

## REMEDIAÇÃO DIGITAL E COMUNICAÇÃO POPULAR EM SISTEMAS DE MENSAGENS ONLINE

Gabriela Cassiano Abdalla<sup>1</sup>

Richard Perassi<sup>2</sup>

Luciane Fadel<sup>3</sup>

***Abstract:** Sociopolitical relationships are built with storytelling. Before, the mass media was controlled by a few broadcasters and only their messages were broadcast. Receivers, on the other hand, remediated messages in face-to-face conversations, telephone conversations or letters. Therefore, before the popularization of the online communication system, the popular power of communicative remediation was reduced. With the use of smartphones, there are efficient systems in an online network, enabling interpersonal communication. After studying communication via the online messaging system, it was proposed that: communication with the messaging system simulates face-to-face conversation, dominated by gossip; large-scale communication was remedied with online messages and communication is poorly qualified and conservative, confirming prejudices and behaviors, including fake news and post-truths.*

*Keywords:* online communication; digital intrigues; popular remediation.

**Resumo:** As relações sociopolíticas são construídas com contação de história. Antes, a mídia de massa era controlada por poucos emissores e apenas suas mensagens eram divulgadas. Já os receptores remediavam as mensagens em conversas presenciais, telefônicas ou cartas. Por isso, antes da popularização do sistema de comunicação online, o poder popular de remediação comunicativa era reduzido. Com o uso de smartphones, há sistemas eficientes em rede online, possibilitando a comunicação interpessoal. Depois de estudar a comunicação por sistema de mensagens online, foi proposto que: a comunicação com o sistema de mensagens simula a conversação presencial, dominada por fofocas; a comunicação de grande amplitude foi remediada com as mensagens online e a comunicação é pouco qualificada e conservadora, confirmando preconceitos e comportamentos, inclusive com fake news e pós-verdades.

*Palavras-chave:* comunicação online; intrigas digitais; remediação popular.

### 1 INTRODUÇÃO

Além das imagens e dos sons, a linguagem verbal foi decisiva no aprimoramento sociocultural da humanidade. Os recursos verbais, orais e escritos, permitiram narrativas cada

---

<sup>1</sup> Programa de pós-graduação em Design – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4409-1683>. e-mail: [gcabdalla@gmail.com](mailto:gcabdalla@gmail.com)

<sup>2</sup> Programa de pós-graduação em Design – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0696-4110>. e-mail: [richard.perassi@uol.com.br](mailto:richard.perassi@uol.com.br)

<sup>3</sup> Programa de pós-graduação em Design – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – Brasil.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9198-3924>. e-mail: [liefadel@gmail.com](mailto:liefadel@gmail.com)

vez mais precisas no processo de comunicação. Parte do progresso da comunicação verbal é descrita na evolução entre trocas de mensagens presenciais ou a distância, com o uso de recursos como: carta, rádio, telefone, televisão e, hoje, em redes digitais *online*. Assim, além da comunicação presencial e outros processos tradicionais, a comunicação interpessoal a distância também é cada vez mais abrangente e influente nas relações sociopolíticas.

Estruturalmente, a dinâmica da comunicação implica no compartilhamento de mensagens, as quais são compostas por informações. Os conjuntos de informações constituem histórias e narrativa. Cada informação define um formato específico da mídia. Os conjuntos com uma ou mais informações, quando são dispostos em canais de compartilhamento são designados como mensagens. Em síntese, mensagem é a informação disposta em um canal de compartilhamento (Perassi, 2019).

Contextualmente, a influência sociopolítica em toda e qualquer interação comunicativa é decisiva na microdinâmica fragmentada das relações interpessoais. Inclusive, isso atribuiu força simbólica e sentidos diversos, como leviandade, perigo e temeridade, a palavras como: “fofoca”, “mexerico” e “intriga”. Harari (2015, p. 28) confirma como decisiva essa influência ao afirmar: "Nossa linguagem evoluiu como uma forma de fofoca”.

Considera-se que “fofoca” é um tipo de mensagem potencialmente avaliativo e relacionado aos preceitos morais. Aliás, o conteúdo pode ser moralmente positivo ou danoso, sem a necessidade de ser verdadeiro. O referente central da mensagem é uma entidade social, como pessoa física, profissional ou organização.

Noon e Delbridge (1993) indicam que são atribuídos diversos sentidos à palavra “fofoca”. Todavia, a existência histórica e continuada da divulgação dessas mensagens demarca sua relevância nas relações sociais. Na comunicação de fofocas, há troca de conhecimentos e principalmente de valores morais, servindo ainda levemente como entretenimento ou distração, quando se distancia dos temas mais contundentes. Para Levin e Arluke (1987), trata-se de uma comunicação útil na obtenção de informações sobre outros e na orientação dos valores comunitários, sinalizando o que as pessoas devem considerar e seguir para serem socialmente bem aceitas.

