

# ÉTICA NAS REDES SOCIAIS

**Aline de Menezes Gonçalves** <sup>2</sup>

<http://lattes.cnpq.br/8145428092179516>

**GIANCARLO PESSATTO**

**LEANDRO GONÇALVES SOUZA BITU**

**NEL IVAN TRIZOTTI**

**SUMÁRIO:** 1.Introdução; 2. História da redes sociais, 2.1. Onde tudo começou. 2.2. A revolução; 3.Carência ética, 3.1. Ética e a utilização das redes sociais; 3.2.Nem tudo que vemos e ouvimos, é verdadeiro!; Considerações finais, Referencias Bibliográficas.

## **RESUMO:**

A falta de ética nas redes sociais vem preocupando muito o judiciário, fazendo com que sejam feitas legislações sobre o tema para uma melhor punição. A evolução do homem acabou levando a uma serie de atos sem ética para com seus iguais, principalmente nas redes sociais onde as pessoas não precisam se olhar pessoalmente e não percebem que nem tudo veem não é verdade.

**PALAVRAS CHAVES: ÉTICA- REDES SOCIAIS- EVOLUÇÃO.**

## **ABSTRACT:**

The lack of ethics in social networks has been of great concern to the judiciary, leading to legislation being made on the subject for better punishment. The evolution of man ended up leading to a series of unethical acts towards his peers, especially in social networks where people do not need to look at themselves and do not realize that not everything is not true.

---

<sup>2</sup> Mestranda em Direito pelo Centro Universitário de Maringá (UNICESUMAR); Bacharel em Direito pela Faculdades Maringá; advogada. E-mail: [alinemenezes.adv@gmail.com](mailto:alinemenezes.adv@gmail.com).

**KEY WORDS:** ETHICS- SOCIAL NETWORKS- EVOLUTION

## **1.INTRODUÇÃO**

Neste artigo abordamos a Ética nas Redes Sociais, sendo escolhido pela ampla e atual discussão, devido aos últimos acontecimentos em relação aos crimes praticados nas redes, com difamações e a divulgação das famosas *fake news* que buscam prejudicar e denigrir o outro.

Iniciamos com a apresentação da história das redes sociais, como foram criadas, alguns desfechos e o desenvolvimento até a atualidade. Sendo formatada inicialmente com o objetivo em agregar uma comunidade com os mesmos interesses entre seus participantes, e indo além com ampla divulgação de notícias e a venda de produtos. Podendo ser considerada a grande influenciadora da atualidade, afetando diretamente a sociedade na era digital.

Nesse sentido, é importante mencionar a ética, que tem como base princípios e valores que norteiam a vida em sociedade, e as novas adversidades advindas com a tecnologia e maciça exposição nas redes sociais.

## **2 – HISTÓRIA DAS REDES SOCIAIS**

### **2.1.ONDE TUDO COMEÇOU**

Nos anos 90 as pessoas que já criticavam as outras como “Para de mexer nisso, você não está vendo a vida passar”, enquanto crianças, adolescentes e até mesmo adultos estavam com a cara enfiada em um aparelhinho pequeno tipo um chaveiro, cuidando, dando banho, entre outras exigências do “*Tamagotchis*” os chamados bichinhos virtuais, porém não imaginávamos o que viria pela frente em relação à tecnologia.

Nessa mesma época especificamente em 1995, surgiu a primeira rede social o *ClassMates*, considerada a primeira rede social do mundo, tendo como objetivo direcionar amigos que estudaram juntos no passado a se reencontrarem, esse projeto por mais que tivesse um custo, foi muito aceito pelo público interessado. Mas o formato que conhecemos de redes sociais foi criado em 1997 se mantendo até 2001 e se chamava *Six Degrees*.

De acordo com Moura (2006), a necessidade do indivíduo em se sentir parte de algo é o principal motivo pelo qual as pessoas buscam ingressar em uma rede social, pois a possibilidade de acesso à vida pessoal de outras pessoas aguça a curiosidade, além de proporcionar ao usuário a inclusão em um sistema onde poderá compartilhar interesses comuns.

### **2.2A REVOLUÇÃO**

Em 2002 chega à revolução com o *Friendster*, criado na Califórnia por Jonathan Abrams, baseado em círculo de amigos teve uma aceitação gigante no exterior chegando a gerar uma oferta de compra pelo Google de US\$ 30 milhões, que foi negada e não imaginavam que seus servidores não suportariam tantos acessos dos usuários e nem que as concorrências com mais recursos viriam avassaladores. Por consequência disso acabaram fechando algum tempo depois. Logo por sequência, mas ainda no ano de 2003, veio o *MySpace*, na linha site de multimídia “o clone do *Friendster*”; e o *LinkedIn*, em uma linha diferente voltada mais para relacionamento profissional.

No ano de 2004 veio à revolução, embora o que tinha acontecido até essa época já era considerado um sucesso, porém a criação do *Orkut* e *Facebook* são consideradas de maior sucesso até hoje. No entanto o *Orkut* mesmo passando por mudanças de layout, espaço, integrações com *feed* de notícias, entre outras alterações, perdeu o espaço para o *Facebook*, este que foi fundado por Mark Zuckerberg e alguns parceiros, com o objetivo na comunicação interna de serviço e se espalhou pelo mundo, sendo considerada uma das empresas mais bem sucedidas no seguimento.

