

Atividade Aula 5 - O Lado Negro do Facebook

O TED “Connected, but alone?” e o artigo “O Lado Negro do Facebook” discutem sobre a influência das redes sociais na vida das pessoas, sendo o último focado em debater essa interferência analisada a partir do Facebook. Os dois materiais estudam como o uso demorado dessas plataformas pelos seus usuários é capaz de surtir reflexos em seus comportamentos, modos de pensar e auto-entendimento. A psicóloga Sherry Turkle aponta que a humanidade se encaminha para um caos se não repensar a forma como usa esses aplicativos. Ela aponta que atualmente as pessoas experimentam uma sensação de falsa conexão com os outros, tal coisa que poderia ser explicada pela distância física apesar da proximidade virtual. Para Turkle os seres humanos externalizaram a sua vontade de querer customizar suas relações, podendo se conectar e desconectar de um lugar ou pessoa, com a mesma facilidade. Um reflexo desse desejo seria a perda de algumas capacidades de sociabilidade dos indivíduos, ponto que a psicóloga apresenta em sua palestra quando diz que encontra frequentemente pacientes que dizem ter muitas dificuldades na hora de se relacionar presencialmente com outras pessoas. Por fim, ela aborda a dificuldade que as pessoas andam tendo, cada vez mais, em lidar com a solidão pois muitos buscam solucionar esse desconforto através dos relacionamentos nas redes sociais. O que muitos acabam não percebendo é que eles só estão propondo uma falsa solução para a questão. Desse modo, pode-se perceber que os seres humanos criaram uma nova forma de “combater” a solidão que na verdade os distancia cada vez mais, e intensifica esse sentimento que tanto abominam.

Em relação ao artigo da Revista Superinteressante, o centro da análise é o Facebook e como ele consegue influenciar e modelar o pensamento de seus usuários. A maioria das pessoas acredita ser “livre” dentro dessa plataforma, tendo poder de escolha sobre os conteúdos que irá consumir e etc, mas a realidade não condiz com isso. O Facebook possui inúmeras formas de influenciar seus usuários e até mesmo prever e definir quais serão suas atitudes futuras dentro da plataforma, algumas são tão incisivas que modificam até o humor e a personalidade de seus usuários. Desse modo, a coleta de dados e informações é muito questionada e no artigo é apresentado alguns testes que comprovam que até mesmo ações individuais que o usuário realizou, dentro ou fora da plataforma, são coletados pela empresa. Outro tema levantado é o alto poder que o Facebook possui sobre o cérebro das pessoas. Em estudos apresentados ao longo do artigo pode-se perceber que os reflexos da rede são possíveis de serem analisados e verificados em testes clínicos. Tal fato, aliado à grande quantidade de horas que as pessoas gastam na plataforma intensifica essas modificações. Em última análise, o lado comercial do Facebook é apresentado para discutir uma questão já levantada por outros estudos: de que a empresa tem grande preocupação e um olhar voltado para o lucro. Isso é notado quando o artigo cita que em um teste realizado utilizando páginas *fakes* e de conteúdos sem qualquer sentido possuíam engajamento, *likes* por exemplo, se os seus proprietários pagassem pela sua promoção. Mesmo que o Facebook diga que o lucro não é o fator central na hora de pensar a estruturação das funcionalidades da plataforma, a maioria dos testes e pesquisas realizadas comprovam que não é verdade.

Diante do que foi apresentado anteriormente, se faz necessário pensar em formas de contornar, na medida do possível, os efeitos que as redes sociais possuem nas pessoas. Durante a pandemia ficou bem claro que as suposições de Sherry se confirmam em alguns casos, porque mesmo com todo os aparatos e possibilidades de conexão entre as pessoas muitos se sentem sozinhos, o que prova mais uma vez que a solução para a solidão das pessoas não estaria na conexão via redes sociais.

