



O EMPREENDEDOR MORAL NAS REDES SOCIAIS: AÇÃO PERSUCUTÓRIA E LINCHAMENTOS VIRTUAIS

Tiago Olympio Spezzatto*

Resumo: O trabalho apresenta características da comunicação nas redes sociais e identifica o modo de atuação de alguns de seus comunicadores, os “comentaristas da redes”, relacionando-os ao conceito de empreendedor moral desenvolvido por Howard Becker. A partir disso, analisa de que modo essa ação pode culminar nos chamados linchamentos virtuais. Subsidiariamente, com base os textos de José de Souza Martins, verifica em que medida os ataques nas redes sociais estão relacionados ao fenômeno dos linchamentos. O problema que conduz a pesquisa é: existe uma relação possível entre a atuação dos chamados empreendedores morais e o fenômenos dos linchamentos virtuais nas redes sociais da internet? Nos primeiros dois tópicos é procedida revisão bibliográfica analítica, com método indutivo e enfoque qualitativo, e no terceiro tópico os conceitos são testados e investigados em um caso prático. Os resultados vão no seguinte sentido: a forma de comunicação nas redes sociais facilita a atuação dos chamados empreendedores morais, que agem combinando interesses morais, econômicos e pessoais, com o afã de impor seus valores de mundo. O sucesso da empreitada moral pode resultar nos chamados linchamentos virtuais.

Palavras-chave: Redes sociais; Punitivismo; Empreendedor moral; Linchamentos virtuais; Sociedade punitiva;

THE MORAL ENTREPRENEUR IN SOCIAL MEDIA: PERSUCUTORY ACTION AND VIRTUAL LYNCHINGS

Abstract: The work presents characteristics of communication in social media and identifies the way of acting of some of its communicators, the “media commentators”, relating them to the concept of moral entrepreneur developed by Howard Becker. From this, it analyzes how this action can culminate in the so-called virtual lynchings. Subsidiarily, based on the texts of José de Souza Martins, it verifies to what extent attacks on social media are related to the phenomenon of lynchings. The problem that drives the research is: is there a possible relationship between the actions of the so-called moral entrepreneurs and the phenomenon of virtual lynchings in social media on the internet? In the first two topics, an analytical bibliographical review is carried out, with an inductive method and a qualitative approach, and in the third topic, the concepts are tested and investigated in a practical case. The results go in the following direction: the form of communication in social media facilitates the action of the so-called moral entrepreneurs, who act by combining moral, economic and personal interests,

* Mestrando em Direito pela Universidade do Oeste de Santa Catarina. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Graduado em Direito pela Universidade do Oeste de Santa Catarina. Bolsista UNIEDU/FUMDES. E-mail: tiagospezzatto@gmail.com





with the eagerness to impose their values on the world. The success of the moral enterprise can result in so-called virtual lynchings.

Keywords: Social media; Punitivism; Moral entrepreneur; Virtual lynchings; Punitive society;

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o panorama comunicacional sofreu significativas mudanças. Com novas possibilidades de expressão e de informação, as redes sociais na internet proporcionaram muitos benefícios, como a inclusão de milhões de pessoas na esfera pública. A nova dinâmica do debate, contudo, apresenta alguns problemas. Os recorrentes ataques dirigidos a pessoas ou a grupos expõem uma face sombria da sociedade, escancaram a descrença e a desconfiança nas instituições e revelam um viés punitivista que, paradoxalmente, se utiliza de sofisticadas tecnologias da informação para exercer antigas formas de vingança privada.

O texto tem por objetivo identificar e apontar novas circunstâncias que fazem parte desse contexto. Assim, busca analisar e relacionar a atuação dos empreendedores morais – conceito desenvolvido por Howard Becker – com as características comunicacionais das redes sociais, a fim de verificar em que medida as perseguições on-line podem culminar nos chamados linchamentos virtuais. Subsidiariamente, procura comparar os ataques nas redes aos linchamentos para distinguir se há equivalência entre ambos. Ainda, intenta levantar hipóteses e propor algumas questões que podem ser objeto de futuras pesquisas.

O problema que conduz a pesquisa é: existe uma relação possível entre a atuação dos chamados empreendedores morais e o fenômeno dos linchamentos virtuais nas redes sociais da internet? Para tanto, a pesquisa se utiliza do método indutivo com enfoque qualitativo. Nos primeiros dois tópicos será apresentada uma pesquisa de revisão bibliográfica concatenando e desenvolvendo os principais conceitos. No terceiro tópico analisar-se-á um caso específico com intuito de testar em uma situação prática os conceitos trabalhados.

A principal hipótese é de que os ataques promovidos nas redes sociais são fomentados e/ou conduzidos pelos empreendedores morais, que entendem e se aproveitam dos mecanismos das plataformas para terem sucesso na sua empreitada. Com essa ação, acabam tendo outros tipos de benefícios particulares. Sua atuação contínua é o alicerce para que ocorram os chamados linchamentos.

Para entender como os ataques e perseguições funcionam nas redes, primeiramente é essencial que sejam expostas e analisadas as principais características de funcionamento desse



meio de comunicação, o que será feito no primeiro tópico. Em seguida, lançando mão de estudos sociológicos, o conceito de empreendedor moral é analisado sob ponto de vista de sua atuação nas redes sociais. A partir dos estudos de José de Souza Martins, serão verificados em que medida os ataques nas redes guardam semelhanças com os linchamentos. Por fim, proceder-se-á a análise de um caso concreto.

2 O NOVO CENÁRIO

Nos parágrafos seguintes, pretende-se demonstrar como a comunicação na internet, seguindo uma tendência global, tem ocupado papel cada vez mais significativo na sociedade brasileira. As plataformas de redes sociais ocupam posição central nessa temática. Nos limites do que é pertinente ao presente trabalho, serão apresentadas as suas principais características, para depois verificar de que modo se relacionam aos demais pontos da pesquisa. É preciso ter clareza dessas características para compreender de que forma elas influenciam na atividade dos empreendedores e dos chamados linchamentos virtuais.

Nos últimos anos, observou-se uma significativa alteração nos meios de comunicação. Pesquisa aponta que 81% da população brasileira com idade acima de dez anos possui acesso à internet, e a grande maioria consegue acessá-la diariamente (Cetic.br, 2022). As redes sociais desempenham um papel muito importante nessa atuação, haja vista que dois terços da população brasileira tem cadastro em pelo menos uma delas, segundo o Global Digital Report (2019). Ou seja, quase todos que possuem acesso à internet participam de alguma rede social.