Em 2006 veio o *Twitter* em uma linha mais séria e profissional, com o objetivo principal voltado para a divulgação de informações mais rápidas e curtas, contando atualmente com aproximadamente 400 milhões de usuários fiéis.

Na década de 2000 surgiram outras redes sociais que continuam crescendo como o *Tumblr*, *Blogger*, *Flickr*, *Instagram*, *Pinterest* e *Google+*.

Podemos citar também o *Youtube* que desde o seu lançamento em 2005 é uma fortaleza em ganhos financeiros. Seja para o entretenimento, para buscar serviços ou informações em todos os setores e segmentos, é um campeão de acessos.

Sendo assim, as redes sociais se diferem das mídias tradicionais, como televisão, rádio e jornais, uma vez que depende da grande interação entre seus participantes, construindo uma verdadeira rede com conteúdo diverso.

### **3 – CARÊNCIA DE ÉTICA**

#### **3.1 ÉTICA E A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS**

Com a ampla discussão da ética nas redes sociais é importante conhecer o que é ética, a palavra vem do grego *Ethos*, que busca estudar o comportamento do homem, nos quais são os princípios do bem e do mal.

De acordo com Seronni (2003 p.1) ética é o estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja do modo absoluto. Focando nas normas de boa conduta, procurando definir o que é certo e honesto.

A criatividade dos seres humanos não tem limites, tanto para o bem como para o mal, e ao se tratar de redes sociais onde a superexposição gera um grande risco. Como citamos a criação das redes sociais teve como intuito entreter, gerar interações e aproximar as pessoas no mundo todo. Tendo

conquistado o direito de serem livres para manifestar sua opinião e expressão através do marco civil da internet, mas nem por isso é permitido criar calúnias, ofender e levantar suspeitas sobre pessoas, empresas ou marcas de produtos.

Almeida (2012, p. 88) aponta para a seguinte informação:

A internet é um recurso de comunicação extraordinário, torna-a importante recurso para os indivíduos e grupos que procuram a espalhar mensagens de racismo e ódio. Às vezes socialmente marginalizados e geograficamente distantes uns dos outros, muitas vezes não opulentos e, portanto, incapazes de comunicar facilmente uns com os outros ou para publicar suas mensagens de ódio nos meios de comunicação sofisticados, tais como jornais ou meios de comunicação, tais indivíduos ou grupos encontram na internet um aliado bem-vindo.

Muitas pessoas têm dificuldades em serem éticos quando estão online, seja pela impressão da falta de consequências, vendo as opiniões abertas de outras pessoas em seus perfis e em demais perfis, e se não estiverem de acordo, reagem com palavras agressivas, criando grandes discussões e agindo com a falta de respeito com o próximo, podem discriminar, ser preconceituoso ou outras formas de agressão, causando denúncias e processos.

### 3.2 NEM TUDO QUE VEMOS E OUVIMOS, É VERDADEIRO!

Quando as pessoas acham que já viram de tudo quando se falta à ética, são surpreendidas com realidades assustadoras. Podemos citar como exemplo Ryan Holliday em seu livro “Acredite em mim, estou mentindo!”, que expõe na capa da obra acima do título “Um livro espantoso e perturbador” – Financial Times. Ryan que deixou a faculdade com apenas 19 anos revela em seu livro os abusos utilizando erroneamente seu conhecimento de internet, gerando crimes como: conspirações, golpes e subornos.

Ele relata que o seu trabalho era mentir para os meios de comunicações para que estes disseminassem para o mundo, Ryan Holliday era pago para mentir. Quando ele conta porque escreveu o livro, deixa claro que muitas coisas que vimos e que ainda estamos expostos, são falsidades para criar algo, seja em benefício ou malefício de alguma empresa ou pessoa, enganando a população, que são furtados da realidade e que podem ainda repassar a informação para outros. O que nos mostra a vulnerabilidade em que vivemos, onde não é possível acreditar nem nos veículos de mídia.

Outra vertente do problema são os indivíduos que aproveitam da possibilidade de anonimato para divulgar informações falsas, difamar e hostilizar colegas, e até mesmo pessoas desconhecidas. Praticam crimes de ódio no ambiente virtual, tornando a rede social uma potencial arma para a violência chamada *cyberbullying*. Uma pesquisa realizada por uma organização não governamental *SAFERNET* demonstra que o *bullying* nas redes sociais aumentou entre 2012 e 2014, e o número de denúncias subiu mais de 500%.

O anonimato também possibilita diversas maneiras de se manipular informações nas redes sociais. Perfis falsos são criados para a prática desses crimes. Em uma investigação que a BBC Brasil realizou revela a utilização

desses perfis para influenciar nas eleições no Brasil, sendo a prática já exposta nos Estados Unidos na última eleição.