No contexto dos vários sentidos da palavra “fofoca”, destaca-se o termo “mexerico”, como indicativo de mensagens levianas, irrefletidas e eventualmente divertidas. Por sua vez, o termo “intriga” indica objetivos maliciosos que, deliberadamente, buscam desqualificar moralmente uma ou mais entidades sociais. Em 2018, o título do relatório da associação Observatório da Comunicação (OBER-COM) foi “As *Fake News* numa Sociedade Pós-Verdade. Contextualização, potenciais soluções e análise”. Assim, a associação se posicionou

frente aos temas *fake news* e pós-verdade, considerando-os parte de um fenômeno abrangente de escala mundial e com consequências sociopolíticas desastrosas.

No relatório, como contexto de origem e instalação do fenômeno, é indicada a “prática de comunicação em rede, a qual proporcionou um espaço de expressão livre onde praticamente qualquer informação pode ser produzida, transmitida e recebida”. Entre as características “observam-se um conjunto de práticas pseudojornalísticas ou baseadas na distorção mais ou menos voluntária de informações jornalísticas, voltadas à desinformação e à deslegitimação dos saberes” (OBER-COM, 2018, pp. 6-7).

Há mensagens que resultam da invenção de fatos ou narrativas, configurando *fake news*. Mas, há também fatos e narrativas mais ou menos procedentes, cujas interpretações livres provocam distorções por ignorância ou interesse. Assim, são as pós-verdades, em que “os fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal” (Mcintyre, 2008, p. 5).

Anteriormente, diante das barreiras de acesso aos meios técnicos de comunicação de massa, os detentores da mídia e difusores de informações em grande escala eram geralmente identificados e responsabilizados por suas mensagens. Agora, o rastreamento das fontes das inúmeras informações requer um potente aparato tecnológico, além de amplo, detalhado e exaustivo trabalho de busca.

Além disso, os processos e as ações de remediação em massa das informações tornam essa tarefa ainda mais difícil. Isso porque a mensagem original é constantemente remediada ou reproduzida com omissões ou acréscimos que deturpam ou agravam o conteúdo das mensagens. Nos processos de “recompartilhamento” de mensagens também ocorre a contínua adulteração das informações. Isso confirma o dito popular que tradicionalmente adverte: “quem conta um conto aumenta um ponto”.

A tradicional produção de mensagens designadas como fofoca, mexerico ou intriga é reeditada na comunicação popular de mensagens interpessoais em rede *online*, que é suportada por *smartphones*. Mas, no contexto da cibercultura essas mensagens são também denominadas *fake news* e pós-verdades. Isso porque sistemas de mensagens *online*, como o aplicativo *WhatsApp*, disponibilizam um canal de livre expressão para produção, recepção e transmissão de praticamente qualquer tipo de informação verbal, visual ou audiovisual. A dinâmica da comunicação interpessoal foi atualizada e potencializada. No aparelho *smartphone*, as pessoas recebem mensagens e, imediatamente, realizam remediações, com alterações de formato ou acréscimo de comentários, transmitindo em seguida as informações para um ou vários contatos *online* de sua lista.

Vale salientar ainda que as facilidades provocam a futilidade ou a leviandade. Anteriormente, cultivou-se solenidade e reverência na comunicação por carta. Depois, o envio ou o recebimento de telegramas envolvia situações de urgência e gravidade. Assim, observa-se o esforço na mediação e o custo elevado da comunicação implicam em maior rigor na produção das mensagens. Mesmo no início da comunicação por telefone era requerido parcimônia e cuidados. Portanto, em princípio, agilidade, informalidade e mesmo irreverência ou leviandade eram e são comuns nas comunicações presenciais e prosaicas entre pessoas de mesmo estatuto social.

## **2 CARACTERIZAÇÃO E DELIMITAÇÃO DO ESTUDO**

Neste artigo apresenta-se um estudo sobre a comunicação em sistemas digitais de mensagens *online*, cujo desenvolvimento foi realizado com a abordagem *close reading*. Nos estudos literários é comum a adoção dessa abordagem que requer a leitura atenta do objeto de estudo, para que sejam identificados e destacados seus aspectos particulares. Na realização do estudo, todas as partes do objeto são observadas, para seleção e descrição do que é distintivo e relevante. Boyle (2013) assinala a necessidade de identificação das superposições de significados, porque isso permite a compreensão aprofundada do objeto.

A abordagem *close reading* é qualitativa e parte do princípio observacional ou fenomenológico, resultando em um estudo descritivo. Como esclarece Trinta (2012), assume-se uma postura indagativa e exploratória sobre o objeto de estudo para descrevê-lo criticamente, sem necessariamente explicá-lo. O objeto midiático em estudo é composto pelos sistemas digitais de mensagem *online*, mais especificamente, o sistema *WhatsApp*. Considera-se que é um recurso midiático privilegiado para a comunicação interpessoal a distância, principalmente, devido à possibilidade da simulação de conversas presenciais. Nota-se ainda que, na atualidade, as conversas presenciais também são comumente ilustradas com informações coletadas na rede *online*, devido à mobilidade e ao uso generalizado dos aparelhos *smartphones*. O foco deste estudo recai prioritariamente sobre a comunicação popular e interpessoal, que decorre igualmente da relação generalizada e cotidiana das pessoas comuns com aparelhos *smartphones* conectados *online*.