Com isso, alterou-se a forma de as pessoas se comunicarem entre si, individualmente ou em grupos, e a forma de receber informações. Pesquisa (DataSenado, 2019) indica que o WhatsApp é o meio mais utilizado pelos brasileiros para consumir informações, seguido da televisão, YouTube, Facebook, sites de notícias, Instagram entre outros. Ou seja, demonstra-se a importância que redes sociais ocupam no cenário comunicacional do país.

Para Castells (2006), é limitada a percepção da sociedade como sociedade da informação ou do conhecimento. Isso, porque esses sempre foram componentes fundamentais para a civilização. O que se alterou, segundo aponta, é que as novas tecnologias, sobretudo relacionadas à microeletrônica, possibilitaram a expansão de uma forma bastante tradicional de organização social, isto é, as redes.

Uma característica que se sobressai nesse sistema é a horizontalidade. Na rede, todos os pontos ocupam posição semelhante entre si, seja para informar, seja para receber informação.





Difere-se, portanto, dos veículos tradicionais, nos quais vigora um modelo pautado pela verticalidade. Nestes, apenas umas poucas pessoas têm potencial efetivo de emitir informações, enquanto o restante está apto apenas a recebê-las. Também, dentro do veículo, em si, a verticalidade se sobrepõe, pelo sistema de edição. Um número bastante restrito de pessoas define quais informações possuem valor informativo e merecem ser publicadas. Isso está, naturalmente, relacionado com o espaço ou tempo disponível para exibição de informações. Nas mídias tradicionais, é limitado. Nas novas plataformas, ilimitado.

As diferenças entre emissão e recepção de informação nos sistemas comunicacionais são apontadas por Lévy (2010) da seguinte forma: antes o modelo era um-todos, agora é todos-todos. Com isso, as redes sociais possibilitaram um potencial inclusivo sem precedentes na esfera pública. As pessoas têm efetivamente condições de se manifestarem por um meio que transmite a informação para mais receptores. Além disso, como lembra Castells (2006), a redução dos custos dos equipamentos e a praticidade operacional em muito contribuem para a formação desse quadro.

As facilidades da comunicação nas redes podem ser demonstradas fazendo-se uma analogia com o que Cruvinel (2020) chama de custos da informação. São as demandas que o fluxo comunicacional exige. Primeiro, verificar-se-á por parte do receptor. Ele tem custo financeiro. Nos veículos tradicionais há os que necessitam apenas do dispositivo receptor, como a televisão e o rádio. Não há cobrança pelo conteúdo em si. Já as revistas, jornais e demais periódicos têm custo unitário ou mensal. Embora a grande maioria das redes sociais não cobre para a participação, existe a necessidade, relativamente fácil, de um dispositivo – em sua ampla maioria *smartphones* – e o pagamento pelo acesso à internet. Financeiramente, as redes são acessíveis.

Também existe uma demanda de tempo, necessário para absorver a informação. As mais complexas, notadamente, precisam de mais tempo. Depende do formato da mídia. Os conteúdos sonoros possibilitam que se absorva a informação concomitantemente à outra atividade, como, por exemplo, o rádio. Já os que exigem leitura, praticamente obrigam à dedicação exclusiva. Verifica-se que as redes sociais têm ampla vantagem, uma vez que o dispositivo portátil permite que qualquer período de tempo seja utilizado para acessá-las, além de que possuem conteúdos em todos os formatos: texto, vídeo, áudio, fotos, animações, etc.

Exige-se também, ainda tratando-se do receptor, um custo cognitivo (CRUVINEL, 2020). Quer dizer, a capacidade de entender a informação que recebeu. Esse fator está



relacionado com a complexidade da informação e com o tempo que se dedica a interpretá-la. Além disso, envolve o próprio repertório cultural e intelectual do receptor. Tradicionalmente, alguns formatos exigem mais do interlocutor, como por exemplo, aqueles que utilizam somente texto. A utilização de imagens, como no caso televisivo, prende a atenção e ilustra com relativa facilidade aquilo que se está dizendo. Nesse ponto, mais uma vez, a comunicação nas redes sociais leva vantagem. As diversas formas de atingir o interlocutor – como apontado, por textos, vídeo etc. –, em um único canal, é um facilitador considerável. A mesma informação pode ser disposta de várias formas. Claro, antes das redes uma única informação também era trabalhada de acordo com o veículo. Noticiava-se algo no rádio, na TV, nos jornais. A diferença é que agora todos estão no mesmo canal. O participante da rede opta pelo formato de acordo com seu tempo, capacidade de concentração, disposição e outras circunstâncias.

Seguindo a analogia com o texto de Cruvinel (2020), também devem ser considerados os custos do emissor da informação. Tratam-se de demandas que se possui para emitir a informação e fazê-la alcançar o receptor. O primeiro custo que se deve notar é o financeiro: o capital que se emprega no veículo. Nos meios de comunicação tradicionais existem despesas para manter o funcionamento do canal, como nos casos de rádio e televisão, ou com gráfica, no caso de impressos. Além disso, existem os dispêndios para manter em funcionamento a empresa, com toda sua estrutura. O emissor de informação nas redes sociais, por seu turno, à primeira vista, não possui esses custos. Sua despesa para acessar à rede é semelhante à de qualquer usuário – um *smartphone* e a conexão com provedor.

Há o custo para a produção da informação – a apuração jornalística. Nos meios tradicionais, isso fica a cargo da empresa. Nas redes, embora nos últimos tempos se tenha verificado o surgimento de canais especializados, que funcionam como empresas jornalísticas – além da própria atuação que as grandes empresas de comunicação desempenham nesse setor – predomina a produção informal. Um vídeo eventualmente gravado por um transeunte, um informação captada por acaso, enfim, não há uma apuração metódica. Isso reduz significativa os custos do emissor.

Há uma categoria especialmente pertinente para o presente texto. É o que se pode chamar de “comentarista das redes”. É alguém que não produz notícias, apenas comenta aquelas que já foram divulgadas, sobretudo nos veículos tradicionais. Ora possuem canais especializados nessa atividade, ora comentam assuntos ao acaso. Não dependem de editores. Tampouco observam um procedimento ético mínimo, pois consideram-se independentes. Em



outras palavras: não há o risco de manchar a própria carreira ou perder o emprego, já que muitas vezes essa não é sua atividade principal ou não dependem dela para sobreviver.

É importante a questão: de onde provêm os rendimentos financeiros das redes? Como demonstrou-se, o acesso às plataformas é gratuito. Assim, as receitas são oriundas da publicidade. Para tanto, é fundamental atrair a atenção dos usuários: quanto mais tempo permanecem conectados, mais publicidade pode ser exibida.

