

Questão 05

Texto 1

O dilema das redes (2020) aborda um dilema comum em documentários desse tipo. É, sem dúvida, importante a denúncia vinda dos empresários desse setor que lucraram muito com a criação de empresas digitais que monopolizam as redes: a revelação de seu funcionamento, de seus preocupantes efeitos sobre as pessoas e de sua perniciosa influência em processos políticos – uma espécie de crise de consciência. Contudo, eles parecem não entender exatamente que são eles os protagonistas. Empenhados em desenvolver uma “ferramenta” capaz de integrar as pessoas, viram-se enredados nessa rede cuja finalidade era prender a atenção e servir de plataforma de *marketing*.

Ora, é evidente que são empresas que querem lucros, portanto, não são exatamente “ferramentas”. O documentário afasta a resposta simples de que o produto que vendem são os dados capturados por essas plataformas. Elas funcionam mapeando comportamentos e padrões de modo a dirigir a oferta do produto com um alto grau de certeza de consumo. E é aqui que a discussão fica interessante: qual é, afinal, o produto? A resposta do documentário é simples: nós.

Texto 2



[Sabe...Eu acho que o dilema não é a rede... mas o pescador!!!]

(Adaptado de Mauro Iasi, O dilema do dilema das redes: a internet é o ópio do povo. Blog da Boitempo. Disponível em <https://blogdaboitempo.com.br/o-dilema-do-dilema-das-redes-a-internet-e-o-opio-do-povo/>. Acessado em 10/10/2020.)

- a) Considerando o primeiro parágrafo do texto 1, indique dois substantivos a que a expressão “viram-se enredados” se refere.
- b) Considere a *charge* (Texto 2) e, com base na finalidade das “ferramentas” (discutidas no primeiro e no segundo parágrafos do Texto 1), explique por que o dilema não é da rede.

RESPOSTA

- a) Os dois substantivos a que se refere a expressão “viram-se enredados” são empresários e protagonistas.
- b) A finalidade das ferramentas, como descrita pelo texto, era inicialmente “capaz de integrar as pessoas”, mas ao entenderem o verdadeiro uso dessas redes, perceberam-se diante de algo “cuja finalidade era prender a atenção e servir de plataforma de marketing”. Com isso, a ferramenta tornou-se um meio de mapear os consumidores e dirigir publicidades específicas a cada público com alta certeza de consumo final. Ao contrastarmos essas informações com o Texto 2, em que vemos um pescador como o “responsável” pelo “dilema da rede”, conclui-se que o dilema não se refere à rede, mas sim aos empresários que estão no controle dela e que usam de maneira desenfreada nossas informações.