Além do uso organizacional, houve a expressiva remediação do sistema *WhatsApp* para a comunicação com grandes grupos de pessoas, principalmente, devido à comunicação doutrinária com interesses ideológicos. Mas, reforça-se neste estudo a prioridade original do sistema, que é a comunicação interpessoal a distância. Inclusive, isso foi potencializado

devido ao custo acessível, à facilidade de uso e à fluidez ou rapidez da comunicação. Mas, observa-se ainda que se predomina no sistema de mensagens a baixa qualidade de informação e comunicação, com relação à produção e à transmissão de conteúdo estético-simbólico.

Entre as proposições da Teoria Matemática da Comunicação (Shannon & Weaver, 1975) é indicado que o maior repertório de informações aumenta a possibilidade de alteração no comportamento dos receptores. Mas, também é assinalado que um repertório maior reduz a audiência. Diante disso, é possível considerar em lógica reversa que uma ampla audiência é cativada com a comunicação de um repertório reduzido em quantidade, variedade e qualidade.

Com o apoio da clássica Teoria da Comunicação, portanto, é pertinente ponderar que a grande abrangência da comunicação interpessoal através do sistema *WhatsApp* não resulta em diversidade criativa ou alta qualidade de informação, sendo caracterizada por recorrências ou redundâncias apaziguadoras. Em sistemas assim, grande parte da diversificação dos formatos de mídia e mensagem não alteram de maneira relevante o conteúdo das mensagens. Por isso, ao invés de provocar alterações, as informações veiculadas reforçam comportamentos e preconceitos nas pessoas usuárias do sistema.

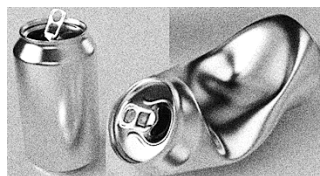
Essas características não são exclusivas das mensagens nos sistemas digitais *online*, porque também foram tradicionalmente observadas na comunicação presencial e interpessoal do cotidiano. Trata-se de características pertinentes a qualquer sistema de comunicação de baixo custo, fácil acesso e grande fluidez informativa. Inclusive, isso confirma o grande potencial do sistema *WhatsApp* na simulação eficiente da comunicação interpessoal presencial, destacando-se as mensagens “fofoqueiras”.

Na mensagem considerada fofoca predomina o discurso moral, servindo como controle e reforço comportamental entre tabus e parâmetros coletivos de certo ou errado. Em síntese, os argumentos aqui privilegiados que configuram o recorte e o escopo deste artigo são: A comunicação com o sistema *WhatsApp*, simula a conversação interpessoal presencial, sendo dominada por fofocas. A comunicação de grande amplitude, característica da mídia de massa, também foi parcialmente remediada com o sistema de mensagens *online*. A comunicação, predominantemente, é pouco qualificada e conservadora, confirmando preconceitos e comportamentos, inclusive com *fake news* e pós-verdades.

### **3 QUALIDADE DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO**

Devido aos estímulos provocados por ambientes naturais ou sociais, com seres, coisas e objetos, as pessoas são continuamente informadas por sensações táteis, visuais, sonoras, odoríficas e gustativas. Sobre isso, Birdwhistell (1959) adverte que, além de produzirem e comunicarem informações diversas, as pessoas também estão imersas em ambientes comunicativos. Além das sensações, os estímulos do entorno provocam também sentimentos, emoções e ideias; portanto, toda informação para ser percebida ou recebida requer fisicalidade. Por isso, indica-se que “mídia é a parte física de uma informação” (Perassi, 2019, p. 78). Pelo menos parcialmente, é comum que os corpos expressem os afetos físicos e psicológicos que sofreram. Um exemplo é a lata que foi apertada com força e ficou amassada, porque o corpo da lata mostra que sofreu a pressão. Conseqüentemente, pode-se também considerar que a pessoa amassou a lata pressionada por afetos, como raiva, tédio ou alegria (Figura 1).

Figura 1 – Produto lata, com forma íntegra e amassada.



Fonte: remediação de imagem coletada em: <https://educador.brasilecola.uol.com.br/>.

Com maior ou menor gravidade, o amassado da lata é a expressão física dos afetos. Ao ser observado, o corpo amassado comunica sua condição física e, indiretamente, evidencia o afeto de quem amassou. Primeiramente, houve a mediação do corpo de uma pessoa sobre a lata, condicionando-a como mídia ou suporte de informação. Por sua vez, a deformação da lata é o registro informativo que comunica os afetos envolvidos. O ato de amassar a lata caracterizou uma “remediação”, alterando a estrutura da mídia e corrompendo a ordem da mensagem original com a desordem físico-emocional do amassamento. A remediação praticada resultou em pós-verdade, porque informou emoção no produto lógico-industrial.

