentando que tais comentários lhe ofenderam a honra, a imagem e sua credibilidade profissional Alegava o réu de que ela recebeu a vaga no curso de medicina como prêmio do concurso garota verão, dentre outras situações depreciativas de sua capacidade profissional. A ação foi julgada procedente e confirmada no Tribunal de Justiça em grau de apelação.

Veja-se a ementa:

> APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. OFENSAS PROFERIDAS EM REDE SOCIAL (FACEBOOK). COMENTÁRIOS OFENSIVOS. OFENSA À HONRA SUBJETIVA. "QUANTUM" INDENIZATÓRIO MANTIDO. APELO E RECURSO ADESIVO DESPROVIDOS. (RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça, Ap. Nº 70062294459, Relator: Des Elisa Carpim Corrêa - N° CNJ: 0422008-08.2014.8.21.7000) 2014/CÍVEL)

Fato similar já havia acontecido em São Paulo quando uma servidora pública foi condenada a pagar R$ 10 mil como indenização por danos morais justamente por ter "compartilhado críticas a um veterinário da cidade pela rede social Facebook". A autora do texto também foi condenada ao pagamento da mesma quantia. (G1, 2013)

Outra situação de desmoralização e de ofensas aos direitos de personalidade e aos direitos fundamentais vê-se em lista no WhatsApp que elegia as pessoas de acordo com chavões de serem 'mais chata' e 'mais gay. Lista foi compartilhada entre moradores de Tanabi em São Paulo com nome e sobrenome dos envolvidos. A polícia está fazendo as investigações após ter tomado conhecimento das brigas em razões das ofensas cometidas por meio do uso de tecnologia (JUS BRASIL, 2015)

Notícia de igual teor fora divulgada em 25 de fevereiro de 2015 de que o juiz da Comarca de Teresina, do Tribunal de Justiça do Piauí, determinou que todas as companhias de telefonia suspendam temporariamente o funcionamento do aplicativo Whatsapp no Brasil, "até o cumprimento de ordem judicial", justamente pelo uso de tais meios para a propagação de pedofilia. (GLOBO, 2015)

Diante de tais casos, é preciso refletir e pensar o que leva a pessoas capazes a agira conscientemente de modo a denegrir e difamar a honra e a imagem de outras pessoas?

Tem-se que recordar que cada pessoa possui uma personalidade e que é ela que define uma série de predileções, reações perante os acontecimentos da vida, o modo de tratar as pessoas, dentre outros. Parte destas informações são herdadas pela interação social e pelo exemplo da família. Por esse ponto de vista, pode-se colocar que o *bullying* "é um comportamento inaceitável sob diversos aspectos: sociais, culturais, morais, éticos, científicos e evolucionistas" (SILVA, 2010, p. 75).

Ressalta-se, que alguns fatores e/ou atitudes podem se configurar em formas voluntárias ou involuntários de sua prática e/ou incentivo. Há uma versatilidade de atitudes maldosas que contribuem para ela, muito embora se aceite universalmente que se viva em uma cultura capitalista em que frequentemente é intolerante em relação às

diferenças e, o exagero é extremamente perigoso e pode levar a certos "bloqueios contextuais, os quais limitam opções e identidades" que podem contribuir ao desrespeito e ao *bullying* em suas múltiplas formas. (BEAUDOIN, 2006, p. 11)

No entanto, é preciso pensar além da simples reação gerada pela violência, é necessário repensar o acesso e a difusão do direito à informação pela internet de forma consciente e o papel dos atores sociais na prevenção deste tipo de ação cada vez mais praticada pelo uso das novas tecnologias. Para tanto, sem dúvida, é necessário repensar o conceito de cidadania no Estado Democrático de Direito.

Com esse mecanismo de participação social, o estado democrático deixa de ser uma *caixa preta*, fechada e passa a ter o papel realmente democrático, para que a sociedade possa participar, apoiar e acompanhar a implementação de politicas ou até mesmo opor-se a definições do governo. O que se quer na verdade, e, agora, nos limites propostos ao tema, uma cidadania realmente concretizadora, que seja capaz de concretizar o uso consciente das novas tecnologias.

Além disso, é preciso reiterar o processo de educação e, como cita Boff (2013, p. 266) "A educação do cuidado resgata o que é a emergência mais espetacular, misteriosa e bela, que jamais existiu no mundo que conhecemos e que é o milagre da existência de cada pessoa humana". É preciso, pois, desenvolver a consciência de que o ser humano não é o centro do universo, mas que é aquele que pensa, conscientiza e vê os resultados das ações dos seres humanos. Para o autor, todos têm uma missão que é "cuidarmos de nós mesmos, dos outros, da Terra e de cada ser que aqui habita". (BOFF, 2013, p. 267).

