

# Jornal da UFU

setembro/novembro 2017 | número 178

## MUNDO VIRTUAL

Conexões e desconexões  
nas mídias sociais



# EDITORIAL

Cada vez mais presentes na sociedade, as mídias sociais, resultantes do avanço tecnológico e da globalização, são o tema desta edição do Jornal da UFU. Transformados pela conexão, os internautas são emissores e receptores de informações. Verdadeiras ou falsas.

Ouvimos pesquisadores para saber o que leva as pessoas a disseminarem os discursos de ódio, cada vez mais presentes. Por isso mesmo, é necessária a discussão sobre a ética nas mídias sociais (e fora delas).

Além de ética, é preciso um posicionamento crítico, pois tal interação pode se tornar vício. Esquecemos o contato físico para privilegiar o virtual.

Nosso comportamento, aliás, é transformado em metadados que permitem afirmar que estamos sendo observados. Portanto, atenção e responsabilidade são imprescindíveis nestas redes mediadas e complexas.

**Confira!**



# Transformados pela conexão

*A internet como a conhecemos existe há menos de 30 anos, mas tem mudado de forma profunda nossa maneira de enxergar e interagir com a realidade*

Por Daniel Pompeu



Como muitas das tecnologias que se desenvolveram no século passado, a internet foi uma das que nasceram a partir da Guerra Fria entre Estados Unidos e a ex-União Soviética. Prevendo o acirramento de um conflito nuclear, os americanos criaram, durante a década de 1960, o que seria uma versão inicial de uma rede interligada de computadores.

Assim, caso os inimigos destruíssem documentos e meios de comunicação tradicionais, haveria maneiras de preservar e compartilhar essas informações entre máquinas conectadas à rede. O projeto também se desenvolveu em universidades americanas, onde professores e estudantes utilizavam sistemas similares para trocarem informações entre si.

Foi apenas a partir de 1992, com a criação da World Wide Web (o famoso “www” no começo do endereço dos sites que acessamos) pelo cientista da computação Tim Berners-Lee, que a rede começou a tomar a forma como a conhecemos hoje. Através do conceito de hipertexto, Berners-Lee aplicou no ambiente virtual a lógica da página que é acessada e editada por várias pessoas ao mesmo tempo com intermédio de um software navegador.

A década de 1990 foi decisiva para a popularização da web. Os preços cada vez mais acessíveis de computadores pessoais e do acesso à rede discada impulsionaram a adesão do público a essa ainda nova tecnologia. Nesse momento surgiram as primeiras versões de serviços como grandes portais (AOL e Yahoo!), sites de busca (Google e Cadê), mensageiros instantâneos (ICQ e posteriormente o MSN) e serviços de e-mail.

A partir dos anos 2000, a Web 2.0 deu as caras, e com ela a grande ascensão das mídias sociais. Plataformas como o Facebook, Twitter, WhatsApp e YouTube concentram hoje grande parte do público que acessa a internet.

De acordo com um levantamento de agosto deste ano da agência global de marketing digital [We Are Social](#), dos 7,6 bilhões de indivíduos que compõem a população do planeta, 3,8 bilhões (51%) são usuários de internet e 3 bilhões (40%) são ativos nas mídias sociais.

Segundo a 11ª edição da pesquisa TIC Domicílios, divulgada no ano passado e realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), 58% da população ou [102 milhões de pessoas utilizam a internet](#) regularmente no Brasil. O número já supera o último índice de brasileiros com acesso a saneamento básico: 50,3% de acordo com dados do Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS 2015).

## “Pós-verdade”



A crescente adesão ao ambiente virtual tem provocado mudanças palpáveis em como enxergamos e transformamos a realidade. A Universidade de Oxford elegeu como palavra do ano em 2016 o termo “pós-verdade”. O conceito, segundo a “Oxford Dictionaries”, setor da universidade que estuda e formula dicionários da língua inglesa, se refere a “circunstâncias em que fatos objetivos são menos importantes na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou crenças pessoais”.