As pessoas em geral sentem a necessidade de expressar e expurgar suas paixões. Inclusive, é dito “que se escreve um livro para se livrar dele” (Perassi, 2012, p. 60). Com maior ou menor formalização, as diversas linguagens oferecem recursos para a expressão pessoal e a comunicação interpessoal e coletiva.

O uso pessoal das linguagens em geral expressa marcas de identificação do emissor. Também, há sinais identificadores da expressão de grupos humanos. Com relação ao uso da língua, a vocalização e a escrita são os principais recursos mediadores ou mídia de informação e comunicação. No uso da língua, por exemplo, percebem-se diferentes regionalismos que

identificam o emissor ou emissores. Há ainda a possibilidade individualizada de se reconhecer a voz ou a caligrafia de uma pessoa. Enfim, tudo isso evidencia particularidades nos processos de mediação e comunicação das informações.

As particularidades expressivas e outras formalidades na composição das mensagens influenciam na percepção e na interpretação de seu conteúdo, incorrendo em diferenciações estético-simbólicas. Por exemplo, há alterações na percepção e na interpretação da mensagem decorrentes das alterações na voz do falante. A adoção de tipografias prontas também implica em escolhas expressivo-significativas e as palavras ainda podem ser destacadas com tipos MAIÚSCULOS e em **negrito** ou *itálico*, entre outras possibilidades.

Todas as variações mais ou menos sutis nos processos de criação ou reprodução de uma mensagem definem particularidades mediadoras que influenciam na percepção e na interpretação das informações. Para Birdwhistell (1959), por causa das sutis possibilidades de variação ou adaptação das linguagens em função de gosto ou interesse próprio, as pessoas não são imparciais ao produzirem ou reproduzirem uma história. Por isso, a remediação da mídia e das mensagens é prática comum na dinâmica comunicativa.

Enfim, ao mudar a mídia, alteram-se também em maior ou menor grau as relações estético-semânticas da informação. Por causa das dificuldades de controle da assimetria entre emissores e receptores humanos, tradicionalmente, buscou-se a plena simetria entre meios de transmissão ou transmissores tecnológicos. Mas a simetria na transmissão só é alcançada satisfatoriamente entre os meios tecnologicamente idênticos ou muito similares e sem a interferência humana no processo de transmissão.

Há, entretanto, uma continuidade evolutiva na dinâmica da comunicação, apesar das constantes remediações. Por isso, também não há a plena autonomia nos processos de criação, produção e transmissão. Algumas mudanças são parcialmente disruptivas, mas há uma linha evolutiva que, inclusive, permite a arqueologia da comunicação. Como confirmação, Castells (1999) observa que, sob certos aspectos, os meios de comunicação atuais e modernos absorvem os recursos anteriormente adotados nas culturas tradicionais.

Por sua vez, Bolter e Grusin (1999) defendem que toda mídia "remedia" outra mídia. Portanto, "remediação" é o fenômeno de apropriação de meios e mensagens, provocando mudanças, intencionais ou involuntárias, no formato da mídia ou da informação e alterando o conteúdo das mensagens. Inclusive, Lemos (2004) considera que a constante e acelerada recriação da mídia é uma característica da era digital.

Atualmente, a remediação com alterações voluntárias é defendida como processo válido de criação e reapropriação intelectual. A produção com bricolagem pode ser criação individual

ou compartilhada e cocriativa. Portanto, as práticas cocriativas também validam a ideia de “*remix*” que, publicamente, foi defendida por Kirby Ferguson no audiovisual *Everything is a Remix* (2010). No contexto atual houve a consolidação das práticas de remediação como atividade constantemente compartilhada e observada na cultura digital de sátiras e *memes* em linguagem multimídia, como produtos ou objetos midiáticos decorrentes da remediação com remixagens de diversos recortes de imagens, sons e textos escritos.

Em síntese, o que está em discussão é a validade dos processos e a qualidade da informação e da comunicação. Sobre isso, na década de 1940, foi proposta a clássica “Teoria Matemática da Comunicação” por Shannon e Weaver (1975), indicando a originalidade ou a imprevisibilidade como o parâmetro de qualidade da informação. Isso foi proposto em uma abordagem formal, cujos parâmetros são sintático-gramaticais e podem ser quantitativamente verificados sem a conferência do conteúdo semântico.

Por sua vez, os parâmetros semânticos também indicam que o interesse dos receptores é aguçado pela originalidade ou imprevisibilidade da informação. Por exemplo, saber que uma pessoa de comportamento aparentemente comum cometeu um crime, é mais surpreendente e interessante do que saber que foi ao teatro. Contudo, os parâmetros semânticos implicam ainda em questões de veracidade, lógica comportamental, motivações e possibilidades que são consideradas na qualificação de informações e mensagens.