Uma proposta para evitar a negatividade das redes seria o usuário tentar diversificar ao máximo os conteúdos que consome. É inegável que as pessoas se encontram com uma tendência maior a estarem mais negativas, afinal a maioria se encontra num cenário de incertezas devido a realidade atual. Logo, entrar em contato com coisas novas e diferentes seria uma forma de sair dos padrões que a rede estipula para o usuário por meio da sua análise de dados e informações. Outro ponto importante, procurar manter a calma e o respeito nas redes visto que as pessoas tendem a ser mais agressivas e hostis, assunto discutido no artigo citado acima, quando se relacionam pela internet. Então, ter em mente que do outro lado da tela existe uma pessoa semelhante a você, com sentimentos, opiniões e percepções iguais ou diferentes, dependendo da situação, é necessário para não tornar a plataforma um lugar desagradável. Ressalto também que, sempre que possível, as pessoas fiquem algum tempo distante das redes sociais. Apesar de parecer contraditório, mesmo em um momento de isolamento existem outras atividades tão saudáveis quanto que podem ser realizadas fora da internet. Resumindo, para que as redes sociais não se tornem negativas demais durante a pandemia é indispensável que as pessoas mantenham o respeito com o próximo e busquem diversificar seus conteúdos consumidos, além de controlar o tempo que gastam na internet.

Acredito que as redes sociais não são tão sociais como se proporam a ser. É fato que elas facilitam a comunicação entre as pessoas e permitem que façamos contato com outros indivíduos ao redor do mundo, tal fato que anteriormente só seria possível se estivéssemos presencialmente no local. Mas, me questiono até que ponto essas relações são de fato fortes o suficientes para não serem desfeitas com a mesma facilidade com que foram feitas. Cito o livro *Amor Líquido*, escrito por Zygmunt Bauman, onde o sociólogo analisa os laços humanos e como eles se tornaram mais frágeis e líquidos com o passar dos anos. Fazendo uma relação com o TED de Turkle percebo que esse fenômeno, de fato, agora ocorre mais rapidamente devido a evolução dos meios de comunicação, sobretudo com o advento da internet, as pessoas passaram a se relacionar sem se relacionarem demais. Seria uma possível evidência que os seres humanos estão perdendo sua importância e individualidade no mundo, e até mesmo a tão temida perda de dignidade que Jaron Lanier aponta no debate “Don't Trust The Promise of Intelligence Artificial”. Tenho em mente que propor soluções para esse movimento que se espalha não é algo fácil. Minha sugestão seria que as pessoas tentassem ao máximo desenvolver o exercício da empatia nas redes, e ter em mente que estamos lidando com outras pessoas. Por isso, buscar fugir de um discurso que se aproxime do “Qualquer pessoa é substituível pois vivemos num mundo de 7,5 bilhões de habitantes”. Ademais, ser o mais sincero e transparente com o outro ser que está do outro lado, dado as devidas preocupações com contas *fakes*, usuários mal intencionados e etc, pois a relação interpessoal virtual já é mais frágil por si só, e somada a obstáculos que as pessoas em questão possam vir a colocar entre si o cenário se torna ainda mais difícil.

A compra de likes do Facebook apesar de ser assustadora, já era algo esperado que acontecesse. É fato que a empresa se preocupa demasiado com o lucro então adotar uma medida como essa, que ajude a atingir esse objetivo, é mais do que viável para eles. Particularmente, enxergo inúmeros problemas nessa política, e uma delas seria o questionamento de que até que ponto as contas que curtem essas páginas no Facebook são reais e não fakes, levando em consideração que existe uma grande desconfiança por parte dos usuários em relação a sua segurança na rede. E também, a sensação de ilusão que esses likes criam nas pessoas porque não foi um movimento orgânico e sim algo completamente manipulado/comprado. Na pesquisa realizada no artigo fica claro que as pessoas que curtiram não sabiam o porquê e o quê estavam fazendo. Tudo não passou de uma ação meramente aleatória e sem a mínima condição de explicação. Vejo que essa atitude da plataforma cria um cenário que pode ser muito ruim a longo prazo. Retomando o debate “Don't Trust The Promise of Intelligence Artificial” podemos apontar o uso que as grandes corporações estão fazendo das tecnologias disponíveis: Obter lucro. Não só as ações do Facebook, como a de outras redes sociais, não possui um objetivos claros de proporcionar um melhor relacionamento entre seus usuários e mudanças na

sociedade, mesmo com essa promessa sendo vendida por essas corporações. Os seres humanos estão ali como cobaias que são modificadas e manipuladas de acordo com a vontade dessas empresas, e ainda alimentam uma estrutura gigantesca que gira em torno do lucro. Ressalto mais uma vez que os seres humanos precisam repensar e olhar criticamente para o que as redes sociais significam em suas vidas, e também mudar sua postura no que diz respeito ao uso dessas plataformas, e sobretudo da internet.