Esses perfis não possuem fotos e nomes verdadeiros, é inventado um cotidiano para fortalecer a ideia de um perfil autêntico. A pesquisa revela que uma espécie de exército virtual de *fakes* foram utilizados para manipular a opinião pública nas redes sociais no pleito de 2014. A estratégia utilizada é o chamado “efeito manada”, o conceito parte da referência ao comportamento animal, onde se juntam para proteger ou fugir de um predador. Quando aplicado nos seres humanos, refere-se à tendência de seguir pessoas influenciadoras ou grupos.

Os chamados *ciborgues*, uma mistura de máquinas e pessoas, são os indivíduos contratados para controlar esses perfis, são orientados a gerar discussões para determinados temas, atacar adversários, e criar rumores de “Já ganhou”, “Já perdeu” e até mesmo criando as famosas *hashtags* para popularizar e disseminar as opiniões que os interessam.

A BBC Brasil chegou a entrevistar um desses *ciborgues*, onde o mesmo expôs sua ideia de trabalho, tendo como objetivo vencer pelo grande volume, já que a quantidade de posts era muito maior do que o público em geral conseguia contra argumentar, ou conseguir estimular pessoas reais, militâncias, a comprarem a briga. Criando assim uma noção de a maioria em prol da sua causa.

Outra situação em que todo cuidado é necessário é em relação a informações sem fontes confiáveis, as famosas *fakes news*, pois ao replicar uma postagem falsa, pode-se comprometer diretamente alguém ou alguma instituição. Na dúvida, o melhor é não compartilhar sem conhecer a realidade.

A imprensa também sempre se coloca diante e mais próximo do público através das redes sociais com toda a seriedade e ética para levar as informações com a maior veracidade possível, porém até as grandes mídias correm o risco de divulgar notícias inverídicas.

A propósito, na internet nós somos lidos, ouvidos ou assistidos? Todos esses verbos qualificam bem o público. Enfim, quando dissermos que somos “lidos”, entenda-se a concepção multimídia da palavra. Temos aí uma universalização da linguagem. O jornalismo sempre foi detentor de uma linguagem que traduz credibilidade, de uma linguagem veraz, e por isso sempre foi uma instituição bastante bem definida e bastante clara para a sociedade. Quem é o jornalista? É aquele que sabe transcrever para nós a realidade com essa linguagem. (POSSEBOM, 2006, p 60)

Sendo assim, com veracidade e de forma clara, as informações não perderam jamais seu valor ético e a sua credibilidade na sociedade. Necessitando cada vez mais sabermos onde buscar a verdade e valorizar a importância da mesma.

## CONCLUSÃO

Concluimos que a sociedade tem um amplo poder de voz através da internet, à agilidade em compartilhar nas redes é incrível, sendo utilizado por

alguns de forma errônea no discurso de discriminação, racismo e ódio. Conforme apontado por Allan Gripp, “Tribunal Facebook” (Folha de São Paulo, 23 de janeiro, A2) onde a internet é vista como “um imenso fórum indispensável e democrático, mas também terreno fértil para conclusões apressadas e intolerância de todos os envolvidos”.

No entanto podemos relacionar o anonimato com os desvios da moral, pois os sujeitos podem se esconder através das telas do computador, sendo de grande importância o combate aos crimes *cybernéticos*, punindo os criminosos, e claro dando também a devida importância à educação, ao respeito e a tolerância.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Rafael Luft de. **A liberdade de expressão e o discurso de ódio na era da internet.** In: Revista de Direito das Novas Tecnologias, São Paulo, nº 8, p. 7-32, jul. 2011/jun. 2012.

HOLIDAY, Ryan. ***Acredite, estou mentindo – Confissões de um Manipulador das mídias.*** 1 ed. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2012, p 7 a 10.

MOURA, Patrícia do Nascimento. **O Marketing de Mídias Sociais e a Influência no Comportamento do Consumidor.** Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/20716918/O-MARKETING-DE-MIDIAS-SOCIAIS-E-A-INFLUENCIA-NO-COMPORTAMENTO-DO-CONSUMIDOR>>. Acesso em 12 de abr. de 2018.

POSSEBOM, Samuel. **Charbel Master Banco do Brasil - Limites e avanços da ética na comunicação Brasileira.** *XI Seminário de Comunicação do Banco do Brasil.* Banco do Brasil Diretoria de Marketing e Comunicação Gerência de Relacionamento com a Imprensa SBS Edifício Sede III – 19º andar – Brasília – DF, 2006, p 60.

SERONNI, César Augusto. **Ética: Um Princípio que não pode ter fim.** Campinas: Rotary Club, 1994. Visto em: [http://www.seroppi.med.br/site\\_antigo/016.html](http://www.seroppi.med.br/site_antigo/016.html) Acesso em: 12 de abr. de 2018.

TECMUNDO. **Ele voltou. Febre Anos 1990 o bichinho virtual.** Visto em:  
<https://www.tecmundo.com.br/brinquedos/115769-ele-voltou-febre-anos-1990-bichinho-virtual-tamagotchi-relancado.htm>. Acesso em: 12 de abr. de 2018.

TECHTUDO. **Historia das Redes Sociais.** Visto em:  
<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/historia-das-redes-sociais.html>. Acesso em: 12 de abr. de 2018.