Valorizando-se a originalidade da narrativa e não acreditando na veracidade do conteúdo, pode-se considerar divertida a ideia de que uma pessoa comum haja fora das normas legais ou morais. Mas, para se acreditar na veracidade da mensagem costumam ser necessárias evidências, possibilidades, motivações e outros quesitos. A mensagem considerada divertida e inverossímil é comumente indicada como “mexerico”. Mas a mensagem mentirosa, que simula gravidade e veracidade, caracteriza *fake news*.

Quando há o interesse perverso do informante no efeito da mensagem, a comunicação é caracterizada como “intriga”. As informações intrigantes são comumente baseadas em algum elemento ou aspecto evidente. Mas o interesse perverso leva ao acréscimo de apelos emocionais ou fantasiosos, constituindo a “pós-verdade”.

Na prática, as informações fofoqueiras, como mexericos e intrigas, são de difícil avaliação pelo público em geral. Por exemplo, a falta de veracidade das informações pode ser compensada com sua imprevisibilidade ou encantamento poético. Isso também se aplica a *fake news* e pós-verdades. Aliás, já foi indicado que a incoerência factual não invalida os ensinamentos morais de certas mensagens. Por fim, as pessoas em geral também valorizam mensagens que confirmam suas crenças. Uma mensagem de grande valor popular confirma



certezas com argumentos renovados. Portanto, “ao mesmo tempo, é surpreendente e esperada” (Perassi, 2019, p. 87).

Investindo-se nos parâmetros teóricos, considera-se, entretanto, que a qualidade das informações e da comunicação é baseada na originalidade ou na imprevisibilidade da mensagem e na veracidade ou na coerência da mensagem com a realidade factual. Mas, sob qualquer parâmetro, a alta qualidade é difícil de ser alcançada.

Na medida em que o acesso aos meios de produção e transmissão se aproxima da gratuidade, há grande produção e oferta de informações com pouca qualidade. Aliás, pelo que já foi apresentado, é coerente indicar que o amplo interesse popular não é necessariamente mobilizado pela qualidade da informação. Mas, enquanto os recursos de produção e acesso à informação são custosos ocorre a necessidade de grandes investimentos inspirando mais cuidados à produção e maior seleção para o consumo.

#### **4 O SISTEMA DE MENSAGENS *ONLINE***

Desde que houve a conexão por rede *online* de *hardwares* ou aparelhos digitais, como computadores e *notebooks* ou *tablets* e *smartphones*, foram desenvolvidos diversos *softwares* ou aplicativos com sistemas de mensagens *online*.

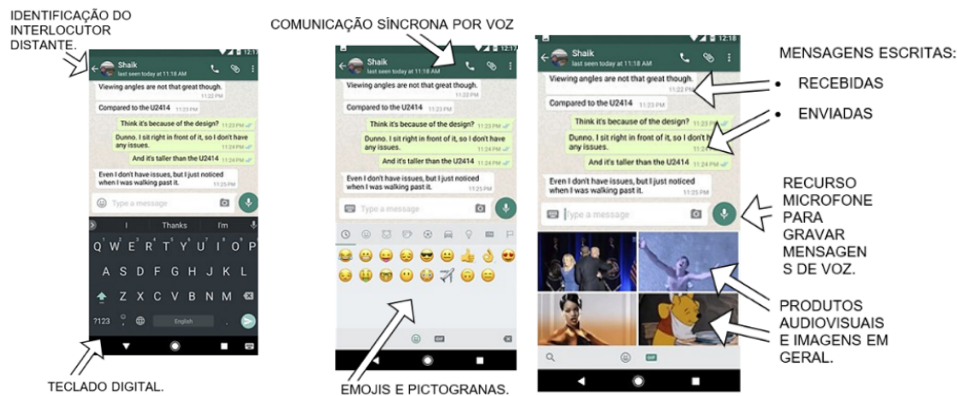
No contexto mundial de popularização do uso de *smartphones* e sistemas de mensagens, o aplicativo *WhatsApp* domina a comunicação nos países ocidentais. Com a intensa dinâmica da comunicação digital em rede *online*, houve também ampla e profunda revolução sociopolítica na comunicação interpessoal. Isso foi provocado por fatores como: facilidade e agilidade no uso, rapidez na comunicação e baixo custo de produção, recepção e transmissão de mensagens multimídia em diferentes formatos.