Aqueles que produzem conteúdo também possuem certa lucratividade. Não é intenção do trabalho detalhar as formas de rendimentos, mas apenas apontar que elas variam de acordo com a receptividade do que se produziu. Grosso modo, por exemplo, um vídeo publicado no YouTube é remunerado de acordo com a quantidade de visualizações e interações com outros usuários – curtidas, comentários, compartilhamentos. Há, portanto, uma recompensa pela obtenção de audiência. Há outras variáveis, mas não há necessidade de abordá-las.

Essas duas formas de rendimento, dos usuários que produzem conteúdo e das plataformas, pode ensejar uma atmosfera de corrida por visualizações, comentários, curtidas. Por isso, Pires e Pires (2020, p. 228) observam que nem sempre o conteúdo ofertado está de acordo com interesse democrático. Deste modo, verificaram-se as principais características da comunicação nas redes, bem como definiu-se de que modo os chamados comentaristas das redes se inserem nesse quadro. No próximo tópico, tratar-se-á do empreendedor moral e de sua atuação nas redes.

3 O EMPREENDEDOR E SEU GRUPO: ATUALIZANDO ANTIGOS MODOS

Neste tópico, primeiramente é apresentado o conceito de empreendedor moral, buscando-se estabelecer um diálogo entre sua forma de atuação e as características das redes sociais. Depois, é demonstrado como o empreendimento moral pode culminar nos chamados linchamentos virtuais. No cotejo de suas principais particularidades, verifica-se, por fim, em que medida os ataques nas redes podem ser equiparados aos linchamentos.

Para Becker (2008), as regras são criadas e impostas quando alguém se interessa em tomar a iniciativa de fazê-las. Seguindo esse propósito, levam a causa ao conhecimento do público para terem mais adeptos e para que mais casos semelhantes sejam denunciados. Assim, considera (2008) que deve haver uma junção de três fatores: iniciativa, interesse pessoal e publicidade.



O ambiente das plataformas é propício para essa finalidade. Há espaço para a iniciativa com baixo custo e independentemente de filtros ou editores. O interesse pessoal pode ser saciado com a divulgação do próprio nome e imagem, ou benefícios financeiros advindos do sucesso de determinada publicação. A publicidade é alcançada pois a rede divulga as informações gratuitamente e ainda fornece instrumentos de *feedback*, como curtidas e comentários, que permitem observar o desempenho da divulgação.

A movimentação para criação e imposição de regras é chamada por Becker (2008) de empreendimento moral. É realizada por um indivíduo ou grupo: são os empreendedores morais. Eles se dividem em dois segmentos, o dos criadores de regras e dos impositores de regras. Resumidamente, o criador de regras é alguém que quer impor sua moral aos outros, ele percebe que há um mal que precisa ser extirpado da sociedade. Por isso, Becker o considera como um reformador cruzado fervoroso.

As comunidades virtuais funcionam como uma forma de institucionalização das empresas morais. Hoje, é ali que elas ganham forma. Diga-se: as redes sociais não criaram grupos de empreendedores morais. Elas apenas facilitam sua comunicação, interação e atuação para captar novos membros e disseminar ideias para a população, de acordo com a finalidade de reforma que possuem. Seus membros somam força e agem conjuntamente. Portanto, ao criar um ambiente virtual – que emula uma sede – como uma página Facebook, uma conta no Twitter, um grupo no WhatsApp, um canal no YouTube, com exposição de seu nome, logotipo, enfim, uma série elementos que podem contribuir para formar uma identidade, as redes acabam ocorrendo na atuação dos empreendedores profissionais e seus grupos. Deste modo, as redes oferecem instrumentos que facilitam a profissionalização do empreendedor.

Essa ação empreendedora leva, inevitavelmente, a classificar certas atitudes como erradas. É justamente elas que o reformador quer evitar – pode ser de algo amplo ou segmentos específicos. Busca delimitar sua atuação de modo a dar visibilidade para aquela conduta que julga equivocada. Acaba se convencendo de que um pequeno grupo ou pessoa, relativamente fraco, é extremamente perigoso para a sociedade, conforme aponta Girard (2018).

Quando certas ações são classificadas como equivocadas, surge o desvio. Para Becker (2008) o desvio é o ato que viola a norma estabelecida. Porém, o desvio não é uma qualidade do ato em si. É uma consequência da criação de normas que estabelecem infrações. O desvio é, portanto, o ato sob a ótica do criador de regras – do empreendedor moral. É difícil antecipar quais atitudes o empreendedor julgará desviantes. Girard (2018) aponta que critérios físicos e



sociais podem influir na seleção: quanto mais distante do que a sociedade considera normal, maior a chance. Para o autor, é difícil delimitar a discriminação racional e a perseguição arbitrária.

A partir da atuação nas redes, o grupo ou indivíduo delimita o que pretende reformar. Passa a demonstrar os malefícios que determinados tipos de conduta causam para a sociedade. Como dispõe de espaço ilimitado, pode atuar de acordo com sua vontade. Sendo um empreendedor profissional, certamente atuará mais, criando mais conteúdo. Há que se considerar que, por vezes, a intensidade de sua atuação será remunerada, conforme o critério das redes. Em geral, o trabalho do empreendedor consiste em apresentar a nocividade daquele comportamento que identifica como desviante e as vantagens que a sua reforma trará. Cogita-se que o empreendedor contemporâneo não fundamente o desvio com base em normas específicas, mas em valores, tais como honra, segurança, família, honestidade, ou ideologia política, pois isso amplia sua margem de atuação.

Para Becker (2008), quem incorre na atitude desviante é considerado um *outsider*. Quer dizer, ser um *outsider* depende da forma como seus atos são percebidos pelo empreendedor moral. Nesse ponto, a reação alheia é fundamental. Assim constrói-se o etiquetamento – *Labeling Approach*. O autor elenca algumas variáveis relevantes. Primeiro, o tempo. Em épocas distintas o mesmo ato pode provocar reações diferentes. Segundo, os personagens. Depende de quem comete o ato e de quem se sente prejudicado por ele. Por último, as consequências. Algumas atitudes despertam graus variados de reação, a depender dos resultados que provocam. Com isso, o autor (2008) quer dizer que o desvio não é uma atitude que possa ser qualificada em si, mas depende sobretudo de como as pessoas reagirão a ela. Não é algo determinável *a priori*, mas é uma reação social, a ponto de ser imprescindível a reação alheia para atitude ser qualificada como desviante. É a inadequação aos valores apresentados pelo empreendedor.

Esse é um ponto interessante. O empreendedor passa a acompanhar os fatos sociais buscando atitudes desviantes para demonstrá-las ao público. Entende que esse é seu dever. Para que a ação seja considerada errada – desviante – é fundamental que a opinião pública também assim a caracterize. O empreendedor chama a atenção para o fato. Com a velocidade das redes, o tempo dos atos tem sido mais fluido. A tecnologia tornou a ação do empreendedor mais dinâmica e imediatista. Para ele, é um grande benefício poder interagir rapidamente com os assuntos em voga no momento, considerando que assuntos recentes tendem a chamar mais a atenção do público. Essa atitude lhe traz dupla vantagem: por um lado, tem incessantemente



novos argumentos para conquistar adeptos para a causa. Por outro, a maior repercussão de suas publicações pode dar mais visibilidade para sua página ou canal, além de lhe trazer benefícios econômicos.

Os personagens de que trata a publicação são importantes. O empreendedor busca traços na personalidade ou nos atos de quem cometeu o ato desviante a fim de caracterizá-lo como o *outsider* que busca combater. Também importam os personagens supostamente atingidos pelo ato desviante. Além disso, a exposição das consequências dos atos tem como fito despertar o medo no interlocutor. Imagens são fortes nesse afã. Zaffaroni (2013) aponta que elas possuem muito poder de comunicação por impactar a esfera emocional dos espectadores. Antes das redes, os meios que dispunham de imagem – televisão e cinema – possuíam uma rígida hierarquia de controle. Agora esse poderoso recurso está disponível a praticamente qualquer um, o que faz bastante diferença na comunicação.

Tratando de um contexto relativamente diferente, porém pertinente, Girard (2018), afirma que não se pode atribuir a essas condutas uma perspectiva muito calculista. Para ele, é essencial considerar que os perseguidores creem na culpabilidade da vítima, além de estarem ligados a um pensamento ilusório de perseguição que não é tão simples: é um sistema de representação. Quer dizer, ao objeto de sua perseguição se atribui a culpa de um ou mais eventos, e é com seu sacrifício que se poderá recobrar o estado normal. A vítima ocupa esse duplo papel. É o bode expiatório.

O sucesso da empreitada do criador regras é, justamente, a criação de uma nova regra que, na sua percepção, visa a aplacar os males da sociedade. Entretanto, a criação de uma regra não é útil por si só. É necessário que ela seja executada. Para tal tarefa, Becker (2008) acentua que é necessário opositor de regras. O autor trata da imposição de regras em sentido mais formal – legal – por isso, os impostores de regras a que se refere são normalmente profissionais, como a polícia. Ele afirma que o principal interesse do impostor de regras não é com o conteúdo da norma em si, mas o cumprimento dela. Isso é assim porque seu emprego depende de tal atividade. Por isso, o autor considera que opositor tende a agir de modo a justificar a existência de sua função e conquistar o respeito das pessoas.

Embora alguns movimentos tenham como objetivo específico a criação ou modificação de normas legislativas, é de se esperar que nas plataformas o criador de normas também atue como opositor – o que é um primeiro indício de que sua atitude pode ocasionar os



linchamentos. Agir em ambas as frentes serve para manter a constância de suas atividades e justificar permanentemente sua existência.

Pelo exposto, é possível perceber que existe uma relação próxima entre o que se chamou de comentaristas das redes e o conceito de empreendedor moral. As tecnologias da informação proporcionaram uma atualização no seu modo de agir, mas ainda são verificados os principais elementos apontados por Becker. A modicidade de custos, a agilidade, assim como os outros fatores mencionados, favorecem o oportunismo do empreendedor. Por meio do etiquetamento, em poucas horas, pode-se transformar um completo desconhecido em bode expiatório. Zaffaroni (2013) aponta que o empreendedor moral dos nossos dias não são religiosos medievais, mas os comunicadores, os formadores opinião. Na visão do autor, são eles que, por fim, acabam apontado a direção do poder punitivo. Crítico do que chama de criminologia midiática, o argentino também acentua a falta de comprometimento ético e o arrivismo do empreendedor moral nos meios de comunicação, tratando os comentaristas como intérpretes de notícias “que acabam de comentar a disputa entre moças de biquíni para passar a reclamar a reforma do código penal” (ZAFFARONI, 2013, p. 215). Observou-se que essa ideia é perfeitamente aplicável às redes, quiçá até majorada, na busca por seguidores, curtidas e lucro.

O empreendedor/comentarista tenta, por meio de suas publicações, reprimir condutas e expressões que considera desviantes. Além disso, comenta em publicações alheias, compartilha postagens que corroboram sua percepção, e assim vai formando e conduzindo um *entourage*. Com atuações em grupo, impõe sua visão de mundo, buscando abafar as contrárias. A predominância de um ponto de vista pode se tornar tão forte a ponto de ocorrer o que Fiss (2005) chama de efeito silenciador do discurso, isto é, a potência de um grupo desencoraja a manifestação de outro. É um movimento que, por meio do enfraquecimento do adversário, visa a conquistar mais adeptos. Essa é uma característica dos linchamentos, pois a força do ataque é tão grande que praticamente impede a defesa – da própria vítima ou de terceiros.

Contudo, para que a perseguição possa ser levada a efeito, aponta Girard (2018), é imprescindível que os manipuladores, aqui apresentados sob o conceito de empreendedores morais, disponham de uma massa suscetível de ser manipulável. Ou seja, deve haver pessoas vulneráveis a aceitar a crença no sistema da representação persecutória construída pelo empreendedor.

Nessa senda, a atuação do empreendedor moral – e seu grupo – nas redes poderá tomar outra forma. Quando sua empresa de combate e perseguição aos *outsiders* acerta o alvo com



contundência, o fato pode repercutir rapidamente e atrair a atenção de muitas pessoas, que aderem momentaneamente à causa e passam atuar conjuntamente. Esse fenômeno não raras vezes é chamado de linchamento virtual. O que levanta dúvidas sobre o mecanismo e o desenrolar dessa ação, além da própria adequação da utilização do termo para designar tal ato.

3.1 IMPONDO AS REGRAS

Com vistas a interpretar o fenômeno que ocorre nas plataformas, nos parágrafos seguintes serão observadas as principais características dos linchamentos no Brasil. Busca-se verificar as semelhanças e em que medida é apropriado a utilização do termo “linchamentos” no contexto dos ataques em grupo nas redes sociais.

O linchamento demonstra um momento de crise. Uma desagregação social que ocorre quando a população deixa de crer que as instituições do Estado são meios eficazes para manter a ordem e age para sustentar ou recuperar a ordem que acredita ameaçada, conforme aponta Martins (2014). Girard (2018) sustenta posição semelhante ao tratar das multidões que se formam na perseguição de grupos ou indivíduos considerados como bodes expiatórios. De fato, os linchamentos e as perseguições aos bodes expiatórios apresentam diversas semelhanças.