O termo é associado principalmente a processos eleitorais em que há grande veiculação de notícias falsas sobre política pela internet, mas também se aplica a situações como o [linchamento de uma mulher em Guarujá \(SP\)](#) após um boato ter circulado nas mídias sociais.

A veiculação de notícias falsas não é uma novidade, mas mudaram o meio e a velocidade a partir dos quais se propagam. De acordo com o professor Rafael Venancio, do curso de Jornalismo da UFU, é preciso olhar para a história para encontrar paralelos com o que vivemos hoje.

“Quantas guerras começaram por ‘fake news’ antes do advento da internet? Quantos golpes de estado foram a partir de notícias falsas e alarmantes? Da mesma forma que você tinha o ‘fake news’ antes e para você quebrar [a propagação] era muito lento, hoje a curva é muito rápida e pra desmentir também é muito rápido”, explica.

O professor lembra, por exemplo, do uso por Adolf Hitler do rádio e do cinema como formas de apresentar sua própria versão da realidade à população alemã e possibilitar o apoio ao holocausto durante a Segunda Guerra Mundial.

## Democracia digital

Venancio cita outros tipos de transformação que a internet tem causado no sistema democrático como conhecemos hoje. A Estônia, país com menos de 1,5 milhão de habitantes e que até 1991 fazia parte da União Soviética, tem sido um [laboratório das práticas de incorporação da democracia à internet](#). Desde 2005, o país adota a possibilidade de votação em eleições parlamentares através da rede. Hoje, mais de 30% dos estonianos votam em eleições de forma on-line.

No Brasil, iniciativas semelhantes também têm sido adotadas em contextos específicos. O aplicativo [Mudamos](#), lançado em março deste ano por iniciativa do advogado Márlon Reis junto ao Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio (ITS Rio), propõe viabilizar assinaturas eletrônicas para projetos de lei de iniciativa popular, como a Lei da Ficha Limpa. O Mudamos defende desburocratizar o processo e possibilitar o colhimento de assinaturas de uma forma mais rápida e eficiente do que pela via tradicional do papel.

# Os discursos de ódio aos olhos da legislação

Aplicação de lei é “desafio constante”, afirma especialista em direito digital

Por **Marcela Pissolato**

Qual a diferença entre liberdade de expressão e discurso de ódio? A internet é um território livre e sem lei? Essas são algumas questões que instigam a reflexão sobre como as pessoas estão usando as mídias sociais atualmente. O projeto [Comunica que Muda](#) da Agência Nova/sb identificou, em três meses, 542.781 menções sobre diversos tipos de intolerância, sendo 84% delas com abordagem negativa, como exposição de preconceito e discriminação.

Pesquisadores afirmam que esses discursos de ódio e intolerância sempre existiram na sociedade. [Em entrevista à BBC Brasil](#) em janeiro deste ano, o historiador Leandro Karnal, professor da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), famoso nas mídias sociais, explicou que a expansão da internet e dessas mídias apenas facilitaram a propagação desses discursos, que hoje precisam somente de “um clique e um site”.

Mas, afinal, o que motiva as pessoas a proferirem e disseminarem esses discursos de ódio nas mídias sociais? Para o advogado especialista em direito digital Ronaldo Lemos, isso acontece porque essas manifestações intolerantes são produtos de uma estratégia criada para manipular o usuário a compartilhar determinada notícia, por exemplo. “São informações que apelam para um senso de urgência, ou até mesmo para sentimentos primários, como ódio e indignação, como forma de impulsionar o alcance dos conteúdos”, esclarece.

O projeto Comunica que Muda realizou um monitoramento de dez tipos de intolerância nas redes sociais de abril a junho de 2016. Os temas racismo e política foram tratados com negatividade em 97,6% e 97,4% das vezes que foram mencionados, respectivamente.