Com o uso do sistema *WhatsApp* em aparelho *smartphone* é possível produzir, receber e transmitir mensagens como: textos escritos e registro numéricos, que podem ser produzidos com o teclado virtual alfanumérico dos aparelhos do tipo *smartphones*. Textos escritos e ilustrados com imagens gráficas pré-fabricadas, como *emojis* e outras figuras, que estão disponíveis no acervo digital do sistema ou podem ser coletadas em repositórios acessíveis na rede *online*. Imagens gráficas ou fotográficas configuradas com programas gráfico-digitais ou capturadas com a câmera digital dos aparelhos de suporte. Audiovisuais com diversos recursos sonoros e imagens gráficas e fotográficas em movimento gráfico. Gravações de voz realizadas instantaneamente no próprio sistema. Conversas sincronicamente estabelecidas como ligações

telefônicas, inclusive com mais que um interlocutor. Interações audiovisuais sincronicamente estabelecidas, inclusive com mais que um interlocutor.

Há ainda recursos de gerenciamento pessoal e coletivo como: listas de transmissão, atualização de *status* e um formato indicado como *Business*, destinado aos microempresários.

Figura 2 – Imagens (A, B, C) da interface gráfica do sistema *WhatsApp*, com a indicação de funções.



Fonte: Remediação de imagem coletada em: [www.androidcentral.com/whatsapp](http://www.androidcentral.com/whatsapp).

De acordo com informações do *website* oficial (*whatsapp.com*), o aplicativo *WhatsApp*, é considerado o sistema de mensagens mais popular do planeta, com mais de um bilhão de usuários em cerca de 180 países. Além disso, as conversas presenciais também foram incrementadas com o uso de *smartphones* conectados *online*. Agora, a comunicação interpessoal e presencial entre duas ou mais pessoas pode ser ilustrada com informações digitais subjacentes. Mas, a conversação interpessoal ilustrada também ocorre a distância com o uso do sistema *WhatsApp*, incluindo todas as possibilidades de produção, recepção e transmissão de mensagens que foram anteriormente elencadas.

Tradicionalmente, as conversas interpessoais presenciais compõem o campo de comunicação mais fértil para a disseminação continuada e evolutiva de mensagens fofocadeiras, como mexericos e intrigas. Atualmente, contudo, esse campo foi ampliado e potencializado com o uso dos sistemas de mensagens *online*, como o aplicativo *WhatsApp*.

Ocorre a comunicação massiva com mensagens *online* por diversos tipos de pessoas com diferentes idades e condições de instrução ou saúde física e mental. Uma ampla população que, apesar de estar integrada na cultura globalizada, é dividida em grupos representativos de variadas subculturas, com distinções socioeconômicas, partidárias, étnico-raciais, sexuais e de gênero.

As diferenças grupais e pessoais entre os usuários ampliam e diversificam o potencial de remediação do sistema de acordo com as características e os interesses particulares. Cada grupo ou participante desenvolve continuamente um repertório próprio de soluções na medida de seus recursos e objetivos. Lemos (2009) confirma que a formação de grupos é uma característica da mídia digital em rede *online*. Aliás, sob alguns aspectos, trata-se de um avanço com relação à tradicional comunicação de massa que só possibilitava aos grupos de interesse a recepção de mensagens. Por sua vez, a comunicação em rede *online* permite a interlocução ampliada e variada, com a alternância das pessoas participantes nas funções de recepção e emissão.

No sistema *WhatsApp*, a função de grupo permite a transmissão ou o compartilhamento de mensagens com muitas pessoas. O uso do sistema também possibilita o “recompartilhamento” de mensagens interpessoais ou em grupo. Além disso, comumente o ato de “recompartilhar” informações implica também em remediação da mensagem, porque as pessoas comumente enviam ao menos uma outra mensagem para encaminhar no processo de “recompartilhamento”.

A ampla popularidade e o uso intenso do sistema de comunicação de mensagens com aparelhos *smartphone* evidenciam que há condições favoráveis de acesso e uso da comunicação *online* e isso tende a aumentar a troca de mensagens de baixa qualidade. Anteriormente, na medida em que o custo ficou mais acessível, houve maior recorrência de conversas telefônicas com gradual ampliação no tempo das ligações. Assim, houve mais comunicação e aumentaram as trocas de mensagens potencialmente irrelevantes. Enfim, a facilidade de acesso e uso dos sistemas de comunicação favorece a gratuidade informativa, inclusive com a comunicação de fofocas ou mexericos, favorecendo também a circulação de *fake news* ou pós-verdades.

Depois da popularização da tecnologia digital, os efeitos das condições favoráveis de acesso e uso da comunicação *online* foram imediatamente observados. Potencialmente, todos os usuários do aparato digital conectados em rede podem dispor de páginas pessoais sustentadas por plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e outras, para exporem suas opiniões em redes sociais *online*, de maneira mais ou menos aberta ou restrita. Mas, além dos relevantes benefícios decorrentes do acesso a informações e à comunicação de qualidade, isso também consolidou um ambiente internacional de fofocas variadas, com mexericos e intrigas atingindo celebridades, autoridades e pessoas em geral, quase sem distinções.