O grande problema de tudo isso é que em meio a tantos relacionamentos superficiais gerados por essas novas tecnologias desenvolver tal pensamento de cuidado e preocupação com o outro tem sido cada vez mais difícil e raro, mas ele precisa ser uma utopia necessária, já que imbuído desse sentimento fraterno o ser humano pode ser capaz de usar dessas técnicas apenas para o direito de informação e da liberdade de expressão sem ferir direitos dos outros indivíduos respeitando o sentido daquilo que Boff chama de "responsabilidade compartida". "Não abandone jamais a esperança, o sonho e a utopia. O futuro passa por aí" (BOFF, 2013, p. 272).

É com esse sentir que ainda restam considerações ao nível de conclusão.

CONCLUSÃO

O presente trabalho apresentou uma temática atual e relevante sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação e suas multidimensionalidades, por meio de um olhar reflexivo pretendeu questionar se a construção de vínculos em redes sociais e as multidimensionalidades das TICS, sob a atuação conjunta das mídias sociais e da indústria cultural levam ao consumismo e ao ferimento de direitos e garantias individuais, a partir de práticas, como, por exemplo, do Cyberbullying.

Para o desenvolvimento desse intento, inicialmente apresentaram-se as novas mídias e o paradigma da indústria cultural e debateram-se as formações de vínculos sociais e sua consequente violação de direitos. Nesse ínterim da "Era da Informação", momento marcado pela rapidez da informação e da instantaneidade das comunicações é que se apresentaram as interfaces que a Internet e as Tecnologias da Informação e Comunicação propuseram, gerando a produção de novos enlaces e arranjos sociais, onde a virtualidade caracteriza a tônica das relações nem sempre positivas.

Impende referir que de acordo com o novo paradigma tecnológico formas de organização e articulação em rede puderam se desenvolver, constituindo-se ora como instrumento para efetivar a cidadania, ora para reinvindicar os direitos não alcançados pelo Estado. Além disso, a Internet e os meios informacionais criaram perspectivas de ativismo digital, onde é possível a efervescência de temáticas a serem exploradas. Da mesma forma, preceituam-se as potencialidades culturais e de entretenimento ligadas à Web, bem como comércio eletrônico e construção de amizades e até relacionamentos por meio de conexões tecnológicas.

No entanto, o que se depreende da presente pesquisa é que nem todo resultado dessa conectividade é positivo. Existem malefícios desse contato virtual de forma demasiada. As relações são superficiais e há uma tendência de que as pessoas não se preocupem mais umas com as outras, o contato pessoal é substituído pelo contato virtual. As amizades são voláteis e efêmeras. Os meios tecnológicos permitem a exclusão de um amigo com muita facilidade. Basta que haja uma discordância e um novo comando de "desfazer amizade" é ativado, sem consequências, sem mágoas, sem justificativas. Fica mais fácil desfazer relacionamentos.

E, do mesmo modo, essa cultura da descartabilidade é utilizada nas aquisições de produtos e serviços. Percebe-se um aumento do consumismo pela simples tentativa de se sentir incluído. As pessoas tentam mostrar o melhor de si e o melhor do que o seu poder econômico pode alcançar. Isso leva, muitas vezes, a um superendividamento, mas em contrapartida a ostentação estará garantida. As novas mídias facilitam o acesso às

novidades do mercado e induzem essa necessidade por compras compulsivas e pela falsa sensação de inclusão de um grupo social privilegiado onde o ter é mais importante do que o ser.

Assim, se verifica a necessidade de uma estrutura que tenha por objetivo precípuo a conscientização sobre o uso moderado, regrado e salutar das tecnologias da informação e comunicação, a fim de evitar os maus-hábitos, as ações de puro marketing sem respeito aos sujeitos envolvidos, o fomento do consumismo, a propagação de distúrbios, de doenças, de violações cometidas por essas ferramentas. Nesse sentido, cumpre ao Estado promover políticas públicas e adoção de programas que incentivem a educação para a tecnologia de maneira preventiva.