## TOTAL DE MENÇÕES EM 3 MESES

## PERCENTUAL DE MENÇÕES NEGATIVAS

273.752



POLÍTICA

79.484



MISOGINIA

53.126



HOMOFOBIA

40.801



DEFICIÊNCIA

32.376



RACISMO

27.989



APARÊNCIA

14.502



IDADE/GERAÇÃO

11.256



CLASSE SOCIAL

7.361



RELIGIÃO

2.134



XENOFOBIA

97,6%



RACISMO

97,4%



POLÍTICA

94,8%



CLASSE SOCIAL

94,2%



APARÊNCIA

93,9%



HOMOFOBIA

93,4%



DEFICIÊNCIA

92,3%



IDADE/GERAÇÃO

89%



RELIGIÃO

88%



MISOGINIA

84,8%



XENOFOBIA

FONTE: Comunica que muda

A liberdade de expressão justifica o discurso do ódio? Perante a lei, o advogado afirma que esses discursos não estão protegidos pela liberdade de expressão “quando se configuram como ilícitos, como é o caso de calúnia, injúria e difamação”.

Caso alguém se sinta ofendido com alguma postagem ou comentário feito na internet, é possível procurar um Juizado Especial Cível – os chamados “juizados de pequenas causas” – e solicitar que o conteúdo seja removido com base no [artigo 19 do Marco Civil da Internet](#). “O juiz irá analisar o caso concreto e, se entender que o conteúdo é ilícito, pode determinar sua remoção”, explica Lemos. Para ele, a principal forma de combater esses discursos é com mais informação a respeito.

A aplicação de leis na internet é um desafio constante, segundo Lemos. Ele vê, hoje, um Congresso Nacional preocupado em controlar a internet. “São inúmeros os projetos de lei que estão em curso querendo autorizar o bloqueio de sites e serviços, aumentar penas para quem fala mal de políticos na internet e até mesmo permitir o apagamento generalizado de informações da rede”, afirma o advogado. Na visão dele, a sociedade precisa estar atenta e reagir a essas ações.

## Marco Civil da Internet no Brasil

A [Lei 12.965/14](#), conhecida como Marco Civil da Internet, estabelece princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários da Internet no Brasil. O projeto começou a ser elaborado em 2009 pelo Ministério da Justiça em colaboração com o Centro de Tecnologia e Sociedade, da Fundação Getúlio Vargas. Além disso, contou com a participação direta da sociedade civil por meio de colaboração on-line direta e aberta.

Um dos pontos da lei é a garantia de proteção à privacidade dos usuários e seus dados. Um exemplo disso é o fato de que as empresas que trabalham com os dados dos usuários para fins de publicidade não podem mais repassar informações para terceiros sem o consentimento expresso e livre.

Ronaldo Lemos é um dos responsáveis pela criação do Marco Civil da Internet e afirma que essa é uma grande conquista para o Brasil. Passados três anos de sua sanção, ele explica que houve muitas mudanças nas decisões judiciais sobre liberdade de expressão na internet. “Antes do Marco Civil, havia um grande número de decisões mandando remover conteúdos da rede de forma descontrolada, ou ainda, permitindo a violação da privacidade de usuários da rede. Depois da sua aprovação, isso mudou. As próprias decisões mais recentes do Superior Tribunal de Justiça mostram isso. O judiciário está atuando em muitos casos de forma positiva com relação ao Marco Civil e isso é bom para todos os brasileiros”, ressalta.

# Ética nas mídias sociais

*Internautas reproduzem nas mídias sociais seus princípios e regras aprendidas fora delas*

Por [Fabiano Goulart](#) |

Ethos, de etimologia grega, tomado como referência para o entendimento do agir humano, indica que a natureza das ações – o comportamento –, em nossa sociedade atual, revela se uma pessoa é ética ou “denuncia” alguém cujas ações se guiam pelos interesses próprios, em prejuízo de outrem ou da coletividade.