Comumente, as interfaces das páginas digitais de redes sociais *online* são “vitrines” de exposição pública de notícias e opiniões selecionadas pelos usuários para serem abertamente

ofertadas a todos os seus seguidores. Por sua vez, o sistema *WhatsApp* é mais intimista e, prioritariamente, investe na comunicação interpessoal. Assim, diferencia-se com relação às redes sociais compostas com páginas *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*<sup>4</sup>. Em condições normais, somente a pessoa usuária pode acessar as interfaces internas com as mensagens trocadas com seus contatos. Internamente, há uma interface gráfica exclusiva para cada contato, dispondo apenas das mensagens trocadas entre os dois endereços específicos.

Na comunicação em grupo, o uso do sistema de mensagens permite o envio da mesma informação para muitos contatos. Mas, diferente da comunicação de massa tradicional, a comunicação em grupo no sistema é feita com o envio de muitas mensagens idênticas enviadas para múltiplos contatos *online*. Portanto, ocorre maior fragmentação no processo comunicativo das mensagens, porque para alcançar amplitude de divulgação é necessário que as transmissões sejam continuamente replicadas ou “recompartilhadas”. Inclusive, é a necessidade de replicação que justifica o desenvolvimento e o uso de robôs digitais para, massivamente, replicarem a transmissão das mensagens. Foi a ocorrência da comunicação em rede *online* que constituiu virtualmente o ciberespaço e desenvolveu a cibercultura (Lévy, 1999). A possibilidade de comunicação digital em rede ofereceu, entre outras, diversas oportunidades artísticas, jornalísticas, profissionais, políticas e comerciais.

Vale lembrar que os parâmetros de qualidade aqui adotados são originalidade e verdade. Mas, há mensagens digitais muito originais cujo conteúdo é fantasioso e incoerente com a realidade factual. Isso caracteriza as mensagens de alto valor poético ou artístico. Também, há mensagens que são originais e primam por sua veracidade, comunicando verdades até então desconhecidas. Isso caracteriza as mensagens de alto valor científico, filosófico ou jornalístico. Além disso, há mensagens cujo conteúdo é tradicionalmente reconhecido como verdadeiro e que é circunstancialmente rerepresentado em formato imprevisto ou inovador, compondo uma mensagem muito original.

Há ampla diversidade e grande quantidade de mensagens de qualidade que circulam nas redes de comunicação *online* com múltiplas características e finalidades. Por exemplo, entre outras, observam-se mensagens de qualidade em formato de aulas, cursos, receitas e tutoriais digitais. Também, circulam mensagens fantasiosas e com qualidade artística e outras divertidas como as charges e os “*memes*” que são “recompartilhados” de maneira viral. Enfim,

---

<sup>4</sup> De acordo com pesquisa do Instituto Datafolha (2019), a família é o tema mais recorrente na comunicação de pequenos grupos pelo sistema *WhatsApp* (<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/07/1988254-familia-e-tema-mais-comum-em-grupos-de-whatsapp.shtml>).

circulam na rede *online* mensagens de qualidade e conteúdo diversificados, sejam realistas, críticas, interessadas, descomprometidas, mentirosas, intrigantes ou engraçadas, entre outras.

Nas mensagens comprometidas com interesses pessoais ou de grupos costumam predominar os recursos emocionais de sedução ou sofisticos de convencimento, com o comprometimento da ordem lógica e da coerência factual. Apesar disso, mensagens assim são comumente apreciadas e “recompartilhadas”, porque confirmam de modo interessante as certezas ou os preconceitos já consolidados. Inclusive, a disseminação dessas mensagens é recorrente na comunicação de interesse doutrinário.

Em síntese, privilegiando o aplicativo *WhatsApp* como objeto de estudo, considera-se que o sistema de mensagens em rede *online* simula com eficiência as interações presenciais na comunicação interpessoal a distância, com canais específicos de interação entre duas entidades ou pessoas, simulando o popular “boca-a-boca”. O sistema oferece facilidade e rapidez na produção, recepção e transmissão de mensagens com diferentes formatos, verbais e não verbais. As condições facilitadas de custo, acesso e uso propiciam maior recorrência e ampliação na troca de mensagens e reduz a qualidade geral da comunicação. Considera-se que, em grande parte, o conteúdo das mensagens é composto com fofocas, mexericos, intrigas, *fake news* e pós-verdades.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na leitura atenta (*close reading*) do sistema *WhatsApp* de mensagens interpessoais *online* foram consideradas a estrutura da interface digital, sua funcionalidade e a dinâmica diversificada da comunicação em rede *online*. A interpretação do que foi observado foi realizada e descrita de acordo com a teoria adotada e referenciada neste artigo.

Com base na proposição teórica que relaciona a ampliação da audiência à redução do repertório (Shannon & Weaver, 1979), considerou-se que, na média da comunicação *online*, predomina a pouca originalidade, a baixa qualidade da informação e a falta de diversidade no conteúdo. Assim, apesar de constantes remediações (Birdwhistell, 1959), com reconfigurações de formatos e alteração de informações, há o predomínio da redundância no conteúdo geral das mensagens, confirmando certezas ou preconceitos já consolidados. Isso também implica *fake news* e pós-verdades, em que os fatos são distorcidos para confirmar interesses e preconceitos já consolidados.