É preciso, pois, fazer mais do que garantir o acesso à tecnologia, é preciso fomentar e preparar as pessoas para seu uso consciente, principalmente para evitar crimes cibernéticos, como os ilícitos do cyberbullying e da pedofilia, verdadeiro desrespeito aos direitos de personalidade do indivíduo. Desta forma, como todo tema novo e relevante, ele traz insitamente o debate permanente e contínuo sobre seus limites entre o que é o acesso a informação saudável e o que ultrapassa essas barreiras, razão pela qual não se pretende esgotar o assunto em tela, mas apenas refletir sobre os caminhos que a humanidade tem traçado.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. **Palavras e Sinais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Direito da Internet e da Sociedade da Informação**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível num mundo de consumidores?** Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

_____. **Vida para Consumo***:* a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. **Vida líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

_____. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Globalização**: as consequências humanas. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUDRILARD, Jean. **À sombra das maiorias silenciosas***:* o fim do social e o segmento das massas. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BARROS, Bruno; RICHTER, Daniela. **A Criança e o Adolescente Internauta – Doenças, celeumas e distúrbios: uma análise Jurídica das Tecnologias da Informação e Comunicação sob a ótica do Princípio da Proteção Integral.** In: Aires José Rover; José Renato Gaziero Cella; Fernando Galindo Ayuda. (Org.). Direito e novas tecnologias. I. João Pessoa – PB: Congresso Nacional do CONPEDI/UFPB, 2014, p. 15.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil:** promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 16 fev. 2015.

_____. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Apelação Cível Nº 70062294459. Relator: Des. Elisa Carpim Corrêa. Sessão em 18 de dezembro de 2014. Disponível em: http://www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php?nome_comarca=Tribunal+de+Justi%E7a&versao=&versao_fonetica=1&tipo=1&id_comarca=700&num_processo_mask=70062294459&num_processo=70062294459&codEmenta=6107400&temIntTeor=true. Acesso em 05 de mar de 2015.

_____. Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. Apelação Cível Nº 70031750094/2009. Relator: Des. Liége Puricelli Pires. Sessão em 30 de junho de 2010 Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=https%3A%2F%2Fnprocai.files.wordpress.com%2F2011%2F10%2Fjulgado-ciberbullying.doc&ei=4h4HVZiCMsjVggT3uYLYBQ&usg=AFQjCNGtzFukGgisOiGgWfgrGZGine0muA. Acesso em: 23 de fev. de 2015.

BEAUDOIN, Marie-Nathalie. **Bullying e desrespeito**: como acabar com essa cultura na escola. Tradução de Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006, p. 11.

BOFF, Leonardo. **O cuidado necessário**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013.

CANCLINI, Nestor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução de Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CARDOSO, Gustavo. **A Mídia na sociedade em rede:** filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

COELHO, Maria de Lourdes. **Consumo e espaços pedagógicos**. São Paulo: Cortez, 1996.

COSTA, Marisa Vorraber. Paisagens escolares no mundo contemporâneo. In: SOMER, Luís Henrique; BUJES, Maria Isabel Edelweiss (org.) *Educação e cultura contemporânea:* articulações, provocações e transgressões em novas paisagens. Canoas: ULBRA, 2006.

CREMADES, Javier. **Micropoder** – a força do cidadão na era digital. São Pulo: Senac, 2009.

DRUCKER, Peter. **Sociedade pós-capitalista.** Traduzido por Nivaldo Mantigelli Junior. São Paulo: Pioneira, 1994.

GLOBO. **Juiz determina suspensão do WhatsApp no Brasil.** Portal Globo.com. 26. Fev. 2015. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/juiz-determina-suspensao-do-whatsapp-no-brasil-15436995#ixzz3SnQduerz>. Acesso em: 10 Mar. 2015.

JUSBRASIL. **Polícia investiga lista no WhatsApp que elege 'mais chata' e 'mais gay'**. Portal JusBrasil. Fev. 2015. Disponível em: < http://fernandafav.jusbrasil.com.br/noticias/162231577/policia-investiga-lista-no-whatsapp-que-elege-mais-chata-e-mais-gay>. Acesso em: 10. Mar. 2015.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Tradução. Ivone Castilho Beneditti. São Paulo:EDUSC, 2001.

LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Tradução de Alexandre Emílio. Lisboa: Epistemologia e Sociedade, 2002.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

RUDIGER, Francisco. A Escola da Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antonio. (Org.). **Teorias da Comunicação***:* Conceitos, Escolas e Tendências. 3. ed. Porto Alegre: Vozes, 2007.

SANCHES, Oscar Adolfo. **Governo Eletrônico no Estado de São Paulo**. São Paulo: Série didática n.7, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Ana Beatris Barbosa. **Bullying:** mentes perigosas nas escolas. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Para uma leitura crítica da publicidade**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1988.

TURK, Gary. **"1190 amigos no Facebook. 10 amigos na vida real**. Revista Monet. 14. Maio. 2015. Disponível em: <http://revistamonet.globo.com/Revista/noticia/2014/05/1190-amigos-no-facebook-10-amigos-na-vida-real.html>. Acesso em: 07. Fev. 2015.