Comportamento ético pode ser entendido, portanto, como virtude, e esta, nos ensina Aristóteles ao escrever a seu pai, Nicômaco, assume duas espécies: a intelectual e a moral. A primeira, explica o filósofo grego, que viveu entre 384 e 322 a.C., decorre do ensino e necessita de experiência e tempo. A virtude moral, por outro lado, diz o filósofo, é resultado do hábito.

Em tempos de nativos digitais, com a popularização da internet e, com ela, o grande crescimento das redes sociais, como geradores de conteúdo – e mesmo como influenciadores –, ter hábitos éticos ou antiéticos na web produz resultados diametralmente opostos e, em ambos os casos, impactam, positiva ou negativamente, na vida de bilhões de pessoas.



**Para o professor Alcino Bonella, do Instituto de Filosofia da UFU, a maioria das pessoas não se comporta presencialmente como se manifesta nas redes sociais. A principal razão, afirma Bonella, é que os internautas não sofrem o constrangimento de ter, diante de si, a opinião e a reação psicológica imediata das outras pessoas.**

“É o que chamamos de ter que assumir o ônus sobre suas ideias. Por trás da tela do computador ou do celular, tem-se uma espécie de liberdade psicológica que, para a maioria das pessoas, parece que facilita que elas sejam agressivas e extravasem seus preconceitos com mais facilidade”, explica o filósofo.

Pesquisador de filosofias políticas contemporâneas e ética, dentre outros temas, Bonella relata que, assim como o comportamento ético ou antiético migrou da política convencional para as redes, essas abriram um novo campo de disputa por poder com significativas mudanças nesse comportamento. “De certo modo, a política alimenta as mídias e, se a política é ruim e cheia de atividades mais desonestas que honestas, isso migra para as mídias”, afirma.

Por outro lado, segundo Bonella, a exemplo do que ocorre com os relacionamentos pessoais, a mídia digital, instantânea e impessoal de hoje, abriu uma nova arma política de poder. “Mas é uma faca de dois gumes, porque as novas tecnologias, especialmente as digitais, são, ao mesmo tempo, uma das maneiras da população se informar melhor e participar de forma mais responsável da política e controlar os políticos, os fatos”, diz o pesquisador, que também chama a atenção para a responsabilidade do internauta.

**“Falta então a gente ser um pouco mais educado, num bom sentido, mais bem formado, para explorar melhor os recursos da mídia para combater o ‘fake news’ e outros crimes e distorções que ocorrem nesse meio, usando a própria mídia.”**

Alcino Bonella

Como referencial para o comportamento humano particular na web, de acordo com Bonella, existem hoje várias propostas de regulamentação e protocolos que instruem e incentivam as pessoas a evitar, por exemplo, fake news ou boatarias que colocam as outras pessoas em situações constrangedoras ou de risco de diversas naturezas.

Esses protocolos são encontrados nas agências de pesquisa, por exemplo, e também em grupos de estudos em diversas partes do mundo que pesquisam as mídias. Uma das dimensões estudadas, afirma Bonella, é como incentivar a melhoria da performance e do padrão ético das pessoas na rede.

“A ética nas mídias é igual à ética na vida geral, ou seja, temos algumas balizas, regras e princípios que, em geral, são muito antigos e que a gente aprende com a família, com a igreja, como não causar danos intencionais, não mentir, ser honesto. E, assim como na vida diária, essas referências, em parte, são ensinadas por outros e são informais. As pessoas, normalmente, vão reproduzir na mídia esse tipo de ensinamento ou de experiências que tiveram”, explica.

Por outro lado, adverte o professor, “a ética é sempre uma reflexão na qual se procura descobrir o que é certo fazer, em determinada circunstância, usando a capacidade das pessoas de se colocarem no lugar do outro e de conhecer os fatos para tomar a melhor decisão”.

# Mídias sociais: a interação que pode se tornar vício

*Psicóloga recomenda posicionamento crítico e atenção aos prejuízos*

Por [Natália Spolaor/Ygor Rodrigues](#)



Em 2003, o protagonismo nas mídias sociais era o recém criado Myspace. Foi o primeiro contato de Ygor Audrey, estudante de Ciências Sociais da UFU, com o mundo das interações digitais. “Não consigo me recordar como era, mas lembro de sair adicionando todos que via pela frente para criar amizades.”

Novas mídias sociais foram surgindo - Orkut, Facebook, Twitter, Instagram - e Audrey criou conta em muitas. Ele acredita ter perfil em cerca de 20. “Já houve dias em que ficava horas na frente do computador e/ou celular. Agora é mais tranquilo, a correria do dia a dia não permite mais essa possibilidade”, declara. Hoje, das 20 contas, ele realiza publicações e interage em “apenas” seis. “Quem não gosta de ver uma foto ou publicação tendo repercussão?”.

Para o estudante, as mídias digitais auxiliam momentaneamente em questões relacionadas à autoestima. De fato, essa satisfação não é duradoura, conforme constatou um relatório publicado pela instituição de saúde pública do Reino Unido, a [Royal Society for Public Health](#), em parceria com o Movimento de Saúde Jovem.

Os jovens avaliados pela instituição estão ansiosos, deprimidos, com a autoestima baixa e sem sono. A razão disso pode estar associada ao uso excessivo das mídias sociais. Em todo o mundo, esses sentimentos cresceram 70% nos últimos 25 anos, o que tem gerado problemas da saúde mental.

A psicóloga Valéria Ribeiro acredita que as interações virtuais são muito frágeis e que os sujeitos estão deixando o contato físico para viver o virtual. “Essa relação real dá trabalho, porque estar com o outro, estar disponível ao outro, se colocar como objeto de crítica do outro é sofrido, é difícil para o nosso ego. Enquanto que, em uma relação virtual, em um primeiro esboço de crítica, posso simplesmente desligar o aplicativo, sair da rede”, diz.

A pesquisa, realizada no início deste ano no Reino Unido, examinou os efeitos das interações virtuais por meio de sites de relacionamento e contou com a participação de 1.500 jovens com idades entre 16 e 24 anos. Foram avaliadas mídias sociais populares como Youtube, Instagram, Twitter e Snapchat. O resultado mais preocupante foi o do Instagram. Na pesquisa, sete em cada dez voluntários disseram que a mídia faz com que se sintam piores em relação à sua aparência. Entre as meninas, o resultado é mais grave. Cerca de nove entre dez garotas se sentem infelizes com sua autoimagem e desejam mudá-la, inclusive recorrendo a cirurgias plásticas.



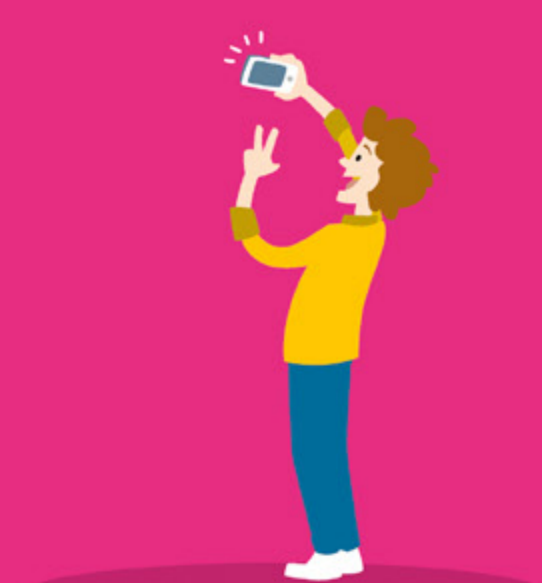
**1,94 BILHÃO** DE PESSOAS  
USAVA SEUS SERVIÇOS MENSALMENTE  
MARÇO/2017



FONTE: FACEBOOK



**700 MILHÕES**  
DE USUÁRIOS ATIVOS  
ABRIL/2017



FONTE: INSTAGRAM



**319 MILHÕES**  
DE USUÁRIOS ATIVOS  
DEZEMBRO/2016



FONTE: TWITTER

Um estudo realizado em 2015, na Universidade da Califórnia, chamado “Enganchado no Facebook: o papel da ansiedade social e a necessidade de segurança no problemático uso do Facebook”, identificou que as pessoas podem ficar viciadas no uso dessa rede. Ainda segundo o estudo, esse vício funciona com a ativação das mesmas áreas cerebrais afetadas pela cocaína.

Como explica a psicóloga Valéria Ribeiro, estar conectado o tempo todo é um comportamento compulsivo que precisa de tratamento. “É necessária uma avaliação criteriosa, feita por um profissional especialista, que seria um psiquiatra ou um psicólogo. Ele vai orientar qual a melhor forma, se é psicoterapia, intervenção medicamentosa ou os dois”, afirma.

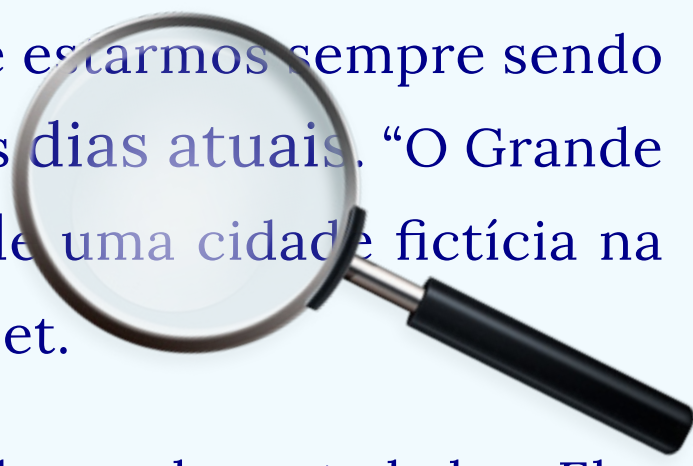
Para Ribeiro, a forma de prevenção é o sujeito ter um posicionamento crítico ao utilizar as mídias sociais. “Autoanálise e cuidado com as relações reais para além das relações virtuais. É preciso observar que tipo de comportamento está motivando o sujeito a estar mais tempo conectado e quais os prejuízos que está tendo”, conclui a psicóloga.

# Estamos sendo observados?

*De Big Brother a metadados, um futuro não muito distante*

Por Jussara Coelho |

Um livro publicado em 1949, com o título “1984” e tão atual em 2017. Quem diria que a concepção de totalitarismo, o poder da informação e a ideia de estarmos sempre sendo observados, de George Orwell, estariam tão presentes em nossos dias atuais. “O Grande Irmão está de olho em você” é o slogan de cartazes em ruas de uma cidade fictícia na obra. Mas também podemos utilizá-lo quando se trata de internet.



No mundo virtual, isso acontece com o que a computação chama de metadados. Eles são uma tecnologia. De acordo com o professor Fabiano Dorça, da Faculdade de Computação da UFU, independentemente do domínio de aplicação, em qualquer contexto na web, os metadados são usados para dar significado à informação.

“São dados sobre dados. O que remonta um pouco do que a gente chama de websemântica, que é dar significado para os recursos da web. Esses recursos, de modo geral, podem ser uma imagem, um som, um vídeo, uma página, qualquer recurso, qualquer arquivo. É dotá-los de significado”, explica Dorça. O termo websemântica surgiu em 2001 em um artigo escrito por Tim Berners-Lee, o criador da World Wide Web (www).

E qual a importância disso? Dorça ilustra: “por exemplo, eu coloco uma imagem aqui na web, ou em qualquer lugar - no meu Facebook, no meu site, no meu blog -, do meu cachorro. Eu tiro uma foto do meu cachorro e coloco lá. A única forma de as pessoas saberem que aquilo é um cachorro é olhando para a foto. Os metadados dessa imagem seriam informações adicionais atreladas a esse arquivo que a gente usa em um formato chamado de xml - tags - para falar que isso aqui é uma imagem e que nela contém um cachorro. Isso seriam os metadados”.

ARTE DE ANA BARRIOS SOBRE FOTO DE MARCO CAVALCANTI



Com a padronização destes termos, chamados de vocabulários, além de seres humanos perceberem o que está no recurso (neste caso, na foto), um robô, ou software, também consegue entendê-lo ao analisar os metadados. Quando se dota esses recursos da web com essas informações, qualquer tipo de arquivo, de metadados, permite-se que algoritmos, ou seja, os softwares consigam visualizar como os seres humanos visualizam.

A partir dos metadados, qualquer software que esteja fazendo uma busca - o Google, por exemplo - consegue encontrar a informação dispersa na internet. Nas redes sociais, o comportamento é o mesmo. “Tudo que a gente tem ali, se você imaginar o usuário de uma rede social, é um recurso web. E você passa a coletar ali metadados desse usuário por meio de seu próprio comportamento na web”, salienta Dorça. Somente o Facebook, uma das diversas redes sociais, porém, a mais acessada, atualmente detém mais de 2 bilhões de usuários, sendo que o mundo tem 7,6 bilhões de habitantes.

O Facebook disponibiliza metadados, mas não o conteúdo das mensagens (posts). São informações, por exemplo, de conexão, da rede, de amizades. “O que se tem discutido, não só em redes sociais, mas também nos demais portais, por exemplo, em site de compras, é que o que se adquire serve de base para que se monte seu perfil de compra e faça recomendação de produtos. Porém, aquele dado acaba sendo compartilhado. Ele não fica restrito ali, é enviado, principalmente, para portais parceiros”, evidencia Dorça.

“Pior que uma rede social como o Facebook é o Google. Está em todo lugar, no buscador, tem e-mail, Youtube, navegador, Google Drive, Google Documents, Google Fotos e isso é o seu perfil de usuário”, pontua Dorça. São várias informações que diariamente são coletadas sobre o usuário e que, logicamente, está sendo armazenada. Não se sabe até que ponto esses dados podem ser disponibilizados para fins comerciais.

“É uma empresa que não cobra nada pelo serviço que a gente usa, é tudo de graça. Não te cobra nada e te dá muito, e te dá muito porque ela com certeza quer coletar mais informações sobre esses usuários. Com fins comerciais? Com certeza! Hoje o Google é o dono do mundo em termos de informação”, problematiza o professor.

# Redes mediadas e complexas

Por [Mirna Tonus](#) |

\*Professora do curso de graduação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da UFU.

A conexão da sociedade por meio de redes antecede, em muito, a existência de Facebook, Twitter, Instagram e outras tantas plataformas disponíveis na internet, chamadas comumente de “redes sociais”. A denominação “mídias sociais” parece mais adequada, à medida que propiciam a mediação das diversas redes que se estabelecem nesse ambiente digital.

Podemos participar de uma grande variedade de redes nessas mídias. Desde aquela rede centralizada, em que cada um de nós é o nó de uma rede única, ou seja, as pessoas se conectariam somente por nosso intermédio, até a denominada rede distribuída, em que cada um se conecta a outro sem passar por nós.

Tais conexões podem se mostrar surpreendentes. Quantas vezes não adicionamos alguém e percebemos pessoas comuns a ambas as redes, a nossa e a daquele indivíduo, que acabamos de agregar? Integramos redes de amigos, de familiares, de colegas de trabalho, enfim, uma gama imensa de indivíduos conectados nesses ambientes virtuais, mas cuja importância e interferência em nossas vidas têm sido cada vez mais concretas.



Decisões podem ser tomadas a partir de publicações realizadas, por vezes, com o emprego de poucas palavras. O risco de uma guerra ser deflagrada por causa de farpas trocadas por governantes, como a que assistimos há pouquíssimo tempo entre o presidente dos Estados Unidos e o ministro das Relações Exteriores da Coreia do Norte, é um sinal de alerta para a necessidade de nos posicionarmos nessas mídias de maneira responsável, a fim de reduzir o risco de interpretações equivocadas.

A clareza, algo que sempre nos foi ensinado para nos expressarmos, precisa estar presente nesses ambientes, tanto quanto em qualquer conversa que tenhamos fora deles. Da mesma forma, ao sermos responsáveis na leitura, que deve ser atenta e cuidadosa, podemos evitar manifestações intempestivas ou compartilhamento de conteúdo indevido ou falso.

Se nos tornamos todos produtores, para além de consumidores de conteúdo, não caberia a nós cuidarmos de nossas redes sociais nessas mídias, tal e qual buscamos preservar nossas relações familiares ou com nossos amigos? O descuido existe por que há essa mediação nos ‘ocultando’? O que publicamos nessas mídias está exposto. E para muitos olhos.

A complexidade implicada na constituição das redes nas mídias sociais nos leva a pensar nos riscos de qualquer análise superficial que se possa fazer a partir dos dados disponíveis. Uma breve varredura em um perfil ou página, por exemplo, não é suficiente para conhecer os indivíduos ou a(s) rede(s) ali envolvida(s), nem o sentido que querem dar ao que dizem.

Neste cenário multiconectado, vale reforçar a ética, o comprometimento, a responsabilidade, para que a forma com que atuamos nas redes de que participamos seja coerente e consistente, sejam elas mediadas ou não.

# EXPEDIENTE

ISSN 2317-7683

O Jornal da UFU é uma publicação mensal da Diretoria de Comunicação Social (Dirco) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Av. João Naves de Ávila, 2.121, Bloco 1S, Santa Mônica - CEP 38400-902 - Uberlândia - MG

Telefone: 55 (34) 3239-4350

comunica.ufu.br | jornaldaufu@dirco.ufu.br

## DIRETORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

RENATA NEIVA

## COORDENADORA DE JORNALISMO

DIÉLEN BORGES

## ASSESSOR GERAL

EDUARDO MACEDO

## SECRETÁRIAS

FABIANA NOGUEIRA

TACIANA DE SOUSA

## EQUIPE DE JORNALISMO

CRISTIANO ALVARENGA

DIÉLEN BORGES

ELIANE MOREIRA

FABIANO GOULART

HERMOM DOURADO

JUSSARA COELHO

MARCO CAVALCANTI

## ESTAGIÁRIOS

ANA BARROS

DANIEL POMPEU

MARCELA PISSOLATO

NATÁLIA SPOLAOR

PEDRO VITOR ALVES

YGOR RODRIGUES

## EDITOR

MARCO CAVALCANTI

## DIAGRAMADORA

ANA BARROS

## REVISORA

DIÉLEN BORGES

## FOTÓGRAFOS

MARCO CAVALCANTI

MILTON SANTOS

## REITOR

VALDER STEFFEN JÚNIOR

## VICE-REITOR

ORLANDO CÉSAR MANTESE

## CHEFE DE GABINETE

CLÉSIO LOURENÇO XAVIER

## PRÓ-REITORA DE ASSISTÊNCIA ESTUDANTIL

ELAINE SARAIVA CALDERARI

## PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO

ARMINDO QUILLICI NETO

## PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO E CULTURA

HELDER ETERNO DA SILVEIRA

## PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

CARLOS HENRIQUE DE CARVALHO

## PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO

DARIZON ALVES DE ANDRADE

## PRÓ-REITOR DE GESTÃO DE PESSOAS

MÁRCIO MAGNO COSTA

## PREFEITO UNIVERSITÁRIO

JOÃO JORGE RIBEIRO DAMASCENO