Para Martins (2014), o linchamento é uma decorrência da desmoralização de instituições como a polícia e, sobretudo, da justiça, vista como tolerante, lenta e formalista – o que abala a concepção de pena mantida no popular. Conforme o autor, a falta de diálogo entre a cultura popular e cultura jurídica faz com que parcela da população perceba a primeira como a justiça real, o que fomenta formas de vingança privada, então, uma minoria exaltada busca deslegitimar e subjugar o Estado, a sociedade e a lei.

Há uma ocorrência social que instiga o empreendedor moral. Ele chama a atenção da sociedade para aquilo. O mote de sua ação é demonstrar que há perigo. Busca instigar a recuperação da ordem perdida. A descrença nas instituições do Estado é o elã para que os membros da plataforma se sintam no dever de agir. Todavia, a vingança privada é exercida de acordo com *ethos* das redes: comentários ofensivos, “deixar de seguir” – isolamento social – e demonstrações de desagrado em geral, o que pode envolver postagens e vídeos com imagens depreciativas do *outsider* em questão. Entretanto, não se pode entender que esse movimento, isoladamente ou por si só, constitua um linchamento – ainda que virtual. É preciso atentar para outros fatores, a seguir expostos.



Para Girard (2018), a dificuldade que a sociedade tem para lidar com grandes flagelos sociais, pestes ou até dificuldade não tão perceptíveis, acaba sendo substituída por um mecanismo de perseguição, no qual as angústias e frustrações da população são depositadas em uma vítima ou grupo.

Entender os linchamentos, afirma Martins (2014), apenas como manifestações de conservadorismo é empobrecer sua interpretação. Para o autor, é necessário perceber os processos de mudanças sociais e o desenvolvimento excludente e polarizados da sociedade, isso envolve a má distribuição de bens, direitos e justiça, que são acompanhados pelo medo e pela busca, desenvolvendo formas patológicas de transição social.

Ora, as redes sociais representam um processo de mudança social em uma sociedade historicamente excludente e cada vez mais polarizada. Poder-se-ia dizer que a transição do “real” para o “virtual”, com súbita inclusão de milhões de pessoas na esfera pública, é uma mudança abrupta no sistema até então vigente. Não se sabe em que medida é patológica.

O desejo de não ficar parado diante de crimes faz com que surja, no ato de linchamento, uma nova sociedade dentro da sociedade; uma comunidade que estava oculta, que aparece para, por meio de um ato ilícito, reparar outro ato ilícito, e assim demonstrar a força da sociedade ante o cometimento de crimes, na restauração da ordem, e para vingar as vítimas das vítimas (MARTINS, 2014). É o que o autor chama de um momento de anomia.

O que se está demonstrando é que nas redes essa comunidade oculta não desperta de maneira natural. Requer-se um impulso: a atuação do empreendedor moral. Ele atuará demonstrando a atitude desviante e seus riscos para a sociedade, conclamando-a para que se manifeste sobre o caso, induzindo sentimentos de indignação, raiva e medo.

As pesquisas de Martins (2014) apontam que na maior parte das vezes o linchamento ocorre logo após o ato que o motivou, sobretudo no período noturno. Em alguns casos, o ódio perdura durante o dia do fato ensejador, e, em poucos, dura mais tempo. Portanto, é uma estrutura social que se apresenta por um período curto de tempo, impulsivamente. Busca-se o anonimato. A comunidade dificilmente testemunha sobre a identidade dos linchadores (MARTINS, 2014).

Como se demonstrou, o tempo é um fator muito importante na atuação do empreendedor moral. Há momentos em que a sociedade está mais tolerante com certas atitudes. Já em outras ocasiões, apresenta-se inflexível. Nota-se que o estímulo do empreendedor moral, por si só, não é suficiente para mobilizar o grupo. A ação é mais profícua quando executada na esteira de um



fato poderoso em voga no momento. A mobilização nas redes, portanto, tem ensejo semelhante ao dos linchamentos.

Para Martins (2014), embora resulte de uma ação repentina e impensada – chamada de *mob lynching* – os participantes possuem uma certa estrutura familiar e comunitária que lhes dá sustentação, normalmente com ligações locais: ainda que ajam com características de multidão, os linchadores moram nas proximidades e têm possibilidade de reencontro. Além disso, há um ideia de pertencimento, de unidade entre eles. O autor (2014) aponta que nos grandes centros urbanos a predominância é de pessoas pobres, mas nos municípios pequenos há participação direta da classe média.

Nesse ponto há similaridade: nas redes, a ação é repentina e impensada. A rapidez de comunicação na internet reforça ainda mais essa característica. Porém, ela não tende a ser ao acaso, uma vez que, como exposto, o empreendedor provavelmente já havia feito outras investidas semelhantes – o que se altera é que em um desses fatos a sociedade irá reagir com contundência. O formato da publicação, com custos de tempo e cognição baixos, favorece a situação.

A sustentação do grupo, porém, não é familiar ou comunitária. Em face do exposto, infere-se que ela parte do grupo do empreendedor moral – que tem facilidade de organização nas redes. Outra hipótese é de que a sustentação social seja o grupo empreendedor, e a sustentação ideológica seja o discurso de ódio. Não obstante, em relação à localidade, as ligações do grupo tendem a ser muito mais heterogêneas, haja vista que nas redes a distância física não constitui embargo.

Entretanto, as chamadas bolhas ou câmaras de eco poderiam atuar como forma de limitação ao grupo, uma vez que restringem o número de pessoas que recebe determinada informação. Mas isso não ocorre. Inicialmente, sim, a publicação do empreendedor ficará restrita ao seu grupo ou às pessoas que usualmente as veem. Essa estrutura, contudo, é rompida, a uma, porque os usuários/adeptos da causa moral, ao sentir que a oportunidade lhes favorece, compartilham a publicação com pessoas que estão fora da bolha. A duas, porque, na medida em que a rede detecta que o nível de atenção dispensado àquela postagem é superior às outras, provocando maior interação, surge a tendência de que a exiba para um número cada vez maior de pessoas. Como referido alhures, as plataformas disputam a atenção dos seus usuários – pois assim podem exibir mais publicidade. Nesse ponto, os interesses do empreendedor e da rede confluem. Ambos querer atenção dos usuários e ambos se beneficiam disso: a rede, porque



aumenta o tempo de conexão de seus usuários, com todos os reflexos e benefícios que isso lhe traz. O empreendedor, porque deu publicidade à sua causa – e eventualmente ainda poderá ser remunerado por isso. É o clímax de suas três características fundamentais: iniciativa, interesse pessoal e publicidade. Esse fator pode ser decisivo para estimular um ataque nas redes.

Com efeito, um aspecto que pode distinguir a *ação nas redes* dos linchamentos é anonimato. Tecnicamente, o que é feito nas redes fica registrado. Mas como o movimento durante a ação é típico de multidão, o papel de cada um fica reduzido a uma minúscula atitude. Exceto algum empreendedor moral mais afamado, o gesto dos demais acaba ganhando contorno de anonimato, pelo menos no sentido popular ou social. Isso é assim porque normalmente a pessoa poderá apagar a publicação, impedindo que alguém que não disponha de recursos técnicos sofisticados ou faça um pedido judicial para buscar o histórico de navegação veja seu ato. De outra sorte, os comentários, que são importantes para dar mais alcance e relevância a uma publicação, sofrem interferência de um mecanismo que os invisibiliza conforme se tornam antigos. As plataformas normalmente exibem apenas alguns dos comentários – mais relevantes ou mais recentes, ainda assim, em pequenos blocos. É trabalhoso ler todos. Além de que, pelo fluxo comunicacional das redes, a publicação tende a “descer” nas chamadas linha do tempo, o que também favorece o esquecimento.

Para Girard (2018), os perseguidores modernos, ao contrário dos antigos, são bastante preocupados em não deixar vestígios de sua conduta. Não obstante, chama a atenção para a existência dos perseguidores que qualifica como ingênuos. Estes estão de tal modo convencidos de seus direitos que não se preocupam em dissimular suas intenções. Desse modo, eles apresentam as coisas como pensam, sem se preocupar se estão produzindo provas contra si. A crença em determinados valores tidos como “certos” ou “bem” pode estimular uma conduta mais explícita.

O cenário é muito importante. Martins (2014) considera que é preciso considerar as especificidades, pois fora dele, talvez o mesmo ato não levasse ao linchamento. Ele observa que comumente os linchamentos são realizados em lugares públicos. E ainda (2014), nos locais onde ocorre um linchamentos, há uma predisposição a ocorrer outros, porque ocorre a ruptura de certos constrangimentos morais.

Conforme a abordagem deste texto, o novo cenário são as redes sociais. A percepção é de que funcionam como locais públicos, portanto há similitude. A diferença é que o ato, embora se externalize na esfera pública, pode ser praticado do ambiente doméstico – ou qualquer lugar.



Induz-se a possibilidade contínua de ação, proporcionada pela portabilidade do *smartphone*, somada à praticidade técnica, favoreça sobremaneira a impulsividade. A predisposição à reincidência é verificada pela recorrência dos fatos – cada vez mais frequentes.

Para Martins (2014), os motivos que ensejam os linchamentos são, por ordem decrescente de ocorrências, crimes: contra a pessoa; contra a propriedade; contra a pessoa e a propriedade; e violação de convivência social e civilidade. Principalmente no interior, os linchamentos tem cunho moral, repressivo e conservador. Em geral, aponta Martins (2014), são punitivos e vingativos.

É possível inferir que na medida em que a ação similar ao linchamento se tornou mais fácil e prática, com todas as comodidades das redes, também se diminuiu a exigência da gravidade da ação que o enseja. Sem olvidar de que a história está repleta de casos de atrocidades cometidas contra manifestações/expressões pessoais ou políticas, na cultura do linchamento esse não era um motivo considerável. Nas redes, talvez por sua natureza de espaço de debate, cada vez mais, as manifestações do pensamento têm ensejado ataques. Como um fenômeno repressivo e conservador, faz sentido, pois, historicamente, estão associados às restrições das liberdades de expressão e política.

Uma hipótese deve ser considerada: o que estimula o empreendedor moral a se mobilizar contra manifestações do pensamento não é a descrença na justiça ou nas instituições, mas justamente saber que elas não lhe assistem. Neste caso, a manifestação que instiga o empreendedor não constitui qualquer irregularidade jurídica, apenas contraria sua visão de mundo. Percebendo que não existem normas a serem aplicadas para a defesa de seu ponto de vista, tampouco seja provável a criação de uma nova norma – tendo em vista a garantia constitucional da liberdade de expressão, ele termina depositando suas forças em valores morais e na vingança privada. Desse modo, nos linchamentos, eminentemente, havia reação a um crime. Nas redes, não se pode dizer que há reação a um crime: há reação a uma conduta.

Girard (2018) aponta que como a multidão tende à perseguição e não pode agir contra causas naturais, inclina-se a encontrar uma vítima ou causa sobre a qual seja possível depositar seu apetite de violência. Analogamente, não são somente as causas naturais que impossibilitam a ação da população. Existem fatos sociais, como a violência, a falta de valores éticos, a solidão, etc. Há ainda as causas em que a atitude considerada desviante é juridicamente correta, ela meramente não se adequa à moral do empreendedor. Para esses casos, a vingança privada pode



ser entendida como única forma de remediar a sociedade do mal que o grupo perseguidor identificou.

A ação do empreendedor moral e dos linchamentos são idênticas em relação à seletividade. Becker (2008) afirma que as regras não podem ser impostas a todos. A escolha varia de acordo com o momento, as personagens e as situações. De certo modo, essa opção é do empreendedor. Os linchamentos também são seletivos. Martins (2014, p. 106) afirma que os linchados, são, de algum modo, “alcançados pela roleta-russa do destino”. Nas redes, esse também aparenta ser o caso. *A priori*, é difícil qualificar uma atitude que possa insuflar uma ação. A variante de momento diz respeito a uma dada ocasião em que a sociedade está mais atenta a determinados acontecimentos. Já as personagens podem influenciar de modo diverso, pois atos que são considerados desviantes ou errados quando praticados por alguns, não o são quando praticados por outros. Situações são importante à medida que uma ação tem reflexos que variam de acordo com o contexto.

Por fim, vale notar o aspecto simbólico e ritualístico. É preciso perceber, conforme Martins (2014), a diferença entre a morte e o morrer. Morrer é morrer socialmente, o que é diferente da morte propriamente dita; nos linchamentos, busca-se a morte simbólica da pessoa, não apenas a morte física: o que se quer, portanto, é tornar a pessoa socialmente morta (MARTINS, 2014). O autor aponta que o ato restaurador não termina no plano simbólico. Há também um aspecto mágico, que se busca com o ato de punição. Por isso, afirma que se deve atentar para os linchamentos como ritos sacrificiais: um rito simbólico no qual os vencedores se apropriam da vida do vencido. Assim, muitas vezes, segundo verifica, os linchamentos são a expressão da necessidade de um bode expiatório. Estes são necessários sobretudo em crimes que desordenam a sociedade (MARTINS, 2014) (GIRARD, 2018).

O que acontece, conforme aponta Girard (2018), é que o bode expiatório tem o condão de inverter a sua relação com os perseguidores, isso produz a dimensão sagrada do ato. Em outras palavras, os perseguidores acreditam que os males de que padecem são causados pelo bode expiatório, e é justamente o sacrifício do bode que poderá reestabelecer a ordem. Portanto, o bode é causa do males, mas também a cura. Com isso, aponta Girard (2018), se um grupo está passando por dificuldades e a execração de um ser – humano ou animal – pode retomar a ordem, nos momentos de necessidades, isso será lembrado, pois oferece uma ilusão de cura facilitada. No tópico seguinte, será abordado um caso prático para cotejá-lo com os conceitos até aqui analisados.



4 OS PROBLEMAS E OS CULPADOS

Neste tópico, por meio de um caso específico, pretende-se testar os conceitos acima expostos. Cumpre ressaltar que exemplos existem à mancha nas redes. A seleção do caso se deve a sua repercussão. Busca-se fazer uma análise de um vídeo publicado no YouTube, a fim de concatenar o referencial teórico proposto e verificar de que modo é possível discerni-lo na prática. O trabalho evita identificar a página ou os nomes dos autores. A temática do vídeo é uma crítica ao jornalismo brasileiro na campanha eleitoral de 2018.

A postagem analisada é uma produção de pouco mais de treze minutos, elaborada especialmente para o YouTube. O canal da publicação recebe o mesmo nome de seu apresentador, tem cerca de 250 mil inscritos e acumula mais de dez milhões de visualizações. O vídeo mais antigo data de 2015 e é também o mais visualizado, com 1,7 milhões de exibições. A atuação do canal passou a se intensificar nos últimos dois anos. Os vídeos tratam de assuntos variados, como bolsa de valores, a ideologia política de Putin, a queda do PIB, a reforma tributária e criminologia. Exatamente a variedade de assuntos apontada por Zaffaroni (2013).

Isso posto, passa-se à análise do conteúdo do vídeo. O apresentador diz que vai comentar uma entrevista de um candidato à presidência, mas não quer fazer análises superficiais. Ele se propõe a “uma avaliação profunda”. A postagem do vídeo foi feita em 31 de julho de 2018, dois dias após a referida entrevista de que trata. Claramente, o empreendedor acompanha os fatos sociais e interage rapidamente com eles, buscando atitudes desviantes.

Nota-se que o vídeo não tem cortes e utiliza apenas uma câmera, sem cobertura de outras imagens. Assim, os custos financeiros de produção são baixos. Não há filtros de edição. O tempo para produção também é reduzido, já que não há apuração jornalística, cenário, etc. Para o receptor, o custo financeiro limita-se a ter um *smartphone* com conexão à internet. A demanda de tempo é facilitada pois o vídeo pode ser apenas ouvido, porque não há imagens dos eventos citados. O espectador também tem pouca demanda cognitiva: o próprio locutor apresenta todas as versões que supõe necessárias. Ele interpreta os fatos, aponta a causa, a consequência e a solução. Portanto, é o caso típico do comentarista de rede.

A pauta conservadora é o ensejo da iniciativa, segundo o próprio autor/produzidor. O interesse pessoal é aparente porque há ampla divulgação de seu nome. Ademais, abaixo do vídeo, nas ferramentas da rede social, há um símbolo de coração com um cifrão, ao lado da





palavra “valeu”. É um dispositivo para contribuição. O valor mínimo é de dois reais. Mediante pagamento, o canal também oferece cursos sobre atuação no mercado financeiro. Já a publicidade da causa é alcançada com as milhares de inscrições no canal e os milhões de *views*. Identificadas, portanto, as três primeiras características do empreendedor moral: iniciativa, interesse pessoal e publicidade. O valor que ele entende como correto e quer impor para a sociedade é o que chama de “conservadorismo”.

O objeto de sua empreitada moral está claro. De modo geral, é combater o “esquerdismo”. Mais especificamente os jornalistas, cuja grande maioria classifica como “esquerdistas”. Esse é o mal que deve ser evitado na sociedade. Desse modo, fica delimitada a classificação do desvio. O apresentador questiona: “qual a função dos jornalistas?” e logo em seguida responde: é informar as pessoas sobre o que está acontecendo, para elas tomarem suas decisões. Na sua visão, porém, isso não ocorre, porque a profissão de jornalista teria sido “sequestrada” pelo movimento “de esquerda”. Assim, os jornalistas não informam. Apenas atuam ideologicamente. Portanto, a atitude desviante é defender movimentos de esquerda. Os *outsiders* são os jornalistas.

Conforme foi observado, outra característica do empreendedor é enfatizar as consequências das atitudes desviantes realizada pelos *outsiders*. Demonstrar o mal que elas causa para sociedade e a emergência de corrigi-las. No vídeo, está bastante detalhado: a missão dos jornalistas é fazer uma revolução para destruir a estrutura da sociedade e reconstruí-la de modo mais justo. A intenção dos jornalistas, afirma, é um projeto esquerdista de destruição da sociedade “de cima para baixo”. Segundo o apresentador, essa atuação jornalística é “responsável direta” pelos sessenta mil homicídios por ano no país, além de outras mazelas da sociedade brasileira, inclusive a corrupção. É nítida, portanto, atribuição de culpa por determinados eventos a uma parcela da sociedade. Consequentemente, se o mal não for evitado, a cada ano milhares de pessoas seguirão morrendo por culpa dos jornalistas. Além disso, toda a estrutura social corre o risco de ser destruída, segundo o narrador.

Como é característico, o empreendedor apresenta a solução para os problemas. No vídeo, esse aspecto também está presente. O locutor diz que no Brasil os movimentos de esquerda ainda não conseguiram destruir a estrutura da sociedade porque há uma resistência forte. Essa resistência são os “movimentos conservadores”. A melhor forma de evitar o perigo, conforme aponta, é votar no candidato, que segundo sua opinião, é representante dos valores conservadores da sociedade. Nota-se que ele quer impor um valor, o conservadorismo, mas não



por meio da criação ou imposição direta de uma regra. A intenção é eleger determinado político para que este atue na criação legislativa/executiva conforme os valores conservadores.

Há ainda um ponto a ser tratado: em que medida o vídeo pode se relacionar com o fenômeno dos chamados linchamentos virtuais? Notadamente, ele tem por objetivo a desmoralização de uma classe, imputando-lhe a culpa por fatos horrendos. Assim, a dificuldade da sociedade em lidar com seus flagelos é substituída pela perseguição e atribuição de culpa aos jornalistas: eles são os culpados pelos sessenta mil homicídios anuais no Brasil, pela corrupção, além visarem a destruição da estrutura social. Está apontado um caminho simplificado para a solução dos problemas, instigando uma reação e induzindo sentimento de raiva, medo e indignação. São aspectos que, como se demonstrou, permeiam os linchamentos.

Não obstante, o vídeo analisado apresenta-se como uma reação a um ato que corrobora para desordenar a sociedade: a entrevista na qual os jornalistas supostamente agiram com intenção de prejudicar um candidato. Ademais, o conteúdo do vídeo tem a seguinte conotação: caso algo seja feito contra os jornalistas, será uma reação legítima em face dos problemas e perigos que eles causam para a sociedade. É importante considerar que a publicação foi feita no contexto do período eleitoral de 2018, marcado pela polarização e violência. Por conseguinte, aproveita-se do momento em que a sociedade está mais intolerante para apontar um culpado pelos seus principais problemas.

No que tange ao anonimato, nota-se que o apresentador expõe seu próprio nome e imagem sem ressalvas. Os mais de dois mil comentários acabam tendo o efeito abordado no segundo tópico, isto é, dão mais visibilidade ao vídeo, porém os mais antigos acabam descendo na linha do tempo, o que, na prática, os invisibiliza.

Importa notar que não basta a ação do empreendedor, é preciso que haja um grupo disposto a lhe dar ouvidos. O vídeo em análise tem quase trezentas e cinquenta mil visualizações e está entre os melhores desempenhos do canal. Além dos comentários, já abordados, há mais de trinta mil marcações como “gostei”. Isso também demonstra a condução do *entourage* e a influência que tais conteúdos possuem. É uma ação unívoca. Não obstante, pode ser um indicativo das chamadas bolhas – o que não aparenta ser o caso, pela quantidade de visualizações.

No caso do vídeo, observa-se a seletividade. A culpa dos males sociais é atribuída a toda uma categoria profissional. Ainda que bastante ampla, é uma forma de delimitação. No mito do bode é mais comum que as desgraças sociais sejam atribuídas a todo um povo, comunidade ou



grupo. Nos linchamentos essa hipótese é remota. Portanto, pode-se notar um lado simbólico, com a construção dos jornalistas no papel de bode expiatório. A desordem social e a necessidade de seu reestabelecimento são indicativos da presença da crença de representação, pelo qual os males da sociedade são incorporados em determinados seres.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentou as principais características das redes sociais na internet. Demonstrou como elas se relacionam com o conceito de empreendedor moral e analisou de que modo essa atuação pode culminar nos ataques on-line, traçando um paralelo entre estes e os linchamentos. Por fim, verificou a aplicação dos conceitos em um caso prático.

A praticidade de comunicação proporcionada pelas redes sociais oferece diversas facilidades para o empreendedor moral. Foram demonstrados os principais aspectos de sua ação: a imposição de valores morais, a classificação de condutas como desviantes e a distinção dos *outsiders*. Tudo isso, por meio de uma ação em momento oportuno, com personagens e em contexto que favorecem seu ponto de vista. Assim, sua atuação é decisiva para formar grupos, induzir, fomentar e, de certo modo, coordenar os ataques on-line. Evidenciou-se que estes guardam muitas semelhanças com os linchamentos.

Entretanto, diferem-se em alguns aspectos. Primeiro, não são necessariamente reações crimes, como hegemonicamente ocorre nos casos de linchamentos. Cada vez mais, as manifestações de pensamento ensejam ataques on-line. Portanto, são reações a condutas caracterizadas como desviantes. Segundo, busca-se, sobretudo, a morte simbólica da vítima. Isso acontece porque o ato não envolve violência física. Ele é realizado por meio da expressão e de ações próprias da rede, como “deixar de seguir”, comentários, reações, etc. Não obstante, é comum que as consequências dos ataques on-line não fiquem restritas às redes. Algumas vezes, a perseguição on-line resulta no linchamento físico ou causa impactos de ordem econômica e social para a vítima.

Com o encadeamento de conceitos, o trabalho contribui para a compreensão de um fenômeno que tem causado muitos danos à sociedade. O texto também levantou hipóteses e problemas que poderão se desdobrar em outras pesquisas. Amiúde, o papel quase caricato do empreendedor moral, que cria teorias da conspiração, distorce informações, elabora ilações improváveis ou simplesmente cria os mais absurdos despautérios, é ignorado pela crítica.



Contudo, os recentes acontecimentos na esfera política e social têm demonstrado que esse é um assunto que merece tratamento adequado.

REFERÊNCIAS

BECKER, Howard S. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Título original: Outsiders: studies in the sociology of deviance.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. Tradução: Rita Espanha. *In*: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (coord). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006. cap. 1, p. 17-30. Disponível em: <http://www.academia.edu/download/39508561/REDE.pdf#page=16>. Acesso em: 14 jul 2020.

CETIC.BR. **TIC Domicílios 2021**: principais resultados. 2022. Disponível em: <https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2021/individuos/>. Acesso em: 10 out 2022.

CRUVINEL, Diogo Mendonça. Fake news e o custo da informação. *In*: RAIS, Diogo (coord.). **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2020. cap. 9, p. 165-182.

DATASENADO. **Mais de 80% dos brasileiros acreditam que redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas**. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasetenado/publicacaodatasetenado?id=mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-pessoas>. Acesso em: 10 abr 2020.

FISS, Owen M. **A ironia da liberdade de expressão**: estado, regulação e diversidade na esfera pública. Tradução: Gustavo Binbenbom; Caio Mário da Silva Pereira Neto. 1. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2005. Título original: The irony of free speech: State, adjustment and diversity in the public sphere.

GIRARD, René. **O bode expiatório**. Tradução: Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2018. Título original: Le bouc émissaire.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010. Título original: Cyberculture.

MARTINS, José de Souza. **Linchamentos**: a justiça popular no Brasil. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2019.

PIRES, Antonio C. M.; PIRES, Lilian Regina G. M. Desinformação: atuação do Estado, da sociedade civil organizada e dos usuários da internet. *In*: RAIS, Diogo (coord.). **Fake news**: a





conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Thompson Reuters Brasil, 2020. cap. 13, p. 227-242.

WE ARE SOCIAL. **Digital In 2019**. 2019. Disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em: 20 jun. 2022

ZAFFARONI, Eugenio Raúl. **A questão criminal**. Tradução: Sérgio Lamarão. Rio de Janeiro: Revan, 2013. Título original: La cuestión criminal