Sobre a qualidade de informações ou mensagens e de acordo com a teoria clássica (Shannon & Weaver, 1979), imprevisibilidade ou originalidade foram indicadas como um

parâmetro de qualidade. Como outro parâmetro foi aqui considerada a veracidade das informações ou mensagens. Assim, a percepção de originalidade e veracidade, em diferentes arranjos e proporções, implica na qualidade da informação ou mensagem. Considera-se que há ampla presença de informações de qualidade na comunicação *online*. Porém, a qualidade não é predominantemente na média da comunicação *online*. Por sua vez, a falta de veracidade é evidenciada na desconfiança popular sobre as informações disseminadas nas redes sociais *online* e, principalmente, no sistema *WhatsApp* de mensagens.

De maneira geral e sem haver a conferência detalhada do conteúdo das mensagens, é possível compreender suas características, devido ao estudo de elementos e aspectos estruturais e dinâmicos do sistema e da comunicação de mensagens *online*. Isso é possibilitado com o apoio de conhecimentos teóricos já consolidados e considerações sobre aspectos e problemas sociopolíticos amplamente discutidos na atualidade. Por exemplo, é ampla e continuada a discussão pública sobre os problemas sociopolíticos da disseminação de *fake news* e pós-verdades.

Neste estudo, evidencia-se que, pelo menos em parte, o descontrole social da comunicação decorre da remediação da comunicação interpessoal presencial para a comunicação interpessoal *online*. A mídia digital em rede, destacando-se o sistema *WhatsApp*, simula ou remedia parcialmente a comunicação de massa e as conversas interpessoais. Isso é possível devido ao amplo acesso popular a recursos digitais *online*, que são fáceis de usar e muito mais rápidos e abrangentes que a comunicação presencial.

Na comunicação jornalística tradicional, por exemplo, os produtores e os emissores das mensagens públicas são oficialmente identificados e responsabilizados por aquilo que informam. Mas, na comunicação digital em rede, principalmente no sistema *WhatsApp*, a comunicação interpessoal ou em pequenos e grandes grupos, de acordo com interesses e opiniões particulares, remediam ou adaptam diversas informações científicas, jornalísticas, fofocas, mexericos, intrigas, *fake news* e pós-verdades.

Exceto quando ocorrem investigações específicas, que são difíceis, trabalhosas e onerosas, a origem e o teor de veracidade das mensagens são geralmente desconhecidos. Também, devido à evolução dos processos de produção e adaptação de mensagens, continuamente, ocorrem incrementos ou omissões de informações, até mesmo nos processos de “recompartilhamentos” de conteúdo (“quem conta um conto aumenta um ponto”).

A remediação da comunicação interpessoal e presencial pelo sistema digital de troca de mensagens interpessoais *online* misturou os tradicionais canais de comunicação pública a distância (jornal, rádio, televisão e outros), simulou com eficiência as conversas presenciais e

permitiu o acesso e o descontrole popular sobre a divulgação de mensagens multimídia com grande escala e ampla abrangência.

Enfim, disso resultou o desafio contemporâneo de organizar e regular minimamente a comunicação digital *online* em múltiplas questões como: direito de propriedade intelectual, direito à informação de qualidade, crimes de calúnia, difamação e muitas outras.

## REFERÊNCIAS

- Birdwhistell, R. L. (1959). “*Contribution of linguistokinesic studies to the understanding of schizophrenia*”. In: Auerback, Alfred (org.). *Schizophrenia: An integrated approach*. Nova York, Ronald Press, p. 104.
- Bolter, J., & Grusin, R. (1999). *Remediation*. MIT Press.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede: a era da informatização: economia, sociedade e cultura*. 2. ed. v. 1. São Paulo: Ed. Paz e Terra.
- Harari, Y. N. (2011). *Sapiens – Uma Breve História da Humanidade*. 29a Edição. Editora Harper, p. 28.
- Lemos, A. (2004). *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.
- Levin, J., & Arluke, A. (1987). *Gossip: The inside scoop*. New York: Plenum.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34.
- Noon, M., & Delbridge, R. (1993). *News from behind my hand: Gossip in organizations*. Organization Studies.
- Perassi, R. (2012). *Criatividade, Dor e Arte*. International Journal of Knowledge Engineering and Management – IJKEM, V. 1, p. 56-61.
- Perassi, R. (2019). *Mídia do Conhecimento: Ideias sobre mediação e autonomia*. Florianópolis, SC: SIGMO/UFSC.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1975). *Teoria matemática da comunicação*. São Paulo / Rio de Janeiro: Difel.
- Trinta, A. R. *Explorations e probes ou encontrando McLuhan*. In: 100 anos de